

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Perkembangan teknologi informasi pada generasi milenial banyaknya masyarakat yang sudah memanfaatkan media digital untuk memperoleh sebuah informasi. Informasi di dapat karena adanya komunikasi. Komunikasi merupakan hal sangat penting di kehidupan masyarakat, komunikasi bisa berkaitan dengan satu orang dengan orang lainnya, suatu kelompok dengan individu, warga negara dengan pemerintah (Waluyo, 2019). Penggunaan media digital yang berbasis dasar internet juga sudah memiliki berbagai platform seperti media sosial, media sosial merupakan platform untuk mencari sebuah informasi, saling bertukar pendapat dan memberi feedback secara daring. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia diangka 160.000.000 pengguna atau 59% dari seluruh penduduk yang ada di Indonesia saat ini berjumlah 272.100.000 per 2020 (Maharani & Djuwita, 2020). Komunikasi pemerintah juga sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi sebuah program, kebijakan maupun ide-ide dari pemerintahan untuk menjadi visi dan misi kepada masyarakat (Anggreani et al., 2020)

Untuk pembangunan komunikasi didalam sosial masyarakat dan lembaga pemerintahan menjadi faktor peranan penting dalam mewujudkan pembangunan yang berkualitas adalah komunikasi. Sebab komunikasi merupakan sebuah usaha yang tujuannya untuk perubahan sikap dan perilaku. Bentuk komunikasi pembangunan di era digital juga membawa perubahan tentu harus ada komunikasi pembangunan yang berbeda dalam penyebaran informasi sehingga bisa memberikan perubahan yang lebih baik kepada masyarakat. Pada saat ini, pemerintah juga memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi. Media digital dalam pemerintahan juga dapat dijadikan

media dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pembangunan yang transparan, akuntabilitas dan partisipatif untuk kemajuan pembangunan yang lebih sejahtera,merata dan berkeadilan (Windiasih, 2019).

Melihat kondisi masyarakat yang milenial ini sudah modern dan canggih dalam berkomunikasi dengan memanfaatkan media yang semakin beragam dan berkembang. Penggunaan media teknologi digital berbasis internet yang memiliki berbagai akun media sosial populer saat ini diantaranya yaitu Instagram, Youtube dan berbagai platform media sosial lainnya. Tentu di era digital platform media sosial tersebut sangat dibutuhkan karena dengan adanya media komunikasi digital itu lembaga pemerintah bisa memberikan informasi kepada orang agar tetap bisa berinteraksi tanpa harus bertemu tatap muka langsung. Diantaranya penyebaran informasi Kegiatan Kaistimewan dari lembaga Paniradya Kaistimewan. Media merupakan media yang paling populer dalam menjalankan fungsinya karena bisa dilihat dari banyaknya jumlah pengikut, serta respon pada kolom komentar di setiap postingan di Instagram (Novianti et al., 2020).

Negara Kesatuan Republik Indonesia terbagi menjadi berbagai provinsi yang terbagi di daerah kabupaten dan kota. Setiap daerah juga memiliki struktur pemerintahan masing-masing yang sudah diatur dan ditetapkan oleh Undang-Undang Pemerintah Daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menjalankan sistem Pemerintahannya berdasarkan asas otonomi daerah yang diatur oleh pemerintah pusat. Dalam Pasal 18B UUD 1945 menyiratkan bahwa Negara Republik Indonesia memberikan peluang kepada beberapa daerah khusus salah satunya DIY. Tujuan dari pemberian dana keistimewaan ini kepada daerah khusus ini adalah untuk menjaga keistimewaan daerah tersebut, menjaga nilai nilai budaya yang ada, dan juga dapat mensejahterakan masyarakat di provinsi khusus tersebut.

Otonomi istimewa yang diberikan kepada Daerah Istimewa Yogyakarta diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 tentang keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta pemberian otonomi khusus merupakan kebijakan yang bernilai strategis untuk jangka panjang dengan tujuan untuk pelayanan publik, akselerasi pembangunan dan pemberdayaan untuk seluruh masyarakat yang ada di Provinsi DIY dengan membuka peluang kemandirian dalam mengelola sumber-sumber daya yang ada. Dana Keistimewaan yaitu dana yang berasal dari anggaran pendapatan dan belanja negara yang dialokasikan untuk mendanai kewenangan istimewa dan merupakan bagian dari dana transfer ke daerah dan dana desa.

Dengan adanya Dana Keistimewaan Yogyakarta diharapkan dapat mensejahterakan masyarakat DIY sejak UU No 13 tahun 2012 ditetapkan (Sekar Arum et al., 2021). Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 6 Tahun 2021 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara TA 2022. Dana Keistimewaan DIY ditetapkan Rp. 1,32 Triliun (Kemenkeu, 2022) Tentu danais masuk ke sebuah lembaga yang menjalankan urusan keistimewaan yang di pimpin oleh seorang Paniradya Pati. Lembaga Paniradya Kaistimewan DIY merupakan lembaga baru yang dibentuk berdasarkan Perdas Nomor 1 Tahun 2018 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan ketentuan Pasal 7 ayat (1) Perdas Nomor 1 Tahun 2018, Paniradya Kaistimewan yang memiliki tugas yaitu membantu Gubernur dalam penyusunan kebijakan urusan keistimewaan dan pengkoordinasian administrasi urusan keistimewaan di wilayah DIY ini. Penduduk di Kota Yogyakarta sendiri sampai tahun 2022 menurut statistik penduduk Provinsi berjumlah 415.382 jiwa. Tentu pada saat ini mayoritas masyarakat sudah memasuki era milenial sehingga Pemerintah harus ikut

menyesuaikan dengan perkembangan era ini. Generasi milenial yang sangat familiar dengan penggunaan teknologi seperti handphone, komputer, laptop maupun internet.

Dalam koordinasi hubungan antar lembaga yang sudah diatur dalam pasal 3 ayat (1) huruf b angka 2 yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pelayanan dan Umum. Maka dari itu pada pasal 10 memiliki tugas untuk melaksanakan fasilitasi dan koordinasi penguatan peran dan tanggung jawab kasultanan dan kadipaten untuk melaksanakan koordinasi antar lembaga dan masyarakat dalam penyelenggaraan urusan keistimewaan. Maka dari itu ini Kepala bagian Pelayanan Umum paniradya Kaistimewan tidak bergerak sendiri dalam menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan keistimewaan yang berkolaborasi dengan Hubungan Antar Lembaga. Untuk menyebarkan Informasi ada 3 metode yang digunakan oleh Paniradya Kaistimewan yaitu mainstream, media sosial dan tatap muka. Di era digital ini dalam penyebaran informasi juga adanya adaptasi kebiasaan baru pada saat tatap muka mengalami pengurangan sehingga media komunikasi onlinelah yang menjadi tombak penyebarluasan informasi keistimewaan.

Fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat era milenial kini yaitu memanfaatkan media sosial yang digunakan sebagai sarana mendapatkan informasi kegiatan keistimewaan DIY yang diselenggarakan oleh Paniradya Kaistimewan. Banyaknya informasi keistimewaan ini mengundang masyarakat yang turut berpartisipasi dan kontribusi dalam berbagi macam kegiatan yang diselenggarakan dengan tujuan kesejahteraan sosial. Maka dari itu pihak Lembaga *Paniradya Kaistimewan* memanfaatkan media sosial sebagai bentuk sarana komunikasi pemerintahan untuk menyampaikan kegiatan keistimewaan ke khalayak masyarakat umum. Terdapat banyak urusan keistimewaan DIY untuk di Informasikan dan di Koordinasikan kepada masyarakat terutama memastikan supaya program yang

terselenggara berkat Danais bisa di rasakan manfaatnya untuk masyarakat desa dan pedukuhan sehingga bisa memberi kesejahteraan dan ketentraman kepada warga DIY.

Penelitian ini menganalisis proses komunikasi melalui media sosial dalam strategi penyampaian Informasi kepada masyarakat dengan tujuan kesejahteraan sosial. Tentu informasi yang disebarluaskan lebih banyak menggunakan media. Media sosial merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi antar dua orang atau lebih dengan media foto maupun video (Maharani & Djuwita, 2020). Mengingat banyaknya masyarakat yang ketergantungan dengan teknologi informasi dan komunikasi dalam berinteraksi sosial yang memanfaatkan media sosial, maka dari itu perlunya penelitian lebih lanjut. Dalam penelitian ini , akan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan diatas, maka penulis memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Komunikasi Pemerintah melalui media sosial oleh Paniradya Kaistimewan DIY dalam Strategi Penyebaran informasi Keistimewaan DIY tahun 2022 ?
2. Apa Faktor pendukung dan penghambat pada saat proses penyebaran informasi keistimewaan oleh Paniradya Kaistimewan DIY tahun 2022?

## C. TUJUAN PENELITIAN

Terkait dengan latar belakang dari permasalahan yang telak dikemukakan, maka tujuan yang dianggap relevan dalam penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui Proses Komunikasi Pemerintah melalui media sosial oleh Paniradya Kaistimewan dalam penyebaran informasi keistimewaan DIY di 2022.
2. Mengetahui Faktor pendukung dan penghambat dari proses penyebarluasan informasi Keistimewaan melalui media sosial yang dilakukan oleh Paniradya Keistimewan Tahun 2022.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan dalam menambah informasi ilmiah atau temuan yang berhubungan dengan media sosial sebagai sarana komunikasi penyebaran informasi Keistimewaan DIY.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga Paniradya Keistimewan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi evaluasi dalam pengembangan media sosial yang dilakukan oleh Paniradya Keistimewan dalam memberi informasi keistimewaan.

- b. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dan Refrensi acuan mengenai penyebarluasan informasi keistimewaan dengan memanfaatkan media sosial.

#### **E. PENELITIAN TERDAHULU**

Terdapat berbagai penelitian – penelitian terdahulu yang mengkaji terkait media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan dalam penyebaran informasi kegiatan dana keistimewaan dapat ditemui dalam sejumlah literature. Adapun penelitian –

penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan topik penelitian yang akan diangkat dapat dilihat pada tabel berikut :

Dalam penelitian Anang Sugeng Cahyono (2017) terdapat pola perilaku masyarakat yang memiliki perubahan dengan memanfaatkan media sosial. Dimana manusia saling bisa berinteraksi didunia nyata tanpa harus saling bertemu secara langsung untuk berkomunikasi. Sehingga peran pemerintah dalam menyusun peraturan mengenai penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai sara teknologi informasi.

Evi Novianti, Aat Ruchiyat Nugraha, Lukiati Komalasari, Kokom Komariah, Diah Sri Rejeki (2020) mendapat hasil temuan Pemanfaatan media sosial sangat berpengaruh Melalui media Instagram, Youtube, Facebook serta humas. Dengan memanfaatkan media sosial tentu sebagai alat untuk berkomunikasi,berkolaborasi antar pegawai internal,eksternal maupun publik. Verisha Erina Maharani, Dr Amalia Djwita, Dra.,M.M (2020) mengungkap hasil pada penyebaran informasi ke masyarakat dengan menggunakan kriteria penyebaran informasi yaitu kesegeraan,variasi bahasa,keragaman isyarat dan sumber personal. Jenis informasi yang diberitakan juga aspek penting diantaranya informasi mengenai pembangunan,bantuan sosial,keadaan darurat dan masih banyak lagi.

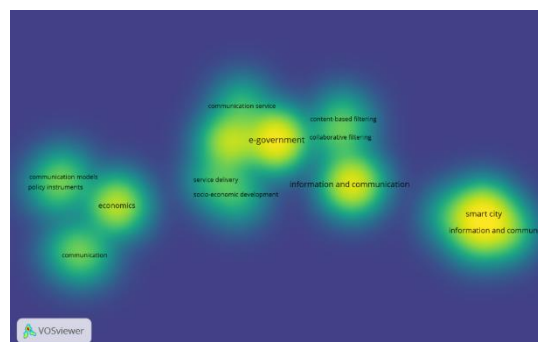
Rili Windiasih (2019) juga memperoleh hasil penelitian perkembangan teknologi di era digital saat ini pemerintah daerah harus berinovasi untuk mengembangkan media digital melalui e-governence dalam melakukan pelayanan publik. Dalam pemanfaatan media digital ini juga bisa meningkatkan kualitas kinerja lebih efektif, efisien dan cepat untuk menyebarluaskan program pemerintah. Jefri Rafli Pasha (2022) hasil temuan penelitiannya yaitu Pemanfaatan media sosial yang digunakan untuk sarana komunikasi belum dikatakan efektif dikarenakan ada beberapa

masyarakat yang mendukung dan tidak mendukung dengan media sosial karena keterbatasan jaringan.

Heri Juanda (2017) hasil penelitian yang membahas mengenai pentingnya Humas yang berfungsi untuk menyebarluaskan informasi terkait pelaksanaan kegiatan dibutuhkannya strategi sehingga informasi bisa tersampaikan dan mempengaruhi pola pikir khalayak dengan memanfaatkan media sosial. Theresia Marrie Rosari Chrysaninta Wibowo Putri (2019) hasil penelitian menghasilkan Kemajuan teknologi yang tidak diimbangi dengan budaya maka akan terjadi menumbuhkan perselisihan bahkan kebencian.

Centurion Chandratama Priyatna, F.X Ari Agung Prastowo, Fajar Syuderajat, Anwar Sani (2020) mendapat hasil penelitian pentingnya melihat perkembangan informasi di masyarakat dalam pengelolaan komunikasi publik. Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, Lukiati Komala Erdinaya, Kokom Komariah (2020) Humas di lembaga pemerintahan untuk menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi 4.0 dengan kondisi masyarakat yang semakin kritis sehingga melalui komunikasi yang terjalin antara pemerintah dan masyarakat melalui media digital dapat memberikan kekuatan dan kelemahan.

### Hasil dilihat dari Vosviewers



**Gambar 1.** Vosviewers

Dari hasil penelitian di atas, 10 peneliti yang memiliki fokus pembahasan berbeda beda tetapi masih satu lingkup pembahasan. Dari hasil pencarian menggunakan



scopus dengan keyword media sosial yang dihubungkan dengan vosviewrs maka terhadap muncul beberapa point atau pembahasan yang sudah banyak diteliti orang lain diantaranya e-government yang banyak memberi informasi dan komunikasi dalam mengembangkan smart city. Penelitian ini fokus membahas membentuk pola komunikasi kepada masyarakat untuk menyampaikan informasi dari lembaga pemerintah setempat. Penelitian ini dilakukan oleh para peneliti yang direalisasikan oleh lembaga Instansi Pemerintah dalam memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan program pemerintah. Dalam pemanfaatan media komunikasi termasuk memanfaatkan media sosial.

Penggunaan media sosial dianggap lembaga pemerintah menjadi salah satu solusi terbaik untuk membentuk komunikasi dengan publik tanpa harus bertemu terlebih dahulu sehingga bisa melihat perkembangan informasi di masyarakat. Peneliti ini akan meneliti bagaimana strategi komunikasi pemerintah melalui media sosial dalam penyebaran informasi Kegiatan Keistimewaan DIY. Karena media sosial ini banyak memberi informasi mengenai Kegiatan Keistimewaan yang berguna untuk kesejahteraan bagi masyarakat Yogyakarta. Maka pentingnya peneliti untuk meneliti untuk melihat pemanfaatan sosial lembaga itu tetap memberikan komunikasi yang efektif kepada masyarakat.

## F. KERANGKA TEORI

### 1) Komunikasi Pemerintah

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pendapat, pemikiran dan perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Dari beberapa definisi bisa dijabarkan komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dan pikiran dari

seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang dapat dipahami dengan tujuan untuk mempengaruhi atau merubah sikapnya. Dapat dikatakan komunikasi bagian dari proses pengoperan gagasan, pendapat atau pemikiran dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang mudah dipahami. (Supiori, 2009). Tujuan dilakukannya komunikasi tentu untuk mempengaruhi pendapat atau merubah perilaku komunikasi. Menurut pendapat Widjaja (1986:10-11) tujuan dilakukan adanya komunikasi untuk a.) supaya pesan komunikasi atau informasi yang kita sampaikan dapat dimengerti b.) memahami orang lain c.) supaya gagasan kita dapat diterima orang lain d.) dapat menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Maka dapat dilihat tujuan komunikasi yang baik yaitu dapat mencapai kesepakatan bersama antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi dalam buku Ilmu Komunikasi (Mulyana:2005) definisi dari Charles Cooley Komunikasi adalah suatu mekanisme yang menyebabkan ada dan berkembangnya hubungan antar manusia, melalui semua lambang pikiran, bersama dengan sarana untuk menyebarkan dalam ruang dan menyebarkan dalam waktu. Menurut Harlod Lasswell (Drs. Riswandi, n.d.) komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa atau hasil apa. Maka komunikasi terdapat 5 unsur proses komunikasi yaitu:

1. Komunikator (sumber/pengirim) yaitu sumber/asal informasi yang dikomunikasikan atau orang yang mengambil prakarsa dalam berkomunikasi
2. Pesan (buah pikiran/idea/message) yaitu pengertian dari komunikator yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang misalnya berupa gerakan, sinar, suara, tulisan, gambar dan lain-lain
3. Sarana (perantara/media) adalah sarana tempat berlalunya lambang-lambang tersebut. Saluran tersebut berupa indera pendengaran untuk pesan yang berupa

suara, indera pengelihatan untuk pesan yang berupa cahaya, indera penciuman untuk pesan yang berupa bau-bauan, indera peraba untuk pesan yang berupa getaran/rabaan. Selain saluran alat indera terdapat juga alat indera, terdapat pula saluran fisik yang lain, yaitu: buku, surat, disket dan bentuk rekaman lainnya yang bertujuan untuk menggandakan pesan. Televisi, telepon, radio yang bertujuan untuk mendekatkan jarak komunikator dengan komunikan, Loud Speaker untuk memperkuat intensitas pesan.

4. Komunikan (penerima pesan) adalah orang yang menerima berita atau lambang-lambang pesan yang dapat disebut reseptor.
5. Effect (Dampak dari pesan tersebut)

**Jenis komunikasi juga dapat dibedakan menurut beberapa sudut pandang, diantaranya yaitu:**

1. Dapat dilihat dari cara penyampaiannya : komunikasi langsung yang biasanya dilakukan dengan cara wawancara dan komunikasi tidak langsung yang biasanya menggunakan perantara dilakukan melalui surat, koran dan radio.
2. Dilihat dari arahnya : jenis komunikasi yang dilakukan dengan komunikasi satu arah yang dapat dicontohkan dengan radio dan Tv dan jika komunikasi dua arah dapat dilakukan dengan cara wawancara dan diskusi.
3. Dilihat dari sisi sifatnya : komunikasi dilakukan secara informatif yaitu komunikasi yang memberi informasi dan penjelasan sedangkan komunikasi persuasif berisi mengenai ajakan dan himbauan dan komunikasi koersif komunikasi yang berisi perintah dengan sanksi.
4. Dilihat dari jumlah sasarannya : komunikasi perorangan yaitu dilakukan dengan cara melakukan wawancara, komunikasi kelompok dilakukan dengan ceramah dan komunikasi massal yang di munculkan pada surat kabar atau koran.

5. Dilihat dari polanya : komunikasi yang dilakukan dengan pola lingkaran yaitu komunikasi dalam suatu organisasi ,komunikasi pola garis lurus yaitu perintah yang bersifat rahasia,komunikasi pola menyebar dilakukan dengan cara ceramah dan pola komunikasi pola berantai desas desus.

Konsep komunikasi pemerintah menurut Erliana Hasan (2005) komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Untuk itu dalam kondisi yang seperti ini pemerintah memiliki kewenangan yang bertanggung jawab untuk bisa merespon keinginan masyarakat dalam proses komunikasi. Hal ini komunikasi pemerintahan mengacu pada tujuan peran dan praktek komunikasi yang dilaksanakan oleh politisi eksekutif dan pejabat dari lembaga-lembaga publik lainnya untuk pelayanan pemikiran politik yang didasarkan persetujuan langsung atau tidak langsung rakyat dan dibebankan untuk memberlakukan mereka.

1. Strategi Komunikasi Pemerintahan harus sesuai dengan kegiatan komunikasi berdasarkan rencana dan strategi komunikasi yang terdiri dari elemen-elemen dasar yaitu:

1. Menentukan tujuan komunikasi
2. Menentukan target komunikasi
3. Menentukan pesan yang akan disampaikan
4. Menentukan waktu yang tepat berdasarkan tahapan pembuatan keputusan dalam rangka mencapai efek maksimum
5. Menentukan metode dan media yang digunakan
6. Menentukan saluran komunikasi yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran.

2. Tahapan pengembangan perencanaan komunikasi yang terdiri dari beberapa tahapan diantaranya yaitu :

1. Menganalisis masalah
2. Menyusun peran yang akan dimainkan oleh komunikasi
3. Mengidentifikasi target sasaran
4. Mengidentifikasi tujuan komunikasi
5. Mengidentifikasi strategi atau pesan
6. Mengidentifikasi alat-alat komunikasi
7. Pendanaan kegiatan komunikasi
8. Mengorganisasi kegiatan komunikasi
9. Perencanaan
10. Melakukan evaluasi. (bersumber dari kutipan <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemerintahan>)

Komunikasi pemerintahan juga memiliki beberapa prinsip diantaranya menurut Joel Netshitenzhe dalam government communicators handbook menyatakan bahwa berikut prinsip dasar komunikasi.

3. Prinsip dasar komunikasi pemerintahan sebagai berikut:

1. Sebagai pusat layanan komunikasi harus memiliki kewenangan untuk melaksanakan kegiatan publik tersebut
2. Kerja pemerintah adalah sebuah kegiatan publik
3. Para pejabat politik adalah komunikator utama dalam komunikasi pemerintahan
4. Setiap orang dalam pemerintahan adalah seorang komunikator

5. Komunikasi pemerintahan didasarkan pada program dan strategi komunikasi yang terpadu.
6. Struktur komunikasi tidaklah mencerminkan kebijakan.
7. Komunikasi lebih dari sekedar media perantara
8. Bentuk komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi langsung dan pertukaran bersama mengenai suatu pandangan dengan publik
9. Dalam mengerjakan kampanye dan program diperlukan usaha untuk memahami lingkungan komunikasi
10. Kampanye komunikasi dapat berjalan dengan baik ketika bekerjasama dengan pihak lain di luar pemerintah

Untuk proses komunikasi, komunikator merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan efektivitas dari aktivitas proses komunikasi. Djamaludin dalam jurnal Harris ada beberapa komponen yang harus ada pada komunikator diantaranya:

#### 4. Komponen Komunikator

1. Kredibilitas sumber mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki keahlian dan dipercaya. Semakin ahli dan dipercaya. Semakin ahli dan dipercaya sumber informasi semakin efektif pesan yang disampaikan
2. Daya tarik seorang komunikator bisa terjadi karena penampilan fisik, gaya bicara, sifat pribadi, keakraban, kinerja, keterampilan komunikasi dan perilaku.
3. Sumber disukai oleh masyarakat yang bisa jadi sumber tersebut mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan.

#### 5. Hambatan Komunikasi Pemerintah

Menurut Simon, Smithburg, dan Thomson dalam Handbook of Administrative Communication mengungkapkan terdapat beberapa hambatan komunikasi

pemerintahan, diantaranya yaitu hambatan bahasa, kerangka referensi, jarak status, jarak geografis, perlindungan diri dari inisiator, tekanan pekerjaan lainnya, dan adanya pembatasan yang disengaja pada komunikasi.

## 2) Media Sosial

Media merupakan sebuah saluran untuk menyampaikan informasi dan pesan dari komunikator kepada khalayak banyak. Menurut Effendy komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memberi tahu, mengeluarkan pendapat, mengubah pola sikap dan perilaku baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu komunikasi sebuah proses yang dilakukan oleh manusia untuk menjalin hubungan dengan lingkungan sekitar. Komunikasi yang tidak saja dikenal dengan kehumasan tetapi juga memiliki pemahaman yang luas dalam aspek kehidupan manusia.

Media Sosial sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas. Media sosial merupakan media jejaring sosial baru yang pada proses sosial ini dengan cara cepat dan mencapai keadaan yang maksimal sehingga bisa menciptakan berbagai informasi dan realisasi sosial. (Watie, 2016).

Karakteristik dari media sosial

Media sosial yang memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. (Kurnia et al., 2018) Ada karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2016, hlm, 15) yaitu terdiri dari :

### 1. Jaringan

Media sosial yang terbangun dari struktur sosial yang tersambung dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk sebuah jaringan yang diantara penggunaannya sehingga media sosial sendiri memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

## 2. Informasi

Informasi yang diperoleh dari pentingnya sosial media karena dalam media sosial terdapat aktifitas untuk memproduksi sebuah konten yang informatif berdasarkan keadaan yang ada.

## 3. Arsip

Media sosial juga digunakan sebagai arsip dari sebuah konten yang sudah disebarluaskan sehingga untuk dilihat dan diakses sampai kapanpun dan melalui perangkat apapun bisa.

## 4. Interaksi

Karakter dari media sosial yang terbentuknya jaringan antar pengguna fungsinya tidak hanya memperluas hubungan pertemanan saja tetapi juga memperbanyak followers pada akun media sosialnya. Bentuk sederhana respon dari sosial media dapat berupa komentar dan like.

## 5. Simulasi sosial

Interaksi di media sosial sendiri bisa dikatakan bentuk realitas yang terjadi pada setiap apa yang terjadi di masyarakat dengan memperhatikan aturan dan etika bagi penggunaannya.

## 6. Konten oleh Pengguna

Karakteristik dari konten dan pengguna sepenuhnya konten dalam media sosialnya juga berdasarkan pemilik akunnya. Konten yang digunakan juga bisa memproduksi dari konten yang produksinya oleh pengguna lain.



## 7. Penyebaran

Penyebaran adalah kegiatan yang tidak hanya menghasilkan dan mengkonsumsi konten saja tetapi juga aktif menyebarluaskan dan mengembangkan konten oleh pengguna dari akunnya.

### Fungsi media sosial

Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis online yang memiliki banyak pengguna dari berbagai penjuru duni. Media sosial juga digunakan untuk melakukan interaksi sosial yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Berikut fungsi dari media sosial (Tenia, 2017):

#### 1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi dari jutaan berita sehingga penyebaran informasi bisa lebih cepat sampai kepada masyarakat umum melalui media sosial.

#### 2. Mendapatkan hiburan

Sebagai sarana hiburan untuk menghibur kondisi seseorang yang dalam keadaan merasa sedih, stress ataupun merasakan kejenuhan pada suatu hal. Maka dengan bermain media sosial juga bisa mengurangi perasaan negatif pada diri seseorang.

#### 3. Komunikasi online

Untuk mengakses media sosial yang dimanfaatkan pengguna untuk berkomunikasi dengan satu orang individu maupun grub. Melakukan komunikasi seperti online, chatting, membagikan status mapun memberi kabar hingga menyebarkan undangan. Hal ini dilakukan karena dianggap lebih efektif dan efisien.

#### 4. Menggerakkan masyarakat

Terdapat banyak permasalahan yang kompleks di lingkup masyarakat yang terdiri dari hal politik, pemerintahan, suku, ras, agama dan budaya. Maka salah satu menanggapi berbagai masalah tersebut dengan memberikan kritikan, saran, celaan dan pembelaan melalui media sosial.

#### 5. Sarana berbagi

Media sosial juga dapat dijadikan berbagi informasi yang bermanfaat dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut maka diharapkan pihak yang terkait bisa mengetahui informasi apa yang disampaikan.

#### Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) dari kutipan jurnal (Siregar, 2022) terdapat enam kategori dari jenis media sosial diantaranya yaitu :

##### 1) Media Jejaring Sosial

Media jejaring sosial ini merupakan media yang digunakan untuk melakukan hubungan sosial yang menimbulkan dampak dari melakukan hubungan sosial secara virtual. Situs jejaring sosial yang dibuka untuk membentuk jaringan pertemanan baru yang dicontohkan dengan Facebook.

##### 2) Jurnal Online (blog)

Blog merupakan media sosial yang penggunaannya untuk mengunggah aktivitas harian untuk saling mengomentari dan berbagi. Blog cenderung lebih kesitus pribadi yang dianggap menarik dan dapat diperbarui setiap harinya. Setiap pemilik blog jurnal ini memiliki personal homepage untuk domain sendiri dan fasilitas penyedia halaman seperti weblog gratis seperti wordpress maupun blogspot.

##### 3) Jurnal Online Sederhana

Jurnal online merupakan media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasi aktifitas dan menulis pendapatnya yang dapat dicontohkan dengan Twitter.

#### 4) Media Berbagi

Media berbagi disini merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dari dokumen file, audio maupun gambar yang dicontohkan dengan Youtube.

#### 5) Penanda Sosial

Penanda sosial ini merupakan situs bookmarking yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi secara online seperti LintasMe.

#### 6) Media konten bersama

Media konten bersama merupakan situs yang kontennya di kolaborasikan dengan para penggunaanya. Media konten seperti wiki yang berisi mengenai pengertian, sejarah hingga beberapa rujukan buku yang terdiri dari banyaknya penjelasan penjelasan yang dikerjakan oleh pengunjung dari semua pengunjung untuk mengisi konten.

Dampak Positif dan Dampak Negatif dari penggunaan media komunikasi sosial khususnya Instagram membawa pengaruh terhadap perubahan sosial masyarakat yang bisa menghilangkan nilai dan norma di masyarakat (Istiani & Islamy, 2020).

#### 1. Dampak Positif dari komunikasi menggunakan media sosial yaitu:

- a) Bisa memudahkan kita untuk lebih berinteraksi dengan orang banyak
- b) Dapat memperluas pergaulan dengan memperbanyak koneksi dan jaringan untuk mengekspresikan diri
- c) Dapat menyebarkan informasi secara langsung dan cepat

- d) Biaya yang dikeluarkan lebih hemat tanpa harus menempuk jarak
2. Dampak Negatif dari komunikasi menggunakan media sosial yaitu:
- a) Mudah menjauhkan orang yang sudah dekat karena terlalu mengabaikan orang-orang di kehidupan sehari-sehari.
  - b) Menurunnya interaksi tatap muka secara langsung menurun, maka seseorang akan lebih malas untuk melakukan pertemuan
  - c) Membuat orang kecanduan terhadap internet
  - d) Rentan terhadap pengaruh buruk dari orang lain
  - e) Bisa menimbulkan konflik yang berujung pada perpecahan

### 3) Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjalankan program komunikasi kepada khalayak umum yang tepat sasaran dengan harapan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi dalam program komunikasi membutuhkan suatu cara yang pas supaya tujuan bisa tercapai. (Aan Widodo & Permatasari, 2020). Strategi komunikasi pemerintah dilihat dari pengemasan sebuah materi yang berkualitas dengan berbagai komunikasi kekinian, strategi komunikasi yang perlu dijadikan acuan dalam perbaikan tata kelola komunikasi pemerintah. Kualitas komunikasi pemerintah sangat penting untuk kesejahteraan masyarakat. (Luas et al., 2020). Strategi komunikasi pemerintah bertujuan untuk mencapai suatu komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara efektif untuk menyebarkan informasi yang di terima oleh masyarakat mengenai penyebaran informasi keistimewaan DIY.

Strategi komunikasi bermanfaat untuk melakukan komunikasi yang efektif. Maka dari itu adanya tujuan dari strategi komunikasi yaitu a) Announcing yaitu menyampaikan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan untuk menarik sasaran yang berfungsi untuk memunculkan informasi pendukung. b) Motivating yaitu untuk memotivasi yang berkaitan dengan tujuan dan isi pesan yang ingin disampaikan. c) Educatting yaitu untuk memberi edukasi mendidik terhadap pesan yang akan disampaikan sehingga masyarakat bisa menilai baik buruk dari pesan yang kita sampaikan (Arif Widodo, 2021). Strategi komunikasi pemerintah harus berdasarkan rencana dan strategi komunikasi yang terdiri dari elemen dasar diantaranya yaitu menentukan tujuan komunikasi, menentukan target komunikasi, menentukan pesan yang disampaikan dan menentukan waktu yang tepat.

#### **Komponen Strategi Komunikasi**

Untuk melakukan strategi komunikasi maka perlunya komponen-komponen komunikasi yang akan mempengaruhi faktor komunikasi dan hambatan komunikasi. Terdapat 4 komponen utama yang menjadi pusat dalam strategi komunikasi.

##### **a. Komunikator**

Komponen komunikator yaitu sebuah proses strategi komunikasi yang baik dan bisa dipercaya untuk menarik daya tarik dan kredibilitas. Dimana komunikator akan memiliki daya tarik tersendiri sehingga bisa menyesuaikan sikap, pendapat dan keinginan sesuai dengan komunikatornya. Kredibilitas komunikator merupakan audience atau sasaran penerima informasi itu percaya dari apa yang disampaikan oleh komunikator.

##### **b. Pesan Komunikasi**

Pesan komunikasi merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator dengan tujuan untuk strategi komunikasi supaya pesan yang disampaikan dapat

diterima oleh sasaran. Pesan yang disampaikan cenderung bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Bahasa yang dipergunakan hendaknya mudah dimengerti tidak menggunakan bahasa yang asing. Tentu pesan yang akan disampaikan bisa menarik perhatian masyarakat dengan rasa simpati.

c. Media Komunikasi

Dalam pemilihan strategi komunikasi juga bisa disesuaikan medianya sehingga tidak terbatas hanya pada media cetak maupun media massa saja. Sehingga harus adanya media lain dengan tujuan pesan yang disampaikan bisa dicapai.

d. Khalayak Sasaran

Sasaran penting dari strategi komunikasi karena disesuaikan dengan tujuan dan kepentingan dari pesan yang disampaikan ke khalayak umum.

**Fungsi dan Kriteria Strategi Komunikasi**

Strategi Komunikasi memiliki fungsi yang berkaitan dengan kegiatan menurut Achmad, dkk, (1997:33) :

- a. Fungsi penyebarluasan pesan yang ingin disampaikan oleh khalayak bisa memperoleh hasil yang optimal
- b. Bisa memberi kemudahan dalam menyampaikan kesenjangan budaya dari apa yang diperoleh dari berbagai media.

Strategi Komunikasi Menurut Liliweri, (2011:250) ada beberapa standar kualitas strategi komunikasi yang bisa diamati dengan

- a. Dapat mengidentifikasi visi dan misi untuk mencapai tujuan komunikasi dalam jangka panjang. Beberapa visi dan misi merupakan tujuan, harapan, cita-cita ideal dalam komunikasi.

- b. Menentukan program dan kegiatan. Program dan kegiatan merupakan sebuah aktivitas yang harus dikerjakan sesuai dengan perencanaan.
- c. Menentukan tujuan dan hasil dari program dan kegiatan yang sudah direncanakan dari kebijakan.

### **Manajemen Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi dalam perencanaan yang lebih efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan. manajemen menurut Teori POAC oleh George R Kelly yang terdiri dari Planning, Organizing, Actualizing dan Controlling. Manajemen strategi ini di kolaborasikan dengan proses komunikasi oleh Laswell sehingga komunikasi yang dirancang dan dilaksanakan dengan baik, maka akan ada manfaat yang bisa diperoleh. Untuk pelaksanaan komunikasi tentu ada manajemen untuk mempermudah dalam penyebaran informasi atau pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak atau masyarakat. Maka sistem manajemen proses komunikasi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik.

### **Analisis SWOT**

Dalam Analisis SWOT di dalam strategi komunikasi juga bisa digunakan untuk mengukur S Strengths yaitu kekuaran-kekuatan yang dimiliki, W Weakness yaitu kelemahan-kelemahan yang ada, O Opportnities yaitu peluang-peluang yang mungkin bisa diperoleh, dan T yaitu Threats yaitu ancaman-ancaman yang bisa ditemui. Keempat hal ini saling berkaitan.

Dari sisi strength atau kekuatan, maka dari pengamatan bisa dilihat dari dua sisi yaitu dari kekuatan tim hubungan antar lembaga dari Paniradya Kaistimewan dan kekuatan sumber informan yang akan menyebarluaskan. Sementara weakness atau kelemahan, maka pengkajiannya yaitu kebalikan dari kekuatan. Dimana, Kekuatan dari

lembaga Paniradya Kaistimewan dan kekuatan dari informasi yang disebarluaskan. Kelemahan juga merupakan sebuah hal yang harus diperhatikan. Kelemahan dari Paniradya Kaistimewan dalam menyebarkan informasi Keistimewaan kepada masyarakat.

Dari sisi opportunities atau peluang, maka hal yang dilakukan lebih kepada peluang yang dimiliki oleh Paniradya Kaistimewan dalam menyebarkan informasi keistimewaan untuk memengaruhi masyarakat. Selain itu, juga dilihat dari peluang dari tim Hubungan Antar Lembaga Paniradya Kaistimewan DIY dalam menyusun program komunikasi yang akan disebarluaskan untuk masyarakat.

Dari sisi threats atau ancaman, merupakan melihat dari ancaman dari luar sehingga semuanya bisa diamati terutama dalam mencegah berita bohong atau yang disebut hoax terkait Keistimewaan. Ancaman ini merupakan unsur dari luar yang harus dianalisis dengan baik. Untuk itu terdapat faktor penting yang memberikan pemahaman terhadap masyarakat sehingga masyarakat di DIY sehingga tidak mudah terbawa berita bohong.

## G. DEFINISI KONSEPTUAL

### 1. Proses Komunikasi Pemerintah

Komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Untuk itu dalam kondisi yang seperti ini pemerintah memiliki kewenangan yang bertanggung jawab untuk bisa merespon keinginan masyarakat dalam proses komunikasi. komunikasi pemerintahan mengacu pada tujuan, peran dan praktek komunikasi yang dilaksanakan oleh politisi eksekutif dan pejabat dari lembaga-lembaga publik lainnya untuk pelayanan pemikiran politik yang didasarkan persetujuan langsung atau tidak langsung rakyat dan dibebankan untuk memberlakukan mereka.



## 2. Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari komunikasi dengan masyarakat yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Komunikasi ini dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan masyarakat dan pihak-pihak yang berada di luar lembaga pemerintah. Dengan adanya media komunikasi digital inilah kehadiran teknologi informasi yang terbukti mampu menghadirkan efek suatu informasi secara aktual. Komunikasi digital yang bisa dijangkau dengan siapa saja dan memberikan informasi secara cepat. Selain itu media komunikasi digital yang bersifat asynchronous yaitu tetap berinteraksi tetapi tidak bertemu secara langsung.

## 3. Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjalankan program komunikasi kepada khalayak umum yang tepat sasaran dengan harapan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi dalam program komunikasi membutuhkan suatu cara yang pas supaya tujuan bisa tercapai. Strategi komunikasi pemerintah bertujuan untuk mencapai suatu komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara efektif untuk menyebarkan informasi yang di terima oleh masyarakat mengenai penyebaran informasi keistimewaan DIY.

## H. DEFINISI OPERASIONAL

Penelitian ini disajikan dalam bentuk beberapa indikator mengenai Strategi Komunikasi Pemerintah melalui media sosial Paniradya Kaistimewan dalam penyebaran informasi keistimewaan DIY. Maka gambaran penelitian untuk mengukur variabel yang dijadikan acuan dari penelitian Menurut Harlod Laswell (Drs. Riswandi, n.d.) sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Parameter
<b>Proses Komunikasi Pemerintah</b>	a. Komunikator (Sumber/Pengirim Informasi)	- Narasumber dalam penyebaran informasi keistimewaan
	b. Pesan	- Pesan Informasi yang disampaikan oleh Komunikator
	c. Sarana (Perantara)	- Media Sosial dalam proses penyebaran informasi keistimewaan
	d. Komunikan (Penerima Pesan)	- Penerima dari informasi yang disebarluaskan
	e. Efek (dampak dari Pesan)	- Dampak positif dari penyebaran informasi keistimewaan melalui media sosial - Dampak negatif dari penyebaran informasi keistimewaan melalui media sosial

## I. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan tahapan yang harus dilalui oleh penulis yang terdiri dari langkah-langkah dalam memperoleh data atau informasi yang diperlukan kemudian diolah dan dianalisa secara ilmiah. Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis data penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

### 1) Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan menggunakan Penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi Hal ini tentu dapat sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pemanfaatan media komunikasi digital melalui beberapa landasan yang digunakan oleh penulis.

Menurut H.B Sutopo Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak melalui proses hitungan, walaupun data yang diperoleh dapat disampaikan dengan angka, proses pengumpulan data kualitatif dapat berupa wawancara, pengamatan, dokumen dan arsip. Penulis yang mendeskripsikan perbandingan antara landasan teori yang digunakan oleh penulis dengan hasil temuan penulis pada saat pengumpulan data sehingga dapat dibentuk adanya suatu kesesuaian atau ketidaksesuaian dalam kesimpulan dari penelitian ini.

### 2) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan berlangsung di Kantor Paniradya Kaistimewan DIY dan berada di divisi Sub Bagian Hubungan Antar Lembaga. Lokasi tersebut di pilih karena Kantor Paniradya merupakan lembaga baru yang bersifat struktural. Alasan

peneliti memilih Kantor Paniradya sebagai tempat penelitian karena Kantor Paniradya merupakan kantor yang berdiri sendiri tanpa ada atasan kementerian dan berkaitan dengan apa yang dibahas dimana lembaga Paniradya ini membahas mengenai pengelolaan, penyaluran dan melaksanakan terkait dengan penyebaran informasi kegiatan keistimewaan dengan memanfaatkan media sosial.

### 3) Jenis Data Penelitian

Penelitian ini dilihat untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah melalui media sosial oleh Paniradya Kaistimewan. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan dari data primer dan data sekunder sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dilapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan dan subjek penelitian vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian pada akun media sosial Paniradya Kaistimewan.

No	Data Primer
1	Wawancara dengan Kasubag Hubungan antar lembaga yaitu Rr Wita RD, S.H., M.IDS., M.Ec.Dev
2	Wawancara dengan Admin pengelola media sosial Paniradya Kaistimewan yaitu M Abdul Aziz H S.Ikom

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, refrensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk mendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan mempertimbangkan hal tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi dilapangan sehingga bisa memperoleh tingkat validitas data yang lebih baik.

No	Data Sekunder
1	Akun Resmi media sosial dari @paniradyakaistimewan

#### 4) Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data untuk kepentingan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan sebuah data. Pengumpulan data dapat dilakukan dari berbagai sumber dan berbagai cara. Dalam mengumpulkan data yang akan digunakan sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu memperoleh izin dari fakultas untuk melakukan penelitian. Setelah memperoleh izin penelitian, peneliti memberikan surat penelitian ke Lembaga Paniradya Keistimewaan. peneliti menggunakan berbagai macam metode. Berikut metode yang ingin digunakan:

##### 1. Wawancara

Menggunakan metode wawancara yang teknik pengumpulan datanya akan dilakukan pengajuan pertanyaan yang diucapkan secara langsung kepada informan atau pihak yang berkaitan dengan topik yang penulis teliti untuk mendapatkan data yang dapat mendukung analisis dalam penelitian dari sumbernya. Kegiatan wawancara dilakukan dengan jenis wawancara mendalam (in depth interview). Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan data dan informasi yang lebih spesifik dan detail. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi responden untuk diwawancarai adalah sebagai berikut:

##### Daftar Narasumber

NO	NAMA	JABATAN
1	Rr Wita RD, S.H., M.IDS., M.Ec.Dev	Kepala Sub Bagian Hubungan Antar Lembaga
2	M Abdul Aziz H S.Ikom	Admin dan konten creator media sosial Paniradya Kaistimewan

## 2. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, Jurnal, Surat kabar, media sosial, foto, rekaman, video dan Internet. Data yang diperoleh dari dokumentasi diharapkan mampu mendukung proses analisis data. Salah satu kegiatan dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari postingan.

### 5) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. (Prof., 2011) yang saya lakukan di *Paniradya Kaistimewan* DIY khususnya di divisi Hubungan Antar Lembaga. Peneliti menggunakan metode analisis Interactive. Teknik analisis data ini memiliki tiga komponen yaitu :

#### 1) Reduksi data

Reduksi data dengan analisa data yang dilakukan dengan proses pemilihan data dan informasi yang akan didapatkan selama penelitian dilapangan. Penelitian ini dilakukan diringkas dan fokus pada konsep dan pola data yang dirancang dalam bentuk analisa akhir. Hasil observasi dilapangan yang kemudian direduksi dengan langkah penulis dalam menyederhanakan data, yaitu semua hasil pengamatan yang diperoleh mengenai lokasi penelitian meliputi gambaran umum kantor Paniradya kaistimewaan. Penulis mencatat atau merekam kemudian penulis melaporkan secara jelas sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Langkah yang dilakukan penulis dari hasil wawancara dalam mereduksi data.

Mengelompokan informasi-informasi, serta tanggapan dari Kepala Bagian Hubungan Antar Lembaga dan Admin Media Sosial dari Paniradya Kaistimewaan. Informasi yang ditanyakan lebih fokus di tahun 2022. Di tahun tersebut banyak unggahan informasi yang informatif mengenai Keistimewaan DIY dari media sosial akun resmi Paniradya Kaistimewaan.

## 2) Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menampilkan hasil akhir penelitian dengan kalimat yang disusun secara logis dan mudah. Sehingga penyajian data yang jelas bisa membantu peneliti untuk menyelesaikan hasil akhir. Penyajian data yang selain menggunakan teks secara naratif, juga dapat berupa bahasa nonverbal seperti bagan, grafik, denah, matriks dan tabel. Penyajian data yang merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun dari berdasarkan kategori dan pengelompokan yang diperlukan.

## 3) Kesimpulan

Data yang telah disajikan menggunakan teknik analisis data. Merupakan usaha mencari Kesimpulan yang disusun berdasarkan dari proses selama penelitian akan berlangsung pada hasil kebenaran dari data dan informasi. Sehingga keseluruhan data informasi yang didapat bisa diuji kebenarannya dan kecocokan sesuai dengan tujuan sebagai media validitasnya.

Dalam penelitian ini semua data lapangan diolah untuk memunculkan permasalahan yang dialami oleh masyarakat DIY dan lembaga Paniradya keistimewaan.

## 6) Metode Keabsahan Data

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang sah untuk hasil penelitian yang mampu dipertanggungjawabkan dari semua sisi. Untuk penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang

memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi teori digunakan untuk menguji keabsahan data yang ditemukan dengan berlandaskan pada teori yang ada dan bentuk analisisnya berlandaskan pada teori. (Moleong,2010:330).

Teknik keabsahan data dari triangulasi menggunakan sumber dengan teknik yang digunakan. Sumber membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif Patton (1987:331) dalam Moleong (2010:330). Hal ini dapat dilakukan dengan cara berikut:

- a. Peneliti bisa membandingkan dari data hasil wawancara.
- b. Peneliti bisa membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Peneliti bisa membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang diucapkan sepanjang waktu
- d. Peneliti Membandingkan keadaan dan prespektif seorang dengan berbagi pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Peneliti bisa membandingkan hasil wawancara dengan isi sesuatu dokumen yang saling berkaitan.

Dalam hal ini peneliti akan fokus menggunakan 2 narasumber untuk mendapatkan data. Tiga narasumber dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a) Informan I : Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Sub Bagian Hubungan Antar Lembaga *Paniradya Kaistimewan* DIY.



b) Informan II : Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Admin dan konten creator media sosial *Paniradya Kaistimewan* DIY.

Dari sumber-sumber diatas penulis dapat mendapatkan data yang bisa dipertanggungjawabkan keobjektifitasnya dan keabsahannya, karena tidak berasal dari satu sudut pandang saja. Data yang diolah bersumber dari orang yang berbeda. Maka dari itu bisa ditentukan kesimpulan berdasarkan data yang telah penulis dapatkan.

## KERANGKA BERFIKIR

Adapun kerangka berfikir sebagai berikut:

