

jurnal Habibur Rohman  
162022000026.docx  
*by*

---

**Submission date:** 08-Sep-2021 01:44PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1643604691

**File name:** jurnal Habibur Rohman 162022000026.docx (64.08K)

**Word count:** 1796

**Character count:** 12436

**ANALISIS AKUN MEDIA INSTAGRAM @SAPAWARGASBY PEMERINTAH KOTA SURABAYA  
TENTANG INFORMASI COVID-19**

Habibur Rohman

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*

*Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial*

*Jalan Majapahit 666 B Sidoarjo, Tlp/Fax 031-8945444/031-894333*

*Email :*

**ABSTRAK**

Rohman, Habibur . 2021. Analisis Akun Media Instagram @Sapawargasby Pemerintah Kota Surabaya Tentang Informasi Covid-19. Skripsi ini tidak di publikasikan. Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Pemerintah kota Surabaya melalui Dinas Komunikasi dan Informatika saat ini telah memanfaatkan media sosial Instagram dengan nama @sapawargasby sebagai media publikasi informasi, khususnya terkait Covid-19 di masa Pandemi ini. Tipe dan dasar penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuh karakteristik @sapawargasby mampu menggambarkan dan mendefinisikan tentang Surabaya itu sendiri, fitur yang tersedia juga dimanfaatkan dengan baik untuk sarana publikasi dan pemberian informasi. Akun @sapawarga telah memenuhi seluruh poin kekayaan media dan prinsip komunikasi pemerintah sehingga akun ini layak untuk menjadi salah satu sumber informasi terkini warga Surabaya.

**Kata Kunci :** Instagram @sapawargasby, karakteristik Instagram, kekayaan media, komunikasi pemerintah

**ABSTRACT**

*Rohman, Habibur. 2021. Analysis of Instagram account @sapawargasby the government of Surabaya about COVID-19 information. This skripsi is not published. Faculty of Business, Law, and Social Science. University of Muhammadiyah Sidoarjo. The government of Surabaya through the Communication and Information Department currently uses Instagram with the name @sapawargasby as a medium for publishing information, especially regarding Covid-19 during this Pandemic. The type and basis of this research is descriptive qualitative. The results of this study show that the seven characteristics of @sapawargasby are able to describe and define Surabaya itself, the available features are also used properly for means of publication and providing information. The @sapawarga account has fulfilled all the points of media wealth and government*

*communication principles, so this account deserves to be one of the latest sources of information for Surabaya residents.*

*Keywords: Instagram @sapawargasby, characteristics of Instagram, media wealth, government communication.*

## I. PENDAHULUAN

Media sosial Instagram dimanfaatkan Dinkominfo Kota Surabaya sebagai media pelayanan melalui @sapawargasby, dianggap sebagai suatu fenomena baru yang dapat digunakan untuk mendistribusikan informasi terkini dengan cepat dan mudah sesuai apa yang masyarakat butuhkan. Memungkinkan masyarakat secara tidak langsung dapat berinteraksi dengan pemerintah kota melalui fitur Instagram yang tersedia. Dalam memberikan pelayanan informasi, @sapawargasby menyampaikan informasi yang sedang, akan, dan sudah terjadi khususnya di wilayah Surabaya. Sejak merebaknya pandemi, unggahan informasi dan publikasi dalam akun ini memuat tentang perkembangan kasus Covid-19.

### **Media Sosial**

Media sosial menurut Dave Kerpen (2011) adalah media yang memuat teks, gambar, video secara daring yang dibagikan baik perseorangan maupun organisasi. Media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunanya dapat melakukan beragam aktifitas, yakni saling berkomunikasi, mencari informasi, maupun menambah teman baru dengan segala fitur yang dimilikinya. Komunikasi dalam media sosial menjadi sangat mudah karena sudah tidak lagi dibatasi oleh jarak, waktu, maupun ruang. Komunikasi bisa dilakukan dimanapun, kapanpun, dan bahkan tanpa harus bertatap muka, selama koneksi internet tetap terhubung pada perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial.

### **Karakteristik Media Sosial Instagram**

#### 1. Nama Akun

Nama akun Instagram adalah sebagai pengenalan dan penginterpretasian atas kepemilikan akun, umumnya berisi nama lengkap atau panggilan dari pemilik akun, terbatas hanya 30 karakter yang hanya dapat terdiri dari kombinasi antara angka, huruf, titik dan garis bawah

#### 2. Profile Picture

Gambar profil juga merupakan media pengenalan yang menginterpretasikan akun seseorang, bisa berupa foto diri atau foto kesukaan lainnya yang terbatas pada ukuran maksimal 180x180 *pixels* atau minimum 110x110 *pixels*.

#### 3. Profile Bio

Tempat untuk memberikan informasi dalam maksimal 150 karakter mengenai akun Instagram tersebut, contohnya adalah penambahan informasi “*for business inquiries please contact +62877655321*” yang biasa ditemukan pada akun seleb Instagram atau selebgram.

#### 4. Instagram Feed

Tempat berbagi konten berupa gambar atau video dengan durasi terunggah tanpa batas waktu. Satu baris Instagram feed akan menampilkan tiga konten. Saat ini, pengguna dapat menampilkan 10 video atau gambar dalam satu postingan konten berupa *slideshow*. Konten ini dapat dibubuhi *caption* sesuai keinginan pemilik akun. Kita juga dapat menandai orang lain dalam unggahan feed tersebut.

#### 5. Instagram stories

Ini adalah salah satu fitur yang cukup banyak digunakan pengguna Instagram. Dengan menggunakan stories, pengguna dapat berbagi konten gambar, video, atau postingan akun lain dengan rasio 16:9 dan ukuran optimal 1080x1920 pixels dalam durasi 15 detik. Nantinya, Instagram stories hanya akan bertahan selama 1x24 jam atau bisa disimpan pada fitur highlight yang bisa terus dikunjungi di halaman profil pengguna.

#### 6. Jenis interaksi

Sesama pengguna Instagram dapat memberikan *like* sebagai tanda bahwa unggahan tersebut disukai oleh pengguna lain, bisa jadi karena unggahan tersebut menarik, lucu, dan sebagainya. Fitur *comment* memungkinkan adanya *feedback* antara akun pengunggah dengan akun lain karena adanya interaksi seperti bertukar pesan. Fitur *follow* menunjukkan bahwa kita menambahkan sebuah akun dalam pertemanan di Instagram. Sedangkan fitur share untuk memudahkan kita berbagi sebuah postingan kepada akun lain atau berbagi di Instagram stories. Fitur *direct message* memungkinkan kita untuk berkomunikasi secara personal dan bersifat pribadi tanpa terlihat oleh akun lain.

### **Kesempurnaan Media**

#### 1. Kesegeraan atau *immediacy*

Kesegeraan memiliki arti yaitu kemampuan media dalam memberikan informasi secara terus-menerus secara berkala dan dapat memberikan feedback yang cepat. Karena dalam proses komunikasi apabila terjadi penundaan maka isu penting yang seharusnya cepat tersampaikan tidak akan relevan lagi.

#### 2. Keragaman isyarat atau *multiple cues*

Keragaman isyarat, diartikan sebagai kemampuan sebuah media untuk mengkomunikasikan pesan dengan pendekatan verbal maupun non-verbal, contohnya ekspresi dan gerakan.

#### 3. Variasi bahasa atau *language variety*

Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami

sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol. Selain itu variasi bahasa juga bisa dikatakan sebagai kemampuan penggunaan berbagai macam kata untuk meningkatkan pemahaman.

#### 4. Sumber personal atau *personal source*

Sumber personal ialah dimana pengguna atau komunikator menyampaikan informasi kepada pengguna terakhir. Selain itu sumber personal atau *personal source* juga diartikan sebagai kemampuan media untuk mengantarkan perasaan personal dan emosi dari komunikator.

### Komunikasi Pemerintahan

1. Kredibilitas sumber, yakni sejauh mana sumber memiliki keahlian dan dapat dipercaya. Semakin ahli dan dipercaya sumber informasi maka semakin efektif pesan yang disampaikan.
2. Daya tarik seorang komunikator bisa didapat dari penampilan fisik yang menarik, gaya bicara, sifat pribadi yang baik, keakraban, kinerja, keterampilan komunikasi dan perilakunya.
3. Sumber disukai oleh masyarakat bisa jadi karena sumber tersebut mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan. (Munandar, *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*, 2015)

## II. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif guna menghasilkan sebuah data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Hendrarso, 2010). Objek penelitian adalah akun Instagram @sapawargasby. Metode pengumpulan data menggunakan dokumentasi, studi kepustakaan atau studi literatur. Analisis data kualitatif bersifat induktif, dimana data yang diperoleh selanjutnya dianalisa menjadi hipotesis, dengan tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Empat kriteria untuk menilai “kekayaan” sebuah media, yaitu :

1. Kesegeraan atau *immediacy*, segala hal aktivitas informasi berita secara online yang dilakukan @sapawargasby, terutama kegiatan terbaru terkait informasi sosialisasi covid-19 yang akan disebarluaskan ke masyarakat luas.
2. Keragaman isyarat atau *multiple cues*, terdapat informasi secara verbal yakni melalui penjelasan dari perempuan pada video unggahan seorang perempuan yang sembuh dari karantina, dan juga tulisan di caption.



3. Variasi bahasa atau *language variety*, @sapawargasby menggunakan bahasa yang ringkas dan menarik, serta gambar yang memikat mata sehingga menarik perhatian dan mudah untuk dimengerti.
4. Sumber personal atau *personal source*, terdapat postingan yang menunjukkan emosi dari rasa kesal dan kasihan kepada para pedagang di pasar yang memang kurang mendapat perhatian dari pemerintah.

Dalam komunikasi pemerintah, terdapat beberapa poin yang telah peneliti temukan yakni :

1. Kredibilitas Sumber, dimana postingan yang diunggah pada akun @sapawarga memiliki kredibilitas karena langsung dibawah naungan Dinkominfo.
2. Daya Tarik Seorang Komunikator, dimana terdapat unggahan seorang komunikator dalam unggahan video yang berbusana sederhana namun dapat menyampaikan informasi dengan lugas dan jelas.
3. Sumber Disukai Oleh Masyarakat, dimana informasi disampaikan dengan bahasa yang ringan, gambar dengan ilustrasi dan ikon yang simpel, serta tata letak elemen visual yang disusun dengan baik. Penggunaan huruf yang simpel dan mudah terbaca juga ikut menunjang kemudahan target sasaran untuk membaca informasi.

#### IV. SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, Instagram @sapawargasby memiliki nama akun, *profil picture*, *profile bio*, Instagram *feed*, Instagram *stories*, dan *jenis interaksi* yang mampu menggambarkan dan mendefinisikan tentang Surabaya itu sendiri, fitur yang tersedia juga dimanfaatkan dengan baik.

Akun @sapawargasby melalui unggahan-unggahannya khususnya terkait Covid-19 juga memenuhi seluruh poin kekayaan media yakni diantaranya kesegeraan atau *immediacy*, keragaman isyarat atau *multiple cues*, variasi bahasa atau *language variety*, dan sumber personal atau *personal source*.

Dalam komunikasi pemerintah, unggahan akun @sapawargasby juga telah sesuai dengan beberapa poin terkait kredibilitas sumber, daya tarik seorang komunikator, dan sumber disukai masyarakat.

#### V. SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini penulis memberikan saran berupa, harus adanya berita yang lebih faktual dan segar agar masyarakat dapat mengetahui informasi terkait perkembangan virus corona leih baik lagi. Dinas Kominfo Surabaya hanya perlu menguatkan magnetnya dalam Sosial media Instagram demi menarik perhatian masyarakat dan pengguna media sosial Instagram tersebut, mengingat banyak akun media Instagram lain yang berasal dari kota Surabaya yang pengikutnya melebihi Dinas Surabaya. Jangan berhenti memberikan terobosan baru dan penyampaian informasi yang menarik.

## VI. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada beberapa pihak khususnya admin @sapawargasby yang telah memberi beberapa informasi, Terimakasih kepada keluarga dan sahabat yang telah memberi banyak dukungan selama ini. Terimakasih pula kepada bapak dan ibu dosen yang telah membimbing selama penelitian berlangsung.

## VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pan, F., Ye, T., Sun, P., Gui, S., Liang, B., Li, L., ... & Zheng, C. (2020). *Time course of lung changes on chest CT during recovery from 2019 novel coronavirus (COVID-19) pneumonia. Radiology*, 200370.
- [2] Twihaites. 2004. *Advertising and The Mind of The Consumer*, PPM, Jakarta
- [3] Wardhani, Annisa Eka. 2003. *Representasi Relasi Gender dalam Majalah Perempuan Transnasional- Analisis Tekstual terhadap Artikel-Artikel Rubrik Feature Majalah Cosmopolitan Indonesia edisi Juli 2000-Juni 2001*. Surabaya : Universitas Airlangga
- [4] Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2019). *Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Volume 6 Nomor 4
- [5] Nugraheni, Y. N. (2019). *Sosial Media Habit Remaja Surabaya Komunikatif*. Volume 6 Nomor 1
- [6] Juanda, H. (2017). *Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh*. *Jurnal Peurawi*. Volume 1 Nomor 1.
- [7] Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. Volume 16 Nomor 2
- [8] Margaretha, L., & Sunarya, D. M. (2017). *Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah (Studi Kasus Pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Pada Instagram@ Kemenkopukm)*. *Communication*. Volume 8 Nomor 2
- [9] Lianjani, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [10] Wiratmo, L. B., Irfan, N., & Kuwatono, K. (2017). *Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Onlain Publik Relations*. *Jurnal ASPIKOM*. Volume 3 Nomor 2
- [11] Ali Ma'ruf. (2017) *Analisa Pengguna Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Founder dan Followers @nganjukkotabayu)*.

- [12] Maharani, Verisa. (2020) *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang*. e-proceeding of management. Volume 7 Nomor 2.
- [13] Adhitiya,R, Y., & Gilang G, A (2019) *Implementasi Government Public Relations Digital Untuk Membangun Komunikasi Dua Arah* (Studi Kasus Program Sapawarga Pemerintah Kota Surabaya) Volume 01 Nomor 02
- [14] Ariesta, M.V. (2021) *Konten Visual Instagram Sebagai Media Diseminasi Publik Tentang Covid-19*. vol.4
- [15] Indri W.W.T & Hariri U.R.R & Sokhi H. (2021) *Respons Masyarakat Terhadap Upaya Edukasi Dan Pencegahan Covid-19 Di Instagram @Satgascovididijatim*





# jurnal Habibur Rohman 162022000026.docx

---

## ORIGINALITY REPORT

---

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

[www.ub.edu](http://www.ub.edu)

Internet Source

2%

2

[jurnal.unigal.ac.id](http://jurnal.unigal.ac.id)

Internet Source

2%

3

[vibdoc.com](http://vibdoc.com)

Internet Source

2%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On