

**MODEL PENGELOLAAN INSTAGRAM  
@diskominfo dharmasraya SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
TENTANG KABUPATEN DHARMASRAYA  
(DITINJAU DARI PERSPEKTIF KOMUNIKASI MASSA)**

**Yuni Kartika**

Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email: [yunikartika426@gmail.com](mailto:yunikartika426@gmail.com)

**Tomi Hendra**

Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email: [tomihendra@iainbukittinggi.ac.id](mailto:tomihendra@iainbukittinggi.ac.id)

**ABSTRACT**

*The development of increasingly advanced information and communication technology makes it easier for people to communicate. One proof of technological progress is the emergence of popular information media such as Instagram. the presence of Instagram is very helpful in attracting information from communicators to communicants. Of course this is utilized by the Dharmasraya Communication and Informatics Service in providing information to the public. However, researchers see that there are problems found in the field, namely the management of Instagram in disseminating information to the Dharmasraya community. Since the Ministry of Communications and Informatics Instagram was created in 2018, Instagram experienced a shutdown/suspended animation that year until the end of 2019, the Communications and Information Service Instagram was inactive for a long time and then became active again in early 2020 managed by the new Instagram admin. Instagram is being managed by a new admin who is in accordance with their field. Instagram, the Ministry of Communication and Information is progressing quite rapidly, seen from the increase in the number of Instagram followers, updating posts every day, displaying interesting posts, and taking pictures and captions that are precise and clear. This is what makes researchers curious to examine how the management model implemented by the Ministry of Communication and Informatics via Instagram is to disseminate information about Dharmasraya to the public to attract public attention and meet the needs of the Dharmasraya community. The research model used is field research with a descriptive qualitative approach. Data collection methods are observation, interviews and documentation. It can be concluded that the management model carried out by the information and public communication sector through Instagram @diskominfo dharmasraya, there are three models including the Harold Laswell communication model, where the basic assumptions of this theory are Who (who), says what (what words), in which channel (through what channel), to whom (to whom), and with what effect (with what effect). the one-stage model, namely the message conveyed through the media, is directly addressed without intermediaries and the DeFleur Communication model describes the process of communication through the mass media. The Instagram admin for the Ministry of Communication and Information and other Instagram management teams provide good and thorough information to the public in order to get a positive image response.*

**Keywords:** *Communication and Information Service, Information, Instagram*

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi. Salah satu bukti kemajuan teknologi yaitu munculnya media informasi populer seperti Instagram. kehadiran Instagram sangat membantu penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. tentu hal ini di manfaatkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam Memberikan informasi kepada masyarakat. Namun peneliti melihat adanya permasalahan yang ditemukan dilapangan yaitu pengelolaan Instagram dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Dharmasraya. semenjak Instagram dinas kominfo dibuat pada tahun 2018, Instagram mengalami faskum/ mati suri pada tahun tersebut sampai akhir tahun 2019, non aktif nya instagram dinas kominfo cukup lama kemudian aktif kembali pada awal tahun 2020 dengan dikelola oleh admin Instagram baru. Dikelolanya Instagram oleh admin baru yang sesuai dengan bidangnya Instagram dinas kominfo mengalami kemajuan yang cukup pesat dilihat dari naiknya jumlah followers Instagram, postingan setiap hari update, tampilan postingan yang menarik, serta pengambilan gambar dan caption yang tepat dan jelas. Hal ini lah yang membuat ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji bagaimana model pengelolaan yang diterapkan oleh dinas kominfo melalui instagram untuk menyebarkan informasi seputar Dharmasraya kepada masyarakat untuk mencuri perhatian masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Dharmasraya. Model penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dapat disimpulkan bahwa model pengelolaan yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik melalui Instagram @diskominfo dharmasraya, ada tiga model diantaranya, model komunikasi Harold Laswell, dimana asumsi dasar teori ini Who (siapa), says what ( berkata apa ), in which channel (melalui saluran apa), to whom (kepada siapa), dan with what effect (dengan efek apa ). model satu tahap yaitu pesan yang disampaikan melalui media, langsung ditujukan tanpa perantara dan model Komunikasi DeFleur menggambarkan proses komunikasi melalui media massa. Admin Instagram dinas kominfo serta tim pengelolaan Instagram lainnya memberikan informasi yang baik dan teliti kepada masyarakat agar mendapatkan respond citra yang positif.

**Kata Kunci :** Dinas Kominfo, Informasi, Instagram

### LATAR BELAKANG

Dizaman sekarang teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat, fenomena ini memudahkan masyarakat menggunakan perangkat elektronik salah satunya adalah *Internet*. Aplikasi semakin banyak dan media sosial pun semakin beragam bentuknya. Disebut *new wave technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. *New wave technology* ini didukung oleh perangkat lainnya seperti Komputer, Laptop, Notebook, Handphone serta akses *internet* murah. Seperti yang sudah dijelaskan diatas salah satu media yang disebut *new wave technology* adalah *internet*. (Denis Mc Quail, 2011)

*Internet* adalah media komunikasi yang sangat canggih, dijuluki sebagai media komunikasi maya, dimana hampir sebagian besar dari kegiatan manusia di seluruh dunia memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi, sebut saja dalam bekerja di perkantoran, kegiatan Dinas dan lain-lain. Dari serangkaian teknologi yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Kelebihan jaringan komunikasi *internet* ini adalah kecepatan mengirim dan memperoleh informasi dan sekaligus juga sebagai penyedia data. *Internet* juga menjadi penyedia media informasi surat kabar, program film, TV, dan lain sebagainya. (John Vivian, 2008)

Banyak media yang kita kenal sekarang sedang mengalami konvergensi ke format digital. Seperti dicatat oleh majalah "*The economist*, industri media yang dahulu terpisah-pisah" kini sedang bergerak menjadi kesatuan yang luar biasa. "Kevin Manay dari *USA Today*, ketika menulis majalah *Quill*, menyatakan sebagai berikut": semua perangkat yang dipakai orang untuk berkomunikasi dan semua jenis komunikasi mulai melebur menjadi satu industri megamedia raksasa. Akibatnya adalah jalur telepon akan memuat acara TV. Televisi kabel akan bisa dipakai untuk telepon. Komputer akan dipakai untuk menonton dan mengedit film. Ponsel berteknologi Komputer akan bisa melakukan panggilan ke majalah interaktif yang mengkombinasikan teks, suara, dan video untuk menyampaikan informasi.

Masyarakat Indonesia sangat senang berkomunikasi melalui media *internet* karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi sehingga terbentuklah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi antara individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, serta -kelompok dengan massa melalui jaringan *internet*. Tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi saja media sosial juga digunakan untuk mengakses informasi, bahkan sudah di sediakan fitur khusus untuk mengakses berita. Berbagai macam media sosial telah tersebar dan digunakan diseluruh dunia dan Indonesia juga seakan tak mau kalah dan terus mengikuti perubahan media. Terutama media online yaitu media sosial membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial. Dari banyak media sosial itu salah satunya adalah *instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Menurut *wearesocial.com* *instagram* masuk ke dalam 10 aplikasi media sosial yang terpopuler digunakan di Indonesia. (Difa Nurhasna Ayutiani, dkk, 2022)

*Instagram* berasal dari "*instan*", seperti kamera palaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto *instan*". Sedangkan kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang digunakan untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil

foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.

*Instagram* menjadi media yang sangat bagus di era visual ini, sebagai sarana informasi, kebijakan, kekayaan alam, budaya, kuliner, dan segala macamnya tentang kota tersebut. Beberapa kota di Indonesia merespon dengan sangat baik, jika di lihat sekarang hampir seluruh kota di Indonesia memiliki akun *instagram* baik dikelola oleh pemerintahan langsung, instansi, ataupun perorangan di luar pemerintah. Adanya akun kota yang dikelola oleh perseorangan di luar pemerintah dikarenakan masih banyaknya kota di Indonesia yang belum sadar pentingnya media sosial sebagai sarana berbagai informasi sehingga membuat masyarakat mengambil inisiasi untuk itu. Media sosial menurut Dailey adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur, yang terpenting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. (Dailey, 2009) Namun sebagai penyebar dan penerima informasi hendaknya selalu bersikap hati-hati.

Manusia tidak pernah bisa tanpa berkomunikasi, komunikasi sangat penting dalam kehidupan untuk saling bertukar informasi, pesan, dan pengetahuan. Namun bagaimana etika dalam berkomunikasi sudah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Hujurat ayat 6 dan Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 63 berikut ini:

1. QS. Al Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن فَاسِقًا جَاءَكُمْ مِنْ بَنِي قَبَائِلِكُمْ أَنْ يُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَّ مَا فَعَلْتُمْ نَدِمِي

*Artinya: wahai orang yang beriman! jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatan mu itu.*

2. QS. An Nisa ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَنْزَلْنَاهُمْ قَوْلًا لِلْيَلْبِغَاءِ

*Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka*

Etika berkomunikasi di dalam surah Al Hujurat ayat 6, secara tegas memerintahkan untuk berhati-hati dalam menerima maupun memberikan informasi, agar informasi yang disampaikan tidak bersifat *hoax* yang memicu pertengkaran dan permusuhan antar sesama.

Begitu pula halnya dengan berkomunikasi menggunakan media. Media sangatlah kejam jika tidak pandai memakai dan mencernanya. Informasi akan datang dari belahan dunia manapun melalui media, diperlukan tabayun dengan informasi tersebut sebelum menerima informasi. Dalam surah An Nisa ayat 63 tercantum Dari ayat tersebut jelas bahwa kita diperintahkan untuk mengucapkan perkataan yang baik atau mulia karena perkataan yang baik dan benar adalah suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan merupakan bentuk komunikasi yang menyenangkan. Khususnya di Dharmasraya sangat banyak tersebar berita atau informasi yang tidak benar hingga tidak jarang terjadi kesalahpahaman.

Dharmasraya merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Sumatera Barat, yang dikenal dengan kebudayaannya yang masih kental dengan peninggalan-peninggalan bersejarah dari nenek moyang terdahulu. Kabupaten Dharmasraya merupakan pemekaran dari Kabupaten Sawahlunto Sijunjung yang diresmikan pada tanggal 7 Januari 2004 oleh Presiden RI secara simbolik di Istana Negara. Aktifitas pemerintah telah dimulai sejak dilantikannya pejabat Bupati Dharmasraya pada tanggal 10 Januari 2004 dan pada tanggal 12 Agustus 2005 Kabupaten Dharmasraya memiliki Bupati/Wakil Bupati definitif hasil pilkada langsung tahun 2005. Penyelenggara pemerintah daerah adalah seluruh proses kegiatan manajemen pemerintah dan pembangunan daerah yang meliputi perencanaan, penetapan kebijakan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengawasan pengendalian, pembiayaan, koordinasi, pelestarian, penyempurnaan dan pengembangan. Pada kawasan ini dahulunya pernah menjadi ibu kota dan pusat pemerintahan kerajaan Melayu.

Ibu kota Kabupaten Dharmasraya adalah Pulau Punjung. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan UU NO 38 Tahun 2003, Kabupaten Dharmasraya dikenal juga dengan sebutan *ranah cati nan tigo*. Kabupaten Dharmasraya terdiri dari 11 kecamatan, 52 nagari dan 461 jorong. Sebuah Kabupaten yang baru saja mekar, tidak mudah baginya untuk terus maju, namun Kabupaten ini berkembang dengan cepat seperti halnya Kabupaten atau Kota pada umumnya. Salah satunya mengenai kemajuan teknologi. Dalam hal teknologi di Kabupaten Dharmasraya tidak jauh tertinggal, ini dibuktikan bahwa Kabupaten Dharmasraya cukup aktif di salah satu media *Instagram* untuk memberikan informasi.

*Instagram* yang di kelola oleh admin pengelolaan sistem informasi bidang komunikasi dan publik Dinas Kominfo Dharmasraya dinamai dengan @diskominfo dharmasraya. Adapun akun-akun lain yang di dimiliki oleh Dinas Kominfo bagian pengelolaan sistem informasi adalah *tik tok, facebook, twitter dan ppid*. Semua ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Dharmasraya, namun diantara banyaknya akun yang dikelola oleh admin pengelolaan sistem informasi Dinas Kominfo Dharmasraya menjadikan *instagram* sebagai salah satu akun yang difokusasi pada saat ini.

Melihat perkembangan dari *instagram* sendiri cukup banyak mendapat perhatian dari masyarakat Dharmasraya. *Instagram* yang mempunyai *share-post* ke media sosial lain menjadikan @diskominfo dharmasraya lebih sering mengunggah postingannya di *instagram*, sebab lebih cepat dan mudah. Akun *instagram*@diskominfo dharmasraya memposting informasi seputar Kabupaten Dharmasraya seperti kegiatan Bupati, Wakil Bupati, kegiatan Dinas Kominfo serta kegiatan Dinas lainnya yang berada di Dharmasraya. Selain itu baru-baru ini @diskominfo dharmasraya memposting informasi *update* seperti tanggal-tanggal yang bersejarah (peduli sampah nasional, hari pahlawan, dan lainnya), juga informasi peristiwa kecelakaan yang terjadi di Dharmasraya serta informasi *up date* lainnya.@diskominfo dharmasraya sudah aktif memposting informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Dharmasraya baik itu melalui *feed* maupun *instastory* sehingga mampu menaikkan jumlah *followers* @diskominfo dharmasraya. Pengikut dari @diskominfo dharmasraya ini berupa orang Dharmasraya dan non Dharmasraya. Setiap hari juga selalu ada *followers* yang menandai akun @diskominfo dharmasraya dalam foto maupun *instastory* sehingga konten juga selalu *update*. (Fergiyandi,2022)

@diskominfo dharmasraya mulai aktif pada awal tahun 2020, hal ini diakui oleh admin dari media *instagram* @diskominfo dharmasraya.@diskominfo dharmasraya dibuat pada pertengahan tahun 2018. Tujuan awal dibuatnya *instagram* ini untuk memberikan informasi terbaru kepada masyarakat, namun dari admin *instagram* sendiri tidak mampu mengelola dengan baik sehingga akun *Instagram* @diskominfo dharmasraya tidak dikenal dan tidak mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat itu, sulitnya mendapatkan informasi menjadi salah satu faktor penghambat bagi admin *Instagram* @diskominfo dharmasraya. Didasari hal tersebut admin *instagram* @diskominfo dharmasraya menonaktifkan sementara akun milik dinas Kominfo.Pada pertengahan tahun 2018 sampai pertengahan tahun 2019 *instagram* @diskominfo dharmasraya digunakan para staf pengelola sistem informasi hanya untuk menstalking dan aktif hanya untuk mencari akun *instagram* milik

pribadi orang lain tidak lagi menyajikan informasi terbaru, serta dalam bentuk pengemasan informasinya pun sangat tidak menarik pembaca. Melihat hal ini pada awal tahun 2020 sampai akhir tahun 2021 *instagram* sudah mendapatkan cukup banyak peminat. akun *instagram* milik Dinas Kominfo Dharmasraya *@diskominfo dharmasraya* kembali diaktifkan oleh admin baru yang cukup ahli di bidangnya. Kinerja dari admin baru akun *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya *@diskominfo dharmasraya* ini terbilang cukup bagus. dibuktikan dengan naiknya jumlah *followers* dari ratusan mencapai ribuan, serta dalam bentuk pengemasan penyajian informasi di akun *@diskominfo dharmasraya* juga sudah menarik sehingga *instagram @diskominfo dharmasraya* mampu mencuri perhatian masyarakat Dharmasraya Maupun Non Dharmasraya. (Fergiyandi,2022)

*@diskominfo dharmasraya* mengalami perkembangan yang signifikan dalam waktu yang singkat mampu mencuri perhatian masyarakat Dharmasraya sehingga akun *Instagram* resmi pemerintahan pun mendapatkan satu nilai positif ditengah masyarakat. model yang diterapkan oleh admin baru *Instagram* dinas kominfo tentunya jauh berbeda dengan model pengelolaan admin dahulunya

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian merupakan sebuah kegiatan pencarian, penyelidikan, dan hipotesis secara alamiah dalam suatu bidang tertentu untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi. Ketika akan melakukan sebuah penelitian, diperlukan bentuk atau jenis penelitian yang sesuai dengan bidang penelitian yang dilakukan. (Sandu Siyoto,2015)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif (*qualitative descriptive*) yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian lapangan dengan menggunakan metode deskriptif dan menggunakan keadaan objek yang diteliti sebagaimana adanya, sesuai data yang diperoleh dilapangan. (Nana Syaodih Sukmadinata,2009)

Metode deskriptif kualitatif ini memaparkan situasi atau peristiwa tanpa mencari atau menjelaskan antara hubungan variable dan tidak untuk melakukan pengujian hipotesa atau tidak membuat prediksi, akan tetapihanya sebatas penghimpunan data, penyusunan secara sistematis, faktual dan cermat serta berusaha melakukan prestasi data seperlunya. (John We Best,1987) Dalam penelitian ini menggambarkan tentang proses penyampaian informasi yang

dilakukan oleh admin system pengelolaan informasi kominfo kabupaten Dharmasraya melalui media *instagram*.

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas kominfo Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. Peneliti memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian karena di Dinas kominfo Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat ditemui adanya permasalahan yakni bagaimana model pengelolaan yang dilakukan oleh admin instagram dinas kominfo Dharmasraya dalam menyebarkan informasi tentang kabupaten Dharmasraya. Dalam penelitian tentunya membutuhkan waktu, pada penelitian ini waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan Juni 2022.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Model Pengelolaan *Instagram@Diskominfo dharmasraya* Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Dharmasraya (Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Massa)

Perkembangan teknologi saat ini sudah tidak bisa dibendung lagi, karena dengan perkembangan teknologi tersebut mampu menerobos dinding batas antara satu wilayah dengan wilayah lainnya, satu Lembaga dengan Lembaga lainnya, bahkan sudah mampu menerobos hingga ke berbagai belahan dunia. Salah satunya sebagaimana yang telah diterapkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya terkhususnya bidang informasi dan komunikasi publik mulai memanfaatkan salah satu kemajuan dari teknologi tersebut yakni pemanfaatan *Instagram*.

*Instagram* sebagai salah satu media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Mudahnya cara penggunaan aplikasi *instagram* membuat dinas kominfo bidang informasi dan komunikasi publik menjadikan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan untuk memberikan informasi. (Rulli Nasrulloh, 2008) *Instagram* menjadi media yang sangat bagus pada zaman ini, sebagai sarana informasi kebijakan, pelayanan dan lain-lain. Hal itulah yang juga dilakukan oleh pihak Dinas Kominfo Dharmasraya. *Instagram* yang digunakan oleh pihak dinas kominfo Dharmasraya dalam mengelola informasi dapat dilihat dari model pengelolaannya.

Model Pengelolaan *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik Kominfo Dharmasraya untuk disajikan kepada masyarakat merupakan informasi terbaru baik itu berupa informasi seputar Kabupaten Dharmasraya termasuk di dalamnya destinasi yang dimiliki oleh Kabupaten Dharmasraya yang disajikan di media *instagram* milik Kominfo Dharmasraya yang dinamai

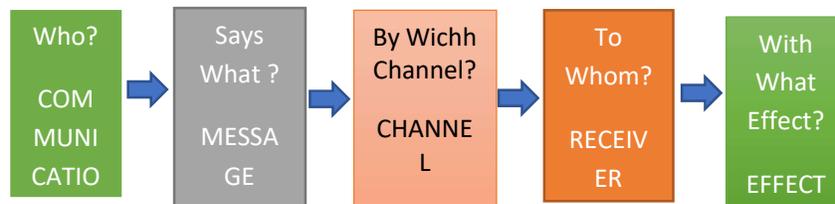
@diskominfodharmasraya. Informasi yang dipublikasikan melalui media *instagram* tersebut didapat oleh bagian peliputan atau disebut juga dengan tenaga lapangan yang bertugas untuk turun ke lapangan mencari informasi seputar Dharmasraya.

Tenaga peliputan ini masuk ke dalam bidang informasi dan komunikasi publik. Informasi yang didapatkan oleh tenaga peliputan bidang informasi dan komunikasi publik dilokasi kegiatan tidak secara langsung disebarkan kepada masyarakat begitu saja melalui *instagram*, akan tetapi informasi tersebut digabungkan menjadi satu informasi yang utuh untuk kemudian diserahkan kepada pemegang akun *Instagram* @diskominfodharmasraya yang biasa di panggil dengan sebutan admin.

Setelah informasi tersebut sampai ke admin *Instagram* @diskominfodharmasraya kemudian admin tersebutlah yang akan merubah informasi itu dari yang biasa menjadi informasi yang menarik minat pembaca dimulai dari tampilan gambar, warna, template gaya bahasa serta dalam bentuk penyajiannya pun di bentuk sedikit berbeda agar informasi yang dimaksud sampai kepada masyarakat sehingga menjadi sebuah informasi yang berkualitas baik. Untuk mendapatkan informasi yang bagus dan terbaru Dinas Kominfo menggunakan tiga model komunikasi massa diantaranya model komunikasi Laswell, model komunikasi satu tahap, dan model Defleur.

### 1. Model Komunikasi Laswell

Model pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dinas kominfo Dharmasraya yang pertama adalah model Laswell dimana model ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan *who say what in which channel to whom with what effect* atau dalam artian indonesianya berarti siapa mengatakan apa dengan media apa kepada siapa dan pengaruh nya apa. (Suryanto,2017)



*Who* menjadi pihak yang mengeluarkan dan menyeleksi berita, *says what* adalah bahan untuk menganalisis pesan. *In which channel* adalah media. *To whom* adalah khalayak. *With effect* adalah pengaruh dari informasi yang disampaikan.

Berdasarkan apa yang peneliti lihat dilapangan peneliti menemukan bahwa Model ini diterapkan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam proses pengelolaan informasi. Didalam dinas kominfo Dharmasraya terdapat satu Bidang yang bertugas mengelola segala akun media sosial termasuk didalamnya *Instagram*. Bidang yang mengelola *Instagram* adalah bidang informasi dan komunikasi publik. bidang ini lah yang menyebarkan informasi melalui *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya kepada masyarakat sehingga masyarakat Dharmasraya mengetahui informasi terbaru dan menambah wawasan juga bagi masyarakat Dharmasraya.

Berdasarkan data yang saya dapatkan dari Boffin Kharshananda sebagai admin *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya dimana *Instagram* menjadi salah satu media yang diprioritaskan untuk menyebarkan informasi seputar Dharmasraya (Boffin Kharshananda,2022)

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti dapatkan, informasi yang disebarkan melalui *Instagram* Dinas kominfo Dharmasraya merupakan informasi seputar Dharmasraya diantaranya (pelayan masyarakat, kegiatan dinas-dinas yang ada di Dharmasraya), peringatan hari nasional serta informasi-informasi untuk menambah wawasan masyarakat. (Boffin Kharshananda,2022)

Seperti yang diungkapkan oleh Boffin Kharshananda mengatakan bahwa:

“jadwal untuk kami posting informasi terbaru memang belum terjadwal, tapi kami mengusahakan untuk memposting informasi tiap harinya, setidaknya dua informasi yang kami posting dalam sehari, biasanya kami posting informasi mengenai informasi tentang Kabupaten Dharmasrya dan juga informasi-informasi yang terbaru dan edukasi seperti kami juga mengunggah informasi waspada pencurian agar bersikap hati-hati serta informasi lainnya yang kami rasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.” (Boffin Kharshananda,2022)

Fergiyandi selaku admin *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya mengungkapkan bahwa:

“informasi yang disebarakan di *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya, baru-baru ini yang keluar dari kegiatan dinas dan kegiatan bupati dan wakil, biasanya waktu saya masih aktif mengelola *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya saya sering menunggah hanya seputar kegiatan dinas saja maka dari itulah followers dari *Instagram* dinas kominfo Dharmasraya tidak bertambah hanya sedikit followers waktu itu karena dari kami tidak menyuguhkan informasi yang bersifat umum yang bisa di ambil oleh masyarakat. (Boffin Kharshananda,2022)

Menurut Misbah Khulhair, Dinas Kominfo Dharmasraya menyajikan informasi melalui *instagram* disebabkan oleh penyebaran informasi seputar Kabupaten Dharmasraya dengan cepat, akurat, tepat dan hemat biaya yaitu :

“ Karena kami sebagai kepala bidang infomasi dan komunikasi publik kominfo Kabupaten Dharmasraya menganggap bahwa media sosial itu untuk saat ini sangat dibutuhkan khususnya *instagram*. Kami bidang informasi komunikasi publik banyak megelola media sosial namun salah satu fokus kami yakni kepada *instagram* karena dalam menyebarkan informasi melalui *instagram* jauh lebih cepat diterima oleh masyarakat selain itu alasan mengapa kami menggunakan *instagram* adalah karena zaman sekarang ini *instagram* memiliki banyak peminat sehingga apa yang disampaikan di *instagram* sangat cepat sampai kepada masyarakat” (Misbah Khulhair,2022)

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Instagram* adalah salah satu media yang di prioritaskan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dikarenakan fitur yang menarik kemudahan saat menggunakan aplikasi ini dan pastinya sangat cepat, tepat dan hemat. Selain itu peneliti juga menyimpulkan dari wawancara di atas bahwa informasi yang disebarakan melalui *Instagram* adalah informasi terbaru seputar Kabupaten Dharmasraya, kegiatan Bupati dan Wakil Bupati, Kegiatan Dinas lainnya, Serta informasi yang berupa edukasi misalnya hari peringatan Nasional, pemnfataan media dan segala macam informasi yang didapatkan oleh admin setelah melewati penyeleksian terlebih dahulu.

## 2. Model Komunikasi Satu Tahap

Model kedua yang dipakai oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam pengelolaan informasi melalui *Instagram* adalah model satu tahap. Dimana model satu tahap ini sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yakni teori jarum hipodermik atau jarum suntik. Model ini beranggapan pesan yang disampaikan melalui media massa langsung ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan. (Mite,2022)

Berdasarkan apa yang peneliti lihat dilapangan, Dinas Kominfo Dharmasraya bidang informasi dan komunikasi publik benar menerapkan model ini dalam pengelolaan informasi melalui *instagram*. Dilihat dari postingan yang di unggah di *Instagram* dinas kominfo langsung ditujukan kepada masyarakat,

informasi yang disebar oleh Dinas Kominfo melalui *instagram* tentu mendapatkan berbagai respon atau tanggapan dari masyarakat. Dinas kominfo Kabupaten Dharmasraya memanfaatkan *instagram* sebagai salah satu sarana untuk mempermudah dan mempercepat dalam menyebarkan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya kepada masyarakat.

Menurut Misbah Khulhair, tanggapan masyarakat terhadap *instagram* Dinas Kominfo dalam menyebarkan informasi seputar Kabupaten Dharmasraya sudah cukup bagus, hal ini di karenakan kami berfokus kepada bagaimana cara agar informasi ini dapat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, namun sejauh ini informasi yang kami sajikan di *instagram* kami rasa sudah cukup dibutuhkan oleh masyarakat Dharmasraya, seperti yang disampaikan Misbah Khulhair yaitu :

“Sangat positif, karena jika dibandingkan dengan media sosial lainnya *instagram* jauh lebih mampu menyajikan informasi sangat cepat, hemat, dan mudah, kami pun dari bidang ikp memperoleh suatu kemudahan dari adanya *instagram* kominfo ini, apalagi akun resmi milik dinas kominfo ini kan dari kami yang banyak mengelola mulai dari website, *instagram* bahkan facebook dan sekarang kami sedang membuat ipdd intermasuk program baru ikp, namun dari banyak nya media yang kami kelola memang *instagram* termasuk salah satu media yang kami fokuskan saat ini mengingat *instagram* juga tergolong muda

sehingga banyak kaum millennial yang menggunakan instagram, selain itu instagram juga dijadikan salah satu media sosial yang terus kami perbarui untuk menyajikan berita terbaru sesuai dengan kebutuhan masyarakat. ”

Menurut Rian, penggunaan instagram oleh Dinas Kominfo untuk menyebarluaskan informasi seputar Dharmasraya karena di *instagram* masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada di Kabupaten Dharmasraya, sebagai berikut :

“Menurut saya penggunaan *instagram* oleh dinas kominfo untuk menyebarluaskan informasi merupakan ide yang tepat, karena melalui *instagram* ini masyarakat dapat mengetahui dengan mudah seluruh informasi yang ada di Kabupaten Dharmasraya bisa dibidang *instagram* dinas kominfo termasuk salah satu wadah informasi untuk masyarakat”.(Rian,2022)

Selanjutnya menurut Ahmad Supadi, penggunaan *instagram* oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya untuk menyebarkan informasi di Dharmasraya sudah sangat baik karena pemerintah mampu memanfaatkan *instagram* sebaik mungkin sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat, seperti yang diungkapkan sebagai berikut :

“ Sangat baik, karena dinas kominfo mampu memanfaatkan instagram dinas kominfo kabupaten Dharmasraya dan dikelola dengan baik oleh bidang informasi komunikasi publik”(Ahmad Supardi,2022)

Boffin Kharsananda, Dinas Kominfo menyajikan informasi tentang Dharmasraya di zaman modern melalui *instagram* dapat mempermudah Dinas Kominfo dalam memberikan informasi dan mempermudah masyarakat menerima informasi, yaitu :

“kami memang sebagai admin dari instagram yang bertugas untuk mengelola *instagram* sangat merasa terbantu dengan adanya *instagram* ini,bahkan kami menjadikan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan, menurut kami instagram mampu menyampaikan informasi secara cepat, serta dilihat dari zaman sekarang jarang sekali orang yang tidak memiliki *instagram*, selain itu jika dilihat dari fitur-fitur media sosial lainnya *instagram* jauh lebih lengkap dari media sosial lainnya, sehingga banyak kreativitas yang kami lakukan agar

masyarakat tidak merasa jenuh dengan yang dilihat di instagram kominfo (Boffin Kharsananda, 2022)

Menurut Fergiyandi, *instagram* Dinas Kominfo menyajikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya yaitu :

“kami sangat memanfaatkan fungsi dari instagram ini dalam menyebarkan informasi, karena selain banyak diminati juga instagram ini sangat mudah dan mendunia serta fitur-fitur yang ada di instagram pun sangat menarik dan mudah dipahami”

Setelah mengamati dan mencerna hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan dapat disimpulkan bahwa Dinas Kominfo menyajikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya melalui *instagram* juga dapat memudahkan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat dan memudahkan penerimaan informasi oleh masyarakat dan masyarakat lebih tertarik mengakses melalui *instagram*. *Instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya termasuk salah satu media yang begitu penting bagi Dinas Kominfo untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

### 3. Model Komunikasi DeFleur

Model pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya yang ketiga adalah model komunikasi DeFleur. Model Komunikasi DeFleur yaitu, model yang menggambarkan bagaimana proses pengelolaan informasi dimulai dari sumber pengirim, pengolah informasi disini yang bertugas sebagai pengolah informasi adalah tim peliputan bidang informasi dan komunikasi publik, informasi yang disampaikan menggunakan *Instagram* untuk kemudian di konsumsi oleh masyarakat Dharmasraya sehingga masyarakat Dharmasraya selalu mendapatkan informasi yang terbaru dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Hal ini juga di katakan oleh Boffin Kharsananda, *Instagram @dinaskominfo dharmasraya* dapat menyajikan informasi yang dilihat oleh masyarakat melalui beberapa model pengelolaan, mulai dari turun kelapangan, peliputan dokumentasi dan pengeditan. Kemudian baru informasi yang didapat disajikan melalui *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya, yaitu :

“kami sebagai admin *instagram* Dinas Kominfo Dharmasraya mendapatkan informasi melalui tenaga peliputan yang bertugas untuk turun kelapangan.

Tenaga peliputan yang ada di bidang informasi komunikasi publik ini berjumlah 7 orang dan itu menyebar di Dharmasraya untuk mendapatkan informasi seputar Dharmasraya, tenaga peliputan itupun terbagi tugasnya ada yang hanya sekedar mengambil gambar dari kejadian atau informasi yang didapatkan ada juga yang bertugas untuk memberikan keterangan informasi dari gambar tersebut, setelah informasi didapatkan oleh tenaga peliputan nantinya akan dikirim melalui grup whatsapp dan telegram untuk selanjutnya admin instagram yang bergerak mengemas informasi itu menjadi sebuah informasi yang menarik dan tidak membosankan bagi pembaca”(Boffin Kharsananda,2022)

Kemudian Fergiyandi juga mengatakan bahwa:

“model pengelolaan yang kami lakukan sama halnya bagaimana pengelolaan pada umumnya adalah dengan ikut turun kelapangan untuk mencari informasi setelah itu informasi yang didapatkan diedit dengan bentuk sebaik mungkin dari segi template / tampilan postingan serta caption yang ditulis dengan singkat namun sudah membuat satu pemahaman kepada masyarakat yang akan membacanya serta kami juga bersifat ramah kepada masyarakat yang memberikan komentar di postingan yang kami unggah ataupun yang menyapa kami melalui pesan di *instagram*”( Boffin Kharsananda,2022)

Dari penyampaian Fergiyandi model pengelolaan *instagram* Diskominfo dalam memberikan informasi adalah tidak jauh bedanya dengan pengelolaan pada umumnya yaitu dengan ikut turun ke lapangan dan mengemas informasi dengan sebaik mungkin agar maksud dan tujuan dari informasi tersebut sampai kepada masyarakat.

*Instagram* adalah salah satu alat komunikasi atau media komunikasi yang sangat efektif pada saat ini untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tidak bisa dipungkiri, bahwa saat ini hampir semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa punya akun Intstagram milik pribadi maupun instansi. Hal ini juga digunakan dengan baik oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya untuk menyampaikan informasi terkait Kabupaten Dharmasraya

Menurut Ahmad Supadi mengatakan bahwa :

“Model pengelolaan informasi yang kami lakukan sebagai tim peliputan dilapangan adalah dengan membagi tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing nya, kami yang dilapangan ini terbagi tugas nya diantaranya juru potret yang bertugas untuk mengambil gambar saja, video grafer yang bertugas untuk mengambil video kejadian atau peristiwa yang terjadi dilapangan, juru reelease yang bertugas untuk mengumpulkan setiap data yang didapatkan dilapangan kemudian langkah selanjutnya informasi yang sudah utuh tadi dikirimkan ke grup telegram untuk selanjutnya itu tanggung jawab admin masing-masing media sosial menyebarkan informasi tersebut apakah disebarkan melalui instagram, facebook, maupun website”(Ahmad Supadi,2022)

Kemudian Rian mengatakan bahwa :

“saya sebagai salah satu tim peliputan dari Dinas Kominfo Dharmasraya ikut terjun ke lapangan namun tugas saya dilapangan hanya sebagai juru potret ataupun gambar, setelah saya mengambil gambar tersebut saya serahkan ke editor untuk diberikan keterangan terkait gambar tersebut kami biasa menyebut nya dengan juru realisee,karena kami sudah dibagi tugasnya sedemikian agar pengelolaan ini dikelola secara teratur” (Rian,2022)

Dari pendapat Rian model pengelolaan informasi itu sesuai dengan tugas masing-masing yang sudah diberikan, agar pengelolaan informasi itu teratur dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Menurut Boffin sebagai pemegang akun instagram :

“ kami sebagai admin akun instagram saya hanya bertugas untuk mengupload informasi tersebut ke media instagram, sedangkan admin media sosial lainnya juga seperti itu, yang kami lakukan sebagai admin dari instagram adalah bagaimana informasi ini dikemas dengan baik itulah hal yang kami lakukan misalnya dengan mengubah bentuk dan letak serta merubah template ke bentuk sederhana namun menarik serta informasi ini mampu termakan oleh masyarakat yang awam sekalipun yang pastinya informasi itu terbaru“ (Boffin Kharsananda,2022)

Berdasarkan hasil wawancara bersama Misbah Khulkhair, tim peliputan mendapatkan informasi dengan turun kelapangan sesuai agenda yang mereka dapatkan, informasi yang didapatkan diedit terlebih dahulu sesuai tugas dan bidang masing masing setelah itu informasi tersebut dilihat kembali oleh realise apabila sudah dari tangan tim realise baru disebarluaskan kepada masyarakat melalui instagram. Seperti yang disampaikan Misbah Khulkhair sebagai berikut :

“kami mendapatkan informasi itu dengan cara turun kelapangan secara langsung, kami membagi tugas masing masing tim peliputan sesuai keahliannya contohnya ananda ahli dibidang mengambil gambar maka dari itu kami tugaskan untuk mengambil gambar saja, begitu pula yang lainnya ahlinya dibagian jurnalistik maka kami tugaskan dibagian jurnalistik, tujuannya kenapa begitu agar menghindari kurangnya menguasai materi saat dilapangan serta hasil yang kurang memuaskan.kemudian setelah tim peliputan kami turun ke lapangan dan sudah mendapatkan informasi, informasi ini dikirimkan ke grup bidang ikp ( informasi komunikasi publik )nah di situlah saling mengirimkan dan bertukar informasi sehingga terciptalah suatu informasi yang utuh barulah informasi itu diunggah ke instagram oleh admin instagram. ”.(Misbah Khulkhair,2022)

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat simpulkan bahwa Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya sudah memiliki tugas dan wewenang masing-masingnya dan diatur secara teratur, setelah peliputan selesai informasi yang didapat oleh tim peliputan dilapangan langsung disebarluaskan kepada masyarakat Kabupaten Dharmasraya setelah melalui tahapan pengelolaan yang sudah di realisasikan selama ini.

Informasi yang disebarluaskan melalui instagram memiliki jangkauan yang sangat luas karena sifat instagram itu sendiri. Setiap pemerintah daerah memiliki akun resmi instagram untuk menginformasikan segala kegiatan yang ada didaerah. Informasi yang dibagikan melalui instagram resmi Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya tidak hanya dapat diterima oleh masyarakat yang ada didekat, masyarakat yang berada jauh juga dapat melihat informasi yang dibagikan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Dharmasraya.

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi yang disampaikan oleh Dinas Kominfo kepada masyarakat merupakan informasi langsung yang diliput oleh tim peliputan bidang informasi komunikasi publik dilokasi atau dilapangan kegiatan berlangsung melalui dokumentasi berupa foto-foto, setelah itu informasi tersebut diedit terlebih dahulu menjadi sebuah informasi yang utuh dan disebarluaskan kepada masyarakat, setelah itu informasi disebarluaskan dengan memanfaatkan instagram. informasi yang disebarluaskan oleh admin instagram Dinas Kominfo merupakan informasi akurat yang didapat dari lapangan untuk memberikan informasi tentang Kabupaten Dharmasraya. informasi yang didapatkan oleh tim peliputan Dinas Kominfo telah di jadwalkan oleh Dinas Kominfo informasi yang didapatkan disebarluaskan melalui Instagram resmi pemerintah yang dipegang langsung oleh bidang informasi dan komunikasi publik agar masyarakat mengetahui informasi terbaru.

Berdasarkan observasi peneliti lakukan pelayanan informasi merupakan bentuk kinerja dari bidang ikp(informasi dan komunikasi publik) yang diberikan kepada masyarakat pengguna informasi.ikp memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat sesuai dengan keyakinan profesi dan standar yang ditetapkan. Hal ini ditunjukkan agar pelayanan informasi memiliki nilai serta dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat mengenai informasi yang disampaikan oleh bidang ikp dinas kominfo Kabupaten Dharmasraya. Informasi yang di hasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh masyarakat melalui instagram yang berkaitan dengan penyelenggara dan yang berkaitan dengan kepentingan serta kebutuhan masyarakat. Kendala-kendala yang didapatkan selama mengelola informasi tentang Kabupaten Dharmasraya

1. Keterlambatan petugas peliputan

Dalam kegiatan yang dilakukan pemerintah kendala yang dihadapi oleh admin instagram dalam pengelolaan yaitu keterlambatan petugas dalam peliputan berita karena jarak yang ditempuh cukup jauh dan kurangnya kesigapan dari anggota untuk turun kelapangan.

2. Kurangnya tenaga atau personil lapangan (tenaga peliputan)  
kendala yang dihadapi yaitu kurangnya tenaga atau personil dibagian peliputan bidang informasikomunikasi oblik sehingga ketika acara yang berdempetan tenaga peliputan kewalahan dalam meliput, sehingga acara tidak bisa ter kafer semuanya.
3. Kurangnya menguasai materi saat turun kelapangan  
Informan yang tidak berada dilapangan/sulit untuk mendapatkan keterangan jika ditanyai suatu peristiwa
4. Tidak mencatat hal-hal penting di kertas serta tidak record

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Model pengelolaan *instagram @diskominfodharmasraya* sebagai media informasi tentang kabupaten Dharmasraya jika ditinjau dengan komunikasi massa ada tiga model komunikasi diantaranya adalah :

1. Model Komunikasi Harold Laswell

Model pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh bidang informasi dan komunikasi publik dinas kominfo Dharmasraya yang pertama adalah model Laswell. Model ini dirasa sangat cocok dengan yang peneliti kaji karena dinas kominfo Dharmasraya mampu memanfaatkan canggihnya teknologi dengan penggunaan *instagram* sebagai salah satu media yang di prioritaskan.

2. Model Komunikasi Satu Tahap

Model kedua yang dipakai oleh Dinas Kominfo Dharmasraya dalam pengelolaan informasi melalui Instagram adalah model satu tahap. Dimana model satu tahap ini sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yakni teori jarum hipodermik atau jarum suntik.

3. Model Komunikasi DeFleur

Model pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Dharmasraya yang ketiga adalah model komunikasi DeFleur. Model Komunikasi DeFleur yaitu,

## DAFTAR REFERENSI

### Al- Qur'an terjemahan agama RI. Bandung 2020

#### Buku

- Annar, Saipul . (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Palembang: Rafah Press
- Ardianto, Elvinaro . ( 2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Berkowski, George . (2016). *How to Build a Billion Dollar App : temukan rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*. Tangerang: Gemilang
- Best, Jhon W. ( 1987). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional
- Cangara, Hafied . (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Dailey.(2009). *peculiarities of social media integration into marketing communications*, Dubuque, IA Brown & Benchmark
- Dwi Atmoko, Bambang. ( 2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Fachrul Nurhadi, Zikri . ( 2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana
- Fitrah, Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus* . Jawa Barat: CV Jejak
- Firdaus, Fakhry Zamzam. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*,. Yogyakarta: Deepublish
- Ghazali, Miliza. ( 2016). *buat duit dengan Facebook dan Instagram : panduan menjana pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Pubshing House
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif : teori dan praktik* .Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hendroyono , Handoko. (2012). *Brand Gardener*. Tangerang : Literati
- Handyaningrat, Soewarno . (1998). *pengantar studi dan Administrasi*. Jakarta: Haji Masagung
- Heryana, Ade . (2018). *informan dan pemilihan informan dalam oenelitian kualitatif*, Modul Pembelajaran Prodi kesehatan Masyarakat, Universitas Esa Unggul
- Karlinah, Siti. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Komala, Lukiati. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Lexy J, Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*.Yogyakarta: Deepublish
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Mogot, Yuni . ( 2003). *Manajemen Surat Kabar*. Jakarta:Prenada Media group
- Mc Quail, Denis. (2011). *teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Salemba Humanika
- Nursih Wahyuni, Isti. (2014). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan riset media Siber ( Cybermedia)*. Jakarta: Prenamedia Grop
- Romli, Khomsahrial . (2016). *Komunikasi massa*. Jakarta: PT Grasindo

- Rukajat, Ajat. (2018). *Buku Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish
- Saebani, Ahmad & Beni. (2008). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sayidah, Nur . (2018). *Metode Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. Taman Sidoarjo: Zifatama Jawara
- Setiansah, Mite. (2012). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Siyoto, Sandu . (2015). *dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. ( 2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutopo, H.B. (2006). *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan terapannya dalam penelitian*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Syaodih Sukmadinata, Nana. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sudirman, Acai. (2020). *Sistem Informasi Manajemen*. Medan :Yayasan kita menulis
- Sugiarto, Mathew. (2018). *instagram marketing*. Jakarta selatan : PT pengembang lintas pengetahuan
- Sunu Punjul Tyoso, Jaluanto. ( 2016). *Sistem Informasi* . Yogyakarta: Deepublish Group Penerbitan Budi Utama
- Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Cv Pustaka Setia
- Umri, Hengki Wijaya. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray
- Vivian, John . ( 2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenamedia Group
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Press
- Yog Kunandar, Alip . (2019). *memahami Teori-Teori Komunikasi*., Yogyakarta: Galuh Patria
- Yunaeti Anggraeni, Elisabet & Rita Irviani. ( 2019). *Pengantar System Informasi*. Yogyakarta : CV andi offset
- Zain, Sutan Mohammad. (1996). *kamus umum bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Zareella, Dan. ( 2010). *the social marketing book*. Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta

## **Jurnal**

- Desreumaux, Geoff. “ *the complete history of instagram*” <https://wersm.com /the-complete-history-of-instagram/prettyphoto> diakses 12 januari 2022 pukul 10.00 WIB.
- Disadurberdasarkanarticle
- Gonzales, Phil. ( 2011). *Instagram 6.0 (English): How To Use Hastags In Instagram, Instagramers*, 31 Januari
- Nurhasna Ayutiani, Difa & Berlian Primadani Satria Putri. (2018). “*penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner*”, Profesi Humas. 3(1)

## Website

- Asmara, Rini. (2016). jurnal j-click. 3 (2), desember
- Burch, *information Systems: teory and practice*
- Dwi Atmoko, Bambang . *Instagram handbook*  
(<http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23/perkembangan-aolikasi-social-photo-sharing-instagram/>diakses 22 februari 2022 pukul 20.30 WIB.)
- [https:// dharmasrayakab.go.id/profil/6/geografis.html](https://dharmasrayakab.go.id/profil/6/geografis.html)
- <https://sumbar.kemenag.go.id/v2/post/1587/sejarah-kabupaten-dharmasraya.html>
- <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683/8570> diakses 22 Februari 2022 pukul 09.00 WIB.
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram> diakses 22 februari 2022 pukul 09.30 WIB.
- Nurul Fahmi, Muhammad, (2019). *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Studi Islam*. 1.(1), Hal. 5
- Saputri, Yulia . *Optimasi Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak*. jurnal inovasi penelitian ilmiah. 1.(8). Januari 2021, hal. 1703
- Syahreza, M. Fachri & Irwan Syari Tanjung. (2018). “ *Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*”. Jurnal Interaksi, 1 ( Januari ), hal. 72-73
- Syahreza, M. Fachri & Irwan Syari Tanjung. (2018). “ *Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*”, Jurnal Interaksi, 1 Januari 2018, hal. 72-73
- widayanti, Riya. (2015). “ *pemanfaatan media sosial untuk penyebaran informasi kegiatan sekolah menengah kejuruan pasundan tenggerang*”. jurnal : abdimas. Vol.1 no 2

## Wawancara

- Fergiyandi.(2022, Januari 17). *Personal interview*
- Kharsananda, Boffin.(2022, April 25). *Personal interview*
- Dokumentasi Yang Peneliti Dapatkan Dari Instagram Dinas Kominfo
- Khilkhair.Misbah.(2022, April 26). *Personal interview*
- Khulkhair, Misbah.(2022,Mei 04). *Personal interview*
- Rian.(2022,Mei 04). *Personal interview*
- Supadi, Ahmad. (2022, Mei 17). *Personal interview*
- Kharsananda, Boffin. (2022, April 26). *Personal interview*
- Fergiyandi.(2022, April 20). *Personal interview*
- Fergiyandi.(2022, Maret 21). *Personal interview*
- Supadi, Ahmad. (2022, Maret 31). *Personal interview*
- Rian.(2022, Maret 31). *Personal Interview*
- Kharsananda, Boffin.(2022, April 04). *Personal interview*

**Observasi**

Hasil Observasi Peneliti Yang Dilakukan Pada Jumat 27 Mei 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Pada 19 April 2022

Hasil Observasi Yang Peneliti Lakukan Pada Senin, 02 Mei 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Kamis, 07 April 2022

Hasil Observasi Yang Dilakukan Peneliti Pada Kamis, 12 Mei 2022