

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah memberikan dampak yang substansial bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu bagian dari perkembangan teknologi dapat dilihat dari berkembangnya media massa sebagai media komunikasi di dalam masyarakat mulai dari media elektronik, media cetak, sampai media online dengan internet yang ada didalamnya. Salah satu media yang kerap kali digunakan dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup pada saat ini adalah media online dalam bentuk media sosial yang memungkinkan seseorang untuk bisa mendapatkan maupun menyebarkan informasi secara mudah, murah, dan cepat. Nasrullah dalam Setiadi mendefinisikan media sosial sebagai sebuah medium pada internet yang memberikan peluang bagi pengguna untuk melakukan interaksi, komunikasi, dan juga berbagi dengan pengguna lain yang dilakukan secara virtual (Setiadi, 2016).

Sebagaimana termuat dalam dataindonesia.id oleh Mahdi (2022) dijelaskan bahwasannya pada Januari 2022 sebanyak 191 juta orang Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Angka tersebut mengalami kenaikan sebanyak 12,35% jika dibandingkan dengan tahun 2021 yakni sebanyak 170 juta orang (Stephanie, 2021). Adapun tiga besar media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia adalah

whatsapp dengan persentase mencapai 88,7% yang kemudian disusul oleh *instagram* dengan persentase sebesar 84,8% dan *facebook* sebesar 81,3%. Dengan banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, berbagai pihak termasuk pemerintah berupaya memanfaatkan media sosial untuk menyalurkan kepentingannya salah satunya adalah untuk menyebarkan informasi. Sebagaimana yang dijelaskan Khan dalam Hastrida (2021) bahwasannya pemanfaatan media sosial oleh pemerintah mampu membantu untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan juga untuk menyebarkan pelayanan public serta sebagai upaya pemberdayaan masyarakat guna berbagi ide untuk pelayanan yang lebih mandiri di masa yang akan datang. Hal tersebut kemudian didukung oleh pernyataan dari Sekretaris Jenderal (Sekjen) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Suhajar Diantoro yang termuat dalam humas.acehprov.go.id (2022) bahwasannya humas pemerintah harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat yang harus pula dikemas secara menarik sebagai bentuk penyesuaian dengan perkembangan teknologi. Dapat dilihat kemudian bahwa pemanfaatan media sosial oleh pemerintah pada saat ini menjadi jalan bagi pemerintah untuk menyebarkan berbagai informasi, kebijakan, dan program kepada masyarakat. Selain itu, hal tersebut juga menjadi bentuk dari usaha pemerintah untuk menampung aspirasi masyarakat dan berinteraksi dengan masyarakat. Mengingat urgensi dari penggunaan media sosial oleh pemerintah tersebut, salah satu pihak berupaya memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi yakni Puskesmas atau Pusat Kesehatan Masyarakat.

Sejak tahun 2020, dunia tengah dihadapi dengan masa pandemic covid-19 yang membuat banyak aktivitas dibatasi. Sebagaimana di lansir oleh beritasatu.com oleh Situmorang, Aisyah selaku ketua bidang data dan teknologi informasi satgas penanganan covid-19 menjelaskan bahwa puncak covid-19 di Indonesia terjadi pada tanggal 24 juli 2021 dengan angka kasus sebanyak 574.135 dan perlahan mengalami penurunan secara nasional hingga kurang lebih 60.000 kasus (Situmorang, 2021). Terlepas dari hal tersebut, pada saat ini, menurut Muhadjir Effendy selaku Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan memaparkan bahwa Indonesia tengah memasuki masa transisi dari pandemic menuju masa endemic (Novrizaldi, 2022). Meskipun demikian, sebagaimana dijelaskan oleh WHO yang termuat dalam anggaran.kemenkeu.id oleh Dewi (2022) dijelaskan bahwasannya manusia harus mampu hidup beriringan dengan covid-19 sebab penyebab dari virus covid-19 tidak pernah hilang. Berdasarkan hal tersebut, berbagai pihak telah mengupayakan berbagai hal guna membangkitkan kembali produktivitas diberbagai sector sebagai bentuk pertahanan untuk hidup di era new normal atau menuju endemic. Hal ini juga yang tengah dilakukan oleh pemerintah Indonesia, dimana pada saat ini, pemerintah Indonesia baik pusat maupun daerah tengah gencar-gencarnya melakukan program vaksinasi untuk seluruh masyarakat dengan harapan agar Indonesia bisa segera bangkit dan juga terbebas dari penyebaran virus covid-19. Ini menjadi salah satu upaya bagi pemerintah untuk menanggulangi pandemic covid-19 menuju ke endemic atau new normal.

Salah satu instansi yang turut mengambil bagian dalam program vaksinasi tersebut adalah UPTD Puskesmas sebagai instansi yang membantu dinas kesehatan. UPTD Puskesmas sendiri secara rutin menyediakan vaksinasi massal bagi masyarakat diberbagai daerah. Guna melaksanakan pelayanan public sekaligus memberikan kemudahan bagi masyarakat mendapatkan informasi mengenai program vaksinasi mulai dari mengetahui jadwal vaksin beserta informasi mengenai vaksinasi lainnya, terdapat Puskesmas yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi untuk menyebarkan informasi tersebut. Salah satu contoh UPTD Puskesmas yang memanfaatkan penggunaan media sosial untuk menyebarluaskan informasi mengenai program vaksinasi adalah Puskesmas Bantul 1. Dijelaskan dalam radarjogja.jawapos.com (2022) bahwasannya capaian vaksinasi booster di wilayah Kabupaten Bantul baru menyasar 199.554 orang atau sekitar 25 persen dari total sasaran yakni 752.225 orang dan termasuk dalam kategori yang rendah. Kepala Seksi Surveilans dan Imunisasi Bidang Pengendalian dan Pencegahan Dinas Kesehatan Bantul Elina mengatakan bahwa capaian yang rendah dari vaksinasi ini karena kesadaran masyarakat yang rendah sebab anggapan bahwa covid-19 sudah mereda. Mayoritas masyarakat yang melakukan vaksinasi adalah mereka yang memiliki mobilitas tinggi atau pelaku perjalanan dari satu daerah ke daerah lain dimana dibutuhkan surat keterangan vaksinasi. Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwasannya penggunaan media sosial sebagai komunikasi dari pemerintah ke masyarakat untuk menyebarluaskan informasi mengenai program vaksinasi terutama

di wilayah Bantul dirasa menjadi hal yang penting mengingat kesadaran masyarakat Bantul untuk vaksin terutama vaksinasi booster masih minim.

Puskesmas Bantul 1 sendiri memiliki beberapa media sosial mulai dari *instagram*, *facebook*, *youtube*, dan *whatsapp*. Dari serangkaian media sosial yang dimiliki, *instagram* yang mereka miliki merupakan salah satu media sosial yang terbilang cukup aktif. Seperti yang dapat dilihat pada akun instagramnya di @pusk_bantul_1, postingan oleh instagram tersebut per-Desember 2022 adalah sebanyak 891 postingan dimana diantaranya secara rutin akun tersebut membagikan informasi mengenai program vaksinasi covid-19 yang tentunya bisa diakses secara mudah dan gratis oleh masyarakat.

Gambar 1
Jumlah *followers* November 2021



Sumber: instagram @pusk_bantul_1

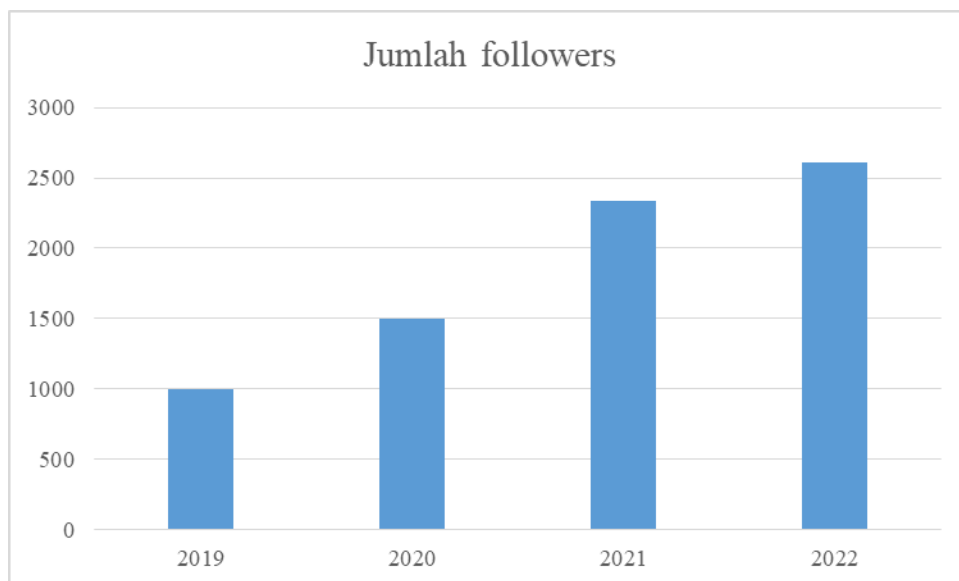
Gambar 2
Jumlah *followers* Desember 2022



Sumber: instagram @pusk_bantul_1

Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Puskesmas Bantul 1 dalam wawancara bersama penulis, selama pandemic covid-19, jumlah pengikut akun instagram Puskesmas Bantul 1 meningkat secara drastis, dimana sebelumnya, akun tersebut memiliki kurang dari seribu pengikut. Dari data yang berhasil dikumpulkan dari akun instagram Puskesmas Bantul 1, sebagaimana yang dapat dilihat dari gambar 1 dan gambar 2, jumlah pengikut per-Desember 2021 bertambah menjadi 2.337 pengikut dan per-Desember 2022 mencapai sebanyak 2.606 pengikut. Sehingga apabila dihitung kasarannya, dari tahun 2021 hingga 2022, instagram Puskesmas Bantul 1 memperoleh sekitar 22 hingga 23 pengikut pada setiap bulannya.

Grafik 1
Jumlah *followers* 2019-2022



Sumber: instagram Puskesmas Bantul 1

Followers Puskesmas Bantul 1 secara keseluruhan mengalami tren peningkatan selama pandemic sebagaimana tergambar pada grafik 1 di atas. Dari data tersebut kemudian dapat disimpulkan tiga hal. Pertama, dari sisi komunikator bahwasannya Puskesmas Bantul 1 adalah pihak yang dapat dipercaya untuk mendapatkan informasi termasuk informasi program vaksinasi covid-19. Kedua, pesan atau informasi yang disampaikan pada instagram tersebut bermanfaat bagi penerima informasi. Ketiga, hal tersebut berimplikasi pada respon dari masyarakat yakni dengan naiknya *followers* instagram Puskesmas Bantul 1.

Sejalan dengan hal tersebut, bila dibandingkan dengan akun instagram milik puskesmas lainnya di wilayah Bantul seperti instagram Puskesmas Bantul 2, Puskesmas Kasihan 1, Puskesmas Kasihan 2, Puskesmas Banguntapan, dan akun instagram puskesmas lainnya, akun instagram Puskesmas Bantul 1 merupakan salah satu media sosial yang terbilang sangat aktif dengan hampir setiap harinya memposting dan membagikan informasi baik melalui fitur postingan maupun fitur *snagram*.

Pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan Puskesmas Bantul 1 merupakan salah satu perkembangan yang baik mengingat banyak Puskesmas di daerah lain yang kurang atau bahkan belum memasifkan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi dari pemerintah ke masyarakat seperti instagram didalam menyebarkan infromasi. Untuk itu diperlukan penelitian untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial instagram tersebut efektif dimana maksud dan tujuannya

bisa sampai ke masyarakat luas. Diharapkan dengan adanya penelitian mengenai Efektivitas Media Sosial Instagram Puskesmas Bantul dalam Penyebarluasan Informasi Vaksinasi Covid-19 ini dapat diketahui bagaimana efektivitas dari media sosial terkhusus instagram sebagai media komunikasi pemerintah dalam memberikan pelayanan dan juga informasi kepada masyarakat. Media sosial instagram ini diharapkan mampu menjadi jembatan untuk bisa memberikan dan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai informasi seputar vaksinasi covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: **“Bagaimana efektivitas penggunaan media sosial instagram Puskesmas Bantul 1 pada akun @pusk_bantul_1 sebagai media komunikasi pemerintahan dalam menyebarluaskan informasi program vaksinasi covid-19?”**

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial instagram Puskesmas Bantul 1 pada akun @Pusk_bantul_1 sebagai media komunikasi pemerintahan dalam menyebarluaskan informasi program vaksinasi covid-19.

1.4 Manfaat penelitian

- Secara teoritis

Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam mengetahui efektivitas media sosial instagram sebagai media komunikasi pemerintahan dalam menyebarkan informasi

- Secara praktis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi pemikiran bagi akademisi, organisasi sipil, dan instansi-instansi untuk mengetahui efektivitas media sosial instagram sebagai media komunikasi pemerintahan dalam menyebarkan informasi

1.5 Literatur Review

Suryadharma & Susanto (2017) menyatakan bahwa terdapat lima factor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat terhadap penerimaan media sosial instansi pemerintah khususnya twitter yaitu factor kemudahan, factor kebutuhan informasi, factor persepsi kegunaan, factor kepercayaan, dan factor *repost content*. Sejalan dengan hal tersebut, Dunan (2020) memaparkan bahwa dengan adanya akun media sosial pemerintahan memberikan peluang adanya peningkatan interaksi antara masyarakat dan pemerintah guna meningkatkan partisipasi masyarakat dan membuka ruang public untuk bisa berkomunikasi secara terbuka, interaktif, dan partisipatif. yovinus (2018) didalam penelitiannya menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial pada Pemerintah Kota Bandung sebagai sarana komunikasi public dirasa efektif dan

memberikan pengaruh positif untuk pelayanan public terutama berkaitan dengan kebutuhan informasi masyarakat yang bisa didapatkan dengan cepat dan masyarakat juga terbuka dan berkontribusi dalam penerapan kebijakan yang diunggah di sosial media tersebut. Terdapat juga penelitian oleh Antoni (2019) yang menjelaskan strategi yang digunakan oleh Humas Kota Bandung melalui media sosial instagram untuk meningkatkan citra Pemerintahan Kota Bandung dilakukan dengan memberikan pesan berupa gambar dan kata-kata dari pemerintah yang sedang melakukan kegiatan tertentu agar agar masyarakat mengetahui kegiatan pemerintahnya juga membahas tentang penanganan yang dilakukan pemerintah terhadap isu yang ada. Dari hasil penelitian Sukarno et al., (2021) menunjukkan bahwa saat ini pemberian informasi untuk pelayanan public berbasis media sosial twitter sudah sampai digunakan oleh kepala daerah yaitu oleh gubernur dan wakil gubernur Jawa Tengah yang berinteraksi di twitter dengan membagikan data maupun informasi tentang vaksinasi covid-19 juga menjawab keluhan kesah masyarakat yang memicu partisipasi public dan harapan peningkatan *trust* kepada pemerintah. Setiawan et al., (2021) dari hasil penelitiannya juga memaparkan bahwa penyebaran informasi Covid-19 melalui media twitter Kementrian Kesehatan Republik Indonesia dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana berjalan cukup efektif dengan memberikan himbauan atau melaporkan data valid sebagai pemenuhan informasi untuk masyarakat.

Lasmita et al., (2021) dalam penelitiannya memaparkan bahwasannya masih terdapat penerimaan yang rendah terhadap vaksinasi covid-19 oleh masyarakat dimana hal tersebut biasanya dipengaruhi oleh pengetahuan, ketersediaan akses informasi, dan dukungan keluarga sehingga perlu dilakukan peningkatan dalam upaya memberikan informasi terkait program vaksinasi covid-19 baik melalui media sosial maupun penyuluhan langsung ke masyarakat. Hasil penelitian oleh Fauzia & Hamdani (2021) kemudian memaparkan bahwasannya diperlukan pendekatan kepada masyarakat untuk menjamin keberhasilan program vaksinasi covid-19 salah satunya adalah dengan kolaborasi dari berbagai pihak mulai dari pemerintah, tokoh adat, pemuda, hingga perguruan tinggi guna meningkatkan kesadaran masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, Larasati et al., (2021) dalam penelitiannya menyampaikan bahwasannya terjadi kenaikan kesadaran terhadap program vasinasi covid-19 di kalangan masyarakat semenjak dilakukannya sosialisasi program vaksinasi covid-19 secara langsung dengan pemberian edukasi kepada masyarakat melalui media poster berisikan informasi program vaksinasi covid-19. Disamping itu Letuna (2021) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa salah satu sumber edukasi yang mudah diakses untuk mencari informasi program vaksinasi covid-19 adalah melalui media sosial instagram. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial instagram @Indonesiavoice_ memanfaatkan fitur seperti foto dan caption yang menarik untuk mengedukasi masyarakat mengenai program vaksinasi covid-19.

Dari literature review tersebut dapat ditemukan perbedaan antara penelitian yang henda dilakukan penulis dan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Literatur yang sudah ada sebelumnya membahas mengenai urgensi dan faktor penerimaan masyarakat terhadap pemanfaatan media sosial oleh pemerintah, juga membahas mengenai pemanfaatan media sosial oleh pemerintah untuk meningkatkan citra maupun menyebarkan informasi public. Terdapat pula penelitian yang membahas mengenai urgensi vaksinasi covid-19 dan berbagai cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan penerimaan masyarakat terhadap program vasinasi covid-19. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan membahas secara lebih spesifik berkaitan dengan efektivitas dari media sosial instagram sebagai media komunikasi pemerintahan dari salah satu UPTD yang ada di Indonesia yakni UPTD Puskesmas Bantul 1 dimana topic tersebut dengan objek penelitian yang akan diteliti belum pernah dilakukan oleh peneliti yang lain.

1.6 Kerangka Teori

Pada bagian ini akan dijelaskan berkaitan dengan definisi dan indicator yang digunakan untuk mengukur variable didalam penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan teori-teori sebagai berikut :

1.6.1 Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi yang diambil dari bahasa latin berasal dari kata “*communicatio*” dan “*comunis*” yang memiliki arti “sama”. Siporin dalam Sedarmayanti (2018) mengartikan komunikasi sebagai suatu proses bertukar informasi yang dilakukan antara dua orang ataupun lebih guna memberi, mengirim, menerima, maupun menanggapi pesan atau informasi dari interaksi yang dilakukan. Kincaid juga mengartikan komunikasi sebagai suatu proses saling memberikan atau menggunakan informasi bersama-sama (Sedarmayanti, 2018). Dalam komunikasi terdapat istilah komunikator dan komunikan. Dimana komunikator diartikan sebagai pihak yang menyampaikan pesan, isi pikiran maupun informasi kepada orang lain. Sedangkan komunikan diartikan sebagai pihak yang menerima pesan, isi pikiran, dan informasi yang telah diberikan. Komunikasi dikatakan berhasil apabila terdapat kesamaan makna atau pemahaman yang sejalan antara komunikator dan komunikan terhadap pesan, isi pikiran, atau informasi yang disampaikan. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses menyampaikan dan menerima pesan atau informasi antara satu orang kepada orang lain guna mencapai pemahaman yang sama.

Pemerintah secara etimologis sebagaimana disampaikan Pamuji dalam Sedarmayanti (2018) berasal dari kata *pemerintahan* dan didasari dari kata *perintah* yang memiliki arti menyuruh untuk melakukan pekerjaan. Ermaya memberikan definisi dari pemerintah yakni suatu lembaga public yang berfungsi untuk mengusahakan pencapaian tujuan Negara. Sedangkan pemerintahan diartikan sebagai

segala kegiatan yang dilakukan lembaga public tersebut guna melaksanakan fungsinya agar tercapai tujuan Negara (Sedarmayanti, 2018). Dari pengertian yang disampaikan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemerintahan merupakan aktivitas atau kegiatan dari lembaga atau badan public yang dilakukan untuk mencapai tujuan Negara.

Sedangkan Sedarmayanti (2018) dalam bukunya mengartikan komunikasi pemerintahan sebagai suatu proses untuk menyampaikan pemikiran, ide, dan informasi dari pemerintah sebagai komunikator kepada masyarakat sebagai komunikan ataupun sebaliknya yang berkaitan dengan aktivitas atau kegiatan pemerintah didalam pelaksanaan tugas pokok yang meliputi ketertiban, kesejahteraan sosial, keadilan, keamanan, dan lain sebagainya. Selain itu, komunikasi pemerintahan juga diartikan sebagai proses saling bertukar informasi diantara satu pihak-kepada pihak lain baik dari dua orang maupun lebih guna mewujudkan pelaksanaan serangkaian aktivitas pemerintah dari berbagai aspek baik dari aspek kehidupan maupun penghidupan warga Negara. Singkatnya, komunikasi pemerintahan merupakan proses menyampaikan gagasan, ide, ataupun informasi dari pemerintah kepada masyarakat maupun sebaliknya untuk mencapai tujuan Negara.

Dari pengertian yang telah disampaikan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi pemerintahan adalah suatu proses memberikan dan menerima informasi atau pesan dari pemerintah kepada masyarakat ataupun sebaliknya mengenai aktivitas dari pemerintah sehingga tercapai tujuan Negara yang

mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat mulai dari ketertiban, kesejahteraan sosial, dan lain sebagainya. Komunikasi pemerintahan ini juga dilaksanakan agar terciptanya kesesuaian pemahaman antara informasi yang disampaikan pihak satu dengan pihak lainnya sebagai penerima pesan sehingga muncul pemahaman yang sama dan terhindar dari kesalahpahaman.

1.6.2 Efektivitas Komunikasi Pemerintahan

Kata efektif memiliki asal dari bahasa Inggris yakni *effective* yang mempunyai arti yaitu berhasil atau keberhasilan yang baik atas sesuatu yang dilakukan. Hidayat dalam Kiwang et al., (2015) menyatakan bahwa efektivitas merupakan suatu pengukuran yang menjelaskan seberapa jauh target baik itu kualitas, kuantitas, dan waktu telah tercapai dimana akan dikatakan tinggi keefektifitasnya apabila presentase yang dicapai semakin besar. Mardiasmo dalam Masitoh (2018) mendefinisikan efektivitas sebagai suatu ukuran berhasil atau tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan apabila organisasi tersebut berhasil didalam mencapai tujuan tersebut maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan pengukuran terkait berhasil atau tidak berhasilnya suatu tujuan atau target yang sebelumnya sudah ditetapkan dimana jika berhasil mencapai target maka dikatakan efektif apabila tidak berhasil maka disebut juga tidak efektif. Sedangkan apabila berkaitan dengan komunikasi maka efektivitas tersebut dapat diartikan dengan sejauh mana tercapainya target untuk penyampaian pesan kepada orang lain.

Danim dalam Putri (2019) menyatakan bahwa efektivitas bisa diukur dari beberapa hal yakni intensitas, diperolehnya tingkat kepuasan, dan komunikasi. Dimana dapat dikatakan efektif bila jelas, tepat, sesuai dengan konteks dan budaya yang disampaikan kepada komunikan. Dengan kata lain apabila ukuran intensitas kecil, tidak diperolehnya kepuasan, dan apabila komunikasi tidak jelas, tidak tepat, dan juga tidak sesuai maka hal tersebut termasuk kedalam penghambat efektivitas. Hal tersebut sejalan dengan Rafiah (2018) yang didalam jurnalnya menyebutkan berkaitan dengan factor penghambat efektivitas yaitu seperti visualisasi yang terbatas, mengartikan pesan dengan salah, kurang aktifnya anggota, dan permasalahan mekanis seperti adanya gangguan pada jaringan. Sedangkan Latief (2018) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif terjadi apabila memenuhi tiga hal yakni: (1) komunikan memahami pesan yang disampaikan. (2) perilaku atau sikap komunikan sesuai dengan yang diharapkan komunikator. (3) terdapat kesesuaian antar komponen. Untuk itu, agar suatu pesan dapat secara efektif tersampaikan maka pesan tersebut harus disusun sedemikian rupa sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikan.

Komunikasi pemerintahan sendiri termasuk kedalam komunikasi eksternal organisasi yang ditandai dengan adanya komunikasi antara pemerintah kepada pihak luar yakni masyarakat maupun swasta terhadap berbagai tindakan pemerintah seperti regulasi, kebijakan, maupun program untuk kepentingan public. Komunikasi pemerintahan juga memiliki maksud untuk memberikan informasi kepada public maupun menerima informasi dari public sehingga komunikasi pemerintahan juga

sering disebut sebagai komunikasi public. Menurut Suranto dalam Rafiah (2018) menjelaskan bahwasannya komunikasi dapat dikatakan efektif bila didalam proses komunikasi tersebut, pesan yang disampaikan dari komunikator diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan dan pemahaman yang didapatkan komunikan persis sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator. Jika dihubungkan dengan pemerintahan, komunikasi pemerintahan sendiri dapat dikatakan efektif ketika pemerintah sebagai komunikator menyampaikan pesan atau informasi berupa kebijakan atau program, pesan atau informasi tersebut diterima dan dimengerti secara baik oleh masyarakat selaku komunikan, begitu juga sebaliknya sehingga tidak muncul kesalah pahaman atau miskomunikasi.

Menurut Hardjana dalam bukunya “Audit Komunikasi” yang dikutip oleh Nova (2018) keefektifan komunikasi dapat diukur dari beberapa indicator yakni :

1. Penerima (komunikan)

Hardjana memaparkan bahwasannya dimensi penerima pesan diartikan sebagai siapa pihak yang diharapkan menerima pesan atau informasi yang disampaikan. Dikatakan efektif apabila penerima pesan tersebut sesuai dengan penerima pesan yang dikehendaki atau yang telah ditentukan sebelumnya. Jika penerima pesan sudah sesuai, maka ukuran keefektifannya adalah berdasarkan kapasitas atau intensitas penerima pesan tersebut didalam menggunakan suatu media untuk mendapatkan informasi yang ia butuhkan.

2. Isi pesan (*content*)

Isi pesan disini dimaksudkan dengan sesuainya tujuan komunikasi dengan fakta dan aktualitas informasi yang diterima oleh orang lain. Isi pesan berupa pemaparan informasi yang objektif dan akurat oleh organisasi atau komunikator kepada audiens atau komunikan

3. Media komunikasi

Dimensi media komunikasi dimaksudkan dengan media yang dimanfaatkan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan komunikan maupun komunikator itu sendiri.

4. Format pesan

Dimensi format pesan adalah penyesuaian format pesan dengan apa yang hendak disampaikan komunikator kepada komunikan yakni berupa penyajian data yang berisikan pesan atau informasi secara singkat, padat, dan jelas.

5. Sumber pesan (komunikator)

Sumber pesan adalah kejelasan sumber yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan atas informasi yang disampaikan sehingga informasi tersebut dapat dipercaya.

6. Ketepatan waktu (*timing*)

Dimensi ketepatan waktu diartikan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator tersampaikan tepat waktu kepada komunikan sesuai dengan waktu yang sudah disepakati.

1.6.3 Media Sosial

Nasrullah dalam Neti et al., (2020) menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah platform di internet yang memungkinkan para pengguna terhubung antara satu dengan yang lainnya untuk saling berbagi, berbicara, dan menciptakan hubungan virtual. Kaplan & Haenlein dalam Haryanto (2015) juga memberikan opini tentang media sosial yang diartikan sebagai sebuah aplikasi didalam internet dimana penggunanya bisa membuat dan bertukar konten yang telah mereka buat. Dari pengertian media sosial tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial merupakan sebuah platform untuk memberi atau menerima berbagai informasi dari orang lain melalui internet. Nasrullah dalam Setiadi (2016) menjelaskan bahwa terdapat enam macam klasifikasi dari media sosial mulai dari *social networking*, *blog*, *micro-blogging*, *media sharing*, *social bookmarking*, dan *content media*. Dimana pada saat ini media sosial berkembang dan yang paling umum dijumpai seperti *youtube*, *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *twitter*, tiktok dan lain sebagainya.

Sebagaimana yang termuat dalam sampoernauniversity.ac.id (2022) media sosial sendiri memiliki berbagai fungsi di dalam kehidupan manusia. Mulai dari berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi dimana media sosial dapat membuat orang-orang di seluruh dunia berkumpul dalam suatu wadah. Hal itu menunjukkan bahwasannya media sosial dapat membentuk komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu. Selain sebagai media komunikasi, media sosial juga dimanfaatkan untuk *branding* salah satunya yakni untuk membangun citra di mata masyarakat itu sendiri. Biasanya seseorang melakukan *personal branding* guna mempengaruhi persepsi atau

pandangan atau tanggapan orang lain terhadap dirinya. Selanjutnya, media sosial dapat dijadikan sebagai tempat untuk melakukan usaha atau bisnis maupun *marketing*. Munculnya *online shop* pada saat ini merupakan salah satu bukti nyata bahwa media sosial yang bisa menjangkau khalayak ramai dapat dimanfaatkan untuk bisnis atau usaha. Selain itu, promosi-promosi baik barang maupun jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial juga merupakan bentuk *marketing* dengan pemanfaatan media sosial.

Selain fungsi media sosial yang bersifat positif, tidak menutup kemungkinan bahwasannya media sosial juga memberikan dampak negative di kalangan masyarakat. Adapun beberapa dampak negative dari media sosial antara lain seperti menyebabkan kecanduan bagi mereka yang tidak bisa mengontrol penggunaan media sosial itu sendiri seperti anak-anak hingga remaja yang kecanduan menonton youtube, tiktok, dan lain sebagainya hingga lupa waktu. Selain itu, media sosial yang mampu membuat orang berkomunikasi meskipun dari jarak yang jauh juga mampu mendatangkan dampak negative, dimana mereka bisa melupakan berkomunikasi dengan yang jaraknya dekat dan menjadikan diri lebih individualistik. Media sosial juga rawan menjadi tempat penipuan dan kejahatan termasuk juga penyebaran pornografi secara cepat, penyebaran berita tidak benar atau hoax, penyebaran ujaran kebencian serta penyalahgunaan foto maupun dokumen (Suhary, 2021).

Salah satu media sosial yang berkembang secara pesat dewasa ini adalah media sosial instagram. *Instagram* sendiri adalah aplikasi berbagi foto maupun video

yang popularitasnya meningkat sejak tahun 2010 dan per April tahun 2022 ini penggunanya sudah mencapai 1,45 miliar orang (Rizaty, 2022). Instagram dewasa ini menjadi media yang disadari bisa dijadikan sebagai jembatan untuk mempromosikan atau menyebarkan suatu hal dengan ampuh karena pengguna internet cenderung memiliki ketertarikan dengan visual yang menjadi bagian utama yang ditawarkan oleh instagram yang apabila dibandingkan dengan media sosial yang lain seperti *facebook* dan *twitter* yang berfokus pada kicauan atau kata-kata, instagram cenderung dominan menampilkan fitur visual berupa gambar, foto, maupun video singkat sehingga mempunyai daya tarik sendiri di mata pengguna (Shafita, 2018).

Menurut Bambang dalam Difika (2016) dijelaskan bahwasannya instagram merupakan suatu aplikasi pada *smartphone* yang merupakan bagian dari media digital dengan pengambilan foto sebagai bentuk berbagi informasi oleh para penggunanya. Atmoko dalam Shaleh & Furrie (2020) juga menyatakan bahwa instagram merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengabil foto, mengaplikasikan filter, dan kemudian membagikannya di jejaring sosial. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram merupakan sebuah platform yang digunakan untuk berbagi informasi dalam bentuk foto maupun video beserta teks yang disebarkan pada jejaring internet. Media sosial instagram dewasa ini memiliki berbagai fitur mulai dari mengunggah foto dan video di *feeds* maupun instagram *story*, bisa juga dalam bentuk teks. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk menggunakan filter yang tersedia dan terdapat fitur komen, *like*,

share, dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat fitur *highlight* yang memungkinkan instagram *story* yang sudah di unggah dalam waktu yang lalu dapat dimunculkan di profile sehingga bisa dilihat kembali oleh public.

1.7 Definisi Konseptual

Sebagaimana dengan tujuan dari definisi konseptual yaitu memberikan batasan dari konsep penelitian. Maka definisi konseptual yang dipergunakan didalam penelitian ini yaitu :

1. Komunikasi pemerintahan adalah suatu proses memberikan dan menerima informasi atau pesan dari pemerintah kepada masyarakat ataupun sebaliknya mengenai aktivitas dari pemerintah sehingga tercapai tujuan Negara yang mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat mulai dari ketertiban, kesejahteraan sosial, dan lain sebagainya.
2. Efektivitas komunikasi pemerintahan adalah kesepahaman yang sama atas pesan atau informasi yang disampaikan oleh pemerintah sebagai komunikator kepada masyarakat sebagai komunikan ataupun sebaliknya sehingga tidak muncul kesalah pahaman atau miskomunikasi.
3. Media sosial adalah suatu platform yang berguna untuk memberikan ataupun menerima informasi dari orang lain melalui jejaring internet.
4. Media sosial instagram adalah suatu platform di internet yang digunakan untuk membagikan informasi dalam bentuk foto ataupun video yang disertai dengan teks dan berbagai fitur lainnya yang tersedia.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah penjelasan dengan penggambaran bagaimana dan apa yang dilakukan didalam mengukur suatu variable penelitian dan menjadi acuan didalam penelitian (Giri et al., 2015). Didalam penelitian ini, definisi operasionalnya adalah sebagai berikut :

1. Penerima (komunikan)
 - a. Ketepatan penerima informasi
 - b. Intensitas *followers* mengakses akun instagram @Pusk_bantul_1
2. Isi pesan
 - a. Informasi yang disampaikan objektif
 - b. Informasi yang disampaikan akurat
 - c. Kesesuaian antara informasi yang diberikan dengan keadaan yang ada di lapangan (kredibel)
3. Media komunikasi (instagram)
 - a. Media yang digunakan sesuai dengan kebutuhan
 - b. Media yang digunakan mudah diakses oleh penerima informasi
4. Format pesan
 - a. Format pesan atau informasi yang disampaikan singkat, padat, dan jelas
5. Sumber pesan (komunikator)
 - a. Pengirim pesan adalah pihak yang kredibel atau dapat dipercaya (puskesmas)

6. Waktu

- a. Penyebaran informasi dilakukan tepat pada waktunya dan sesuai dengan kondisi dan situasi

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Strauss dan Corbin dalam Salim dan Syahrums, penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian dengan menggunakan suatu prosedur yang tidak menggunakan unsur statistic atau cara kuantifikasi (Syahrums & Salim, 2012). Sedangkan metode deskriptif merupakan penelitian dengan memaparkan gejala, fakta, maupun kejadian dan fenomena secara akurat tentang suatu hal tertentu (Hardani et al., 2020). Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan maka akan dilakukan wawancara dan pengamatan pada pelaku pemanfaatan media sosial instagram di Puskesmas Bantul 1, Palbapang, Bantul. Pendekatan yang dilakukan dengan kualitatif diharapkan oleh peneliti untuk menghasilkan data yang deskriptif dengan tujuan menggambarkan segala hal yang terjadi di lapangan. Penggunaan kualitatif deskriptif juga diharapkan agar bisa mendeskripsikan data yang di dapat dari instansi Puskesmas Bantul 1 dalam pemanfaatan media sosial instagram untuk penyebar luasan informasi vaksinasi covid-19 sebagai bentuk pelayanan terhadap masyarakat.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Puskesmas Bantul 1 di Jalan KH Wakhid Hasyim 208, Palbapang, Bantul, Yogyakarta. Adapun alasan memilih lokasi tersebut karena media sosial instagram instansi tersebut merupakan salah satu media sosial instagram yang aktif apabila dibandingkan dengan media sosial instagram instansi lainnya. Hal itu membuat peneliti memilih lokasi tersebut untuk dijadikan tempat penelitian.

1.9.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan dua jenis pengambilan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer bersumber pada data yang didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan kepala Puskesmas Bantul 1, pengelola media sosial instagram Puskesmas Bantul 1 dan 10 orang *followers* akun instagram @pusk_bantul_1 yang mengakses informasi program vaksinasi covid-19. Sedangkan data sekunder adalah dokumen pendukung seperti literatur maupun dokumen yang berkaitan dengan topic penelitian.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses mengumpulkan data yang dibutuhkan didalam penelitian ini melalui beberapa tahap, yakni :

1. Wawancara

Nazir dalam Hardani et al., (2020) memaparkan arti dari wawancara yaitu suatu proses untuk mendapatkan informasi, keterangan atau data untuk penelitian melalui

proses tanya jawab dengan tatap muka diantara pewawancara dengan narasumber atau responden dengan bantuan alat yang bernama *interview guide* atau panduan wawancara.

Dalam penelitian ini, yang akan menjadi informan untuk diwawancarai adalah sebagai berikut :

- a. Kepala Puskesmas Bantul 1
 - b. Pengelola instagram @pusk_bantul_1
 - c. 10 orang *followers* @pusk_bantul_1 yang mengakses informasi program vaksinasi covid-19
2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data penelitian dengan cara mencatat data-data yang sebelumnya sudah ada yang biasanya diperoleh dari dokumen-dokumen (Hardani et al., 2020). Dokumen tersebut dapat berupa tulisan, gambar, atau suatu karya monumental. Metode dokumentasi ini memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mendapatkan gambaran atau pengetahuan tentang hal yang terjadi di masa lalu. Metode dokumentasi akan menjadi jalan bagi penulis untuk mendapatkan data sekunder melalui dokumen yang memiliki kaitan dengan masalah yang sedang diteliti baik dalam bentuk foto ataupun laporan. Dalam hal ini, data sekunder didapatkan dari akun instagram Puskesmas Bantul 1.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model interaktif Miles & Huberman yaitu dengan memulai mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, verifikasi, dan penarikan kesimpulan (Ilyas, 2016). Langkah analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Rijali (2018) dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengumpulan data, yakni mengumpulkan data pada lokasi penelitian dengan melakukan wawancara, observasi, dan mengumpulkan maupun mencatat baik arsip maupun dokumentasi dengan strategi mengumpulkan data secara tepat untuk menentukan fokus dan memahami data secara mendalam pada proses mengumpulkan data berikutnya.
2. Reduksi data, yakni proses menseleksi, memfokuskan, mengabstrakkan, tranformasi dari data kasar yang berada di lapangan langsung dan kemudian diteruskan saat waktu mengumpulkan data. Hal ini berarti, reduksi data dilakukan sejak penulis memfokuskan wilayah penelitian. Dalam hal ini tahapan reduksi dapat berupa menuliskan ringkasan maupun menulis memo. Reduksi data dilakukan dalam bentuk menganalisis, menggolongkan, dan memisahkan hal yang tidak perlu sehingga muncul kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik.
3. Penyajian data, penyatuan informasi yang memungkinkan penelitian dilaksanakan dimana diperoleh beragam jenis, jaringan kerja, dan keterkaitan

kegiatan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif dari penggabungan informasi yang telah didapatkan.

4. Penarikan kesimpulan, yakni penulis harus memahami dan cepat tanggap terhadap hal yang diteliti langsung dilapangan dengan menyusun pola arahan dan sebab akibat. Dalam penarikan kesimpulan, dilakukan penafsiran terhadap data yang telah disajikan.