



Efektifitas Penggunaan Instagram Balai Pelayanan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (BP3MI) Sumatera Barat Sebagai Media Informasi dalam Menghadapi Kekurangan Eksistensinya

Laras Dwi Oktari¹, Ernita Arif², Asmawi³

^{1,2,3}Universitas Andalas, Indonesia

E-mail: yayasoktari@gmail.com, arifernita@yahoo.co.id, asmawiahmadfisip@gmail.com

| Article Info | Abstract |
|---|---|
| Article History Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-04 Keywords: <i>Effectiveness; Government; Information; Instagram.</i> | The aims of this research are: (1) to describe the effectiveness of using Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium; (2) to analyze the relationship between characteristics followers in the form of gender, age, education and employment with the effectiveness of using Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium, and (3) to analyze exposure to Instagram @bp3mi_sumbar media with the effectiveness of using Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium. The theory used is the uses and gratification theory. The research method is a quantitative approach with a descriptive correlational research type. This research used an online questionnaire for data collection with a total of 94 respondents which were then analyzed using the chi square test. The research results show that: (1) the use of Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium by followers Instagram @bp3mi_sumbar turns out to be effective, (2) there is no significant relationship between characteristics followers with the effectiveness of using Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium, (3) there is no significant relationship between exposure to Instagram @bp3mi_sumbar media and the effectiveness of using Instagram @bp3mi_sumbar as an information medium. |

| Artikel Info | Abstrak |
|---|---|
| Sejarah Artikel Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-04 Kata kunci: <i>Efektivitas; Informasi; Instagram; Instansi Pemerintah.</i> | Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mendeskripsikan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi; (2) untuk menganalisis hubungan karakteristik followers berupa jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi, serta (3) untuk menganalisis terpaan media instagram @bp3mi_sumbar dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi. Teori yang digunakan adalah teori uses and gratification. Metode dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif korelasional. Penelitian ini menggunakan kuesioner secara online untuk pengumpulan data dengan jumlah responden sebanyak 94 yang kemudian dianalisis dengan uji chi kuadrat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi oleh followers instagram @bp3mi_sumbar ternyata efektif, (2) tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik followers dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi, (3) tidak terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan media instagram @bp3mi_sumbar dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi. |

I. PENDAHULUAN

Di era digital seperti saat ini, media informasi pemerintahan semakin beragam dan mudah untuk diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain untuk alat komunikasi, media informasi juga berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam memonitor kinerja pemerintahan saat ini. Media informasi pada era digital ini terdiri dari situs web pemerintahan yang biasanya menyajikan berbagai informasi seperti profil pemerintahan, program kerja, hingga jadwal kegiatan pemerintahan tersebut; aplikasi mobile dimana pemerintahan menciptakan aplikasi-aplikasi khusus untuk mengakses informasi publik; serta akun media

sosial seperti facebook, twitter, dan instagram untuk menyampaikan informasi publik dan mendapatkan umpan balik dari masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maxim Wolf, dkk (R.Kumar, 2017) tampak adanya perkembangan penggunaan media sosial dari masa ke masa yang awalnya media sosial sebagai cara berkomunikasi personal kemudian berkembang menjadi bagian pekerjaan. Media sosial kini dipandang sebagai sarana publisitas yang menjanjikan juga menjadi sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Penggunaan media sosial untuk mendukung kerja dilakukan oleh 60% pengguna internet,

sehingga Indonesia menduduki posisi nomor tiga di dunia. Artinya, orang Indonesia bermedia sosial tidak hanya untuk bersenang-senang, tetapi juga untuk bekerja (Ratmono, 2021).

Seiring dengan penggunaan media sosial yang semakin massif, organisasi pemerintahan pun mulai terjun ke media sosial khususnya instagram untuk memperluas jangkauan dan interaksi dengan masyarakat. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial populer yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto dan video dengan teman serta pengikut akun tersebut. Aplikasi ini juga memiliki banyak fitur pendukung lainnya. Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dimana pertama kali diluncurkan pada tahun 2010. Sejak diluncurkan, instagram telah berkembang menjadi salah satu aplikasi media sosial populer di dunia, dengan lebih dari miliar pengguna aktif bulanan. Hingga Januari 2023, Instagram menduduki peringkat kedua sebagai media social paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia dengan data yang dapat dilihat pada tabel berikut (Muhtar, 2023):

Tabel 1. Data Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia

| No | Media Sosial | Persentase |
|----|--------------------|------------|
| 1 | WhatsApp | 92.1 % |
| 2 | Instagram | 86.5 % |
| 3 | Facebook | 83.8 % |
| 4 | Tiktok | 70.8 % |
| 5 | Telegram | 64.3 % |
| 6 | Twitter | 60.2 % |
| 7 | Facebook Messenger | 51.9 % |

Sumber. Data diperoleh dari (Muhtar, 2023)

Meningkatnya jumlah akun instagram resmi pemerintah dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa pemerintah semakin menyadari pentingnya memanfaatkan instagram untuk menyebarkan informasi. Memang, instagram mencapai puncak kejayaan dan menjadi salah satu media sosial paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia dengan total pengguna aktif mencapai 61 juta orang. instagram memiliki kelebihan pada fitur yang dimiliki, yaitu pada instagram story, feed, reels, dan IG TV. Kenyataan bahwa banyak pengguna menggunakan kamera handphone untuk berfoto atau merekam video, membuat instagram mencapai kesuksesannya (Bachtar, 2022).

Instagram pemerintahan seringkali menggunakan konten visual seperti gambar dan video untuk menyampaikan informasi. Hal ini dilakukan untuk dapat menarik pengguna dan memudahkan audiens untuk memahami

informasi yang disampaikan. Seperti yang diasumsikan pada teori kekayaan media, bahwa media yang kaya adalah media yang bisa mengurangi ketidakpastian informasi yang disampaikan (Littlejohn, 2009). Media dengan gambar dan video lebih kaya dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Serta

Menurut teori pemrosesan informasi sosial, komunikator menggunakan isyarat verbal untuk menyampaikan informasi yang tersedia secara virtual sehingga harus diekspresikan secara tertulis melalui media online (Littlejohn, 2009). Selain sebagai media informasi, instagram juga membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberlangsungan suatu instansi pemerintahan, seperti halnya menurut penelitian Dina Anggia Marpiana, dkk yang berjudul "Pengaruh penggunaan media sosial milik instansi pemerintah pada kepercayaan terhadap pemerintah daerah (studi pada media sosial milik Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi DKI Jakarta)", menurut penelitian tersebut terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah yang meliputi berbagai macam faktor seperti transparansi dan interaktivitas komunikasi yang terjadi melalui media sosial tersebut. Sejalan dengan penelitian Dina, pada penelitian Agnes & Ira yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Dari dua penelitian tersebut, dapat kita mengambil makna bahwa peranan media sosial instagram instansi pemerintah membawa dampak yang cukup besar terhadap publik instansi tersebut.

Pada saat ini @bp3mi_sumbang memiliki jumlah *followers* sebanyak 1664. Ini merupakan angka yang cukup tinggi untuk golongan akun instansi pemerintahan jika melihat perkembangan instagramnya yang mulai aktif baru pada tahun 2020, yang masih tergolong baru. Data pada Insight instagram pun memperlihatkan perkembangan yang baik. Insight instagram dapat merupakan fitur instagram untuk memberikan sedikit gambaran mengenai analisis perkembangan akun. Dalam sebulan terakhir (22 Oktober 2022 - 20 November 2022) @bp3mi_sumbang dapat menjangkau 2360 akun, artinya sebanyak 2360 pengguna sudah melihat akun @bp3mi_sumbang bahkan lebih dari setengahnya, yaitu sebanyak

1426 angka bukan merupakan *followers* @bp3mi_sambar.



Gambar 1. *Insight* instagram @bp3mi_sambar 22 Oktober 2022 - 20 November 2022 (BP3MI Sumatera Barat, 2022)

Kemudian jika dibandingkan dengan UPT lain di Sumatera seperti Aceh (@bp3mi.aceh) dan Riau (@bp3mi_riau), @bp3mi_sambar memiliki angka *followers* yang lebih tinggi. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa sebenarnya instagram @bp3mi_sambar memiliki potensi yang cukup baik sebagai platform sumber media informasi. Namun, dua UPT lainnya yaitu BP3MI Sumatera Utara (bp3mi_sumut) dan Lampung (bp3mi_lampung) memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak.

Tabel 2. Jumlah *Followers* Instagram UPT BP2MI di Sumatera

| Nama UPT | Jumlah <i>Followers</i> |
|----------------|-------------------------|
| @bp3mi.aceh | 1049 |
| @bp3mi_riau | 1331 |
| @bp3mi_sambar | 1664 |
| @bp3mi_sumut | 3820 |
| @bp3mi_lampung | 2774 |

Sumber. Data diperoleh dari (Penulis, 2022)

Hal signifikan yang terlihat berdasarkan observasi awal peneliti adalah, bahwa kedua akun instagram ini rajin dan konsisten dalam membuat instagram story serta menanggapi komentar-komentar *followers*. Beberapa ciri akun instagram yang memiliki potensi untuk menjadi populer dan sukses adalah fokus pada bidangnya, konten yang berkualitas dan menarik, serta memiliki aktivitas sosial yang tinggi dengan memanfaatkan fitur yang ada seperti instagram story, "like", dan "comment". Kedua UPT tersebut sudah menerapkan ketiga ciri tadi sehingga yang menjadi perbedaan dengan BP3MI Sumbar adalah bahwa BP3MI Sumbar dilihat masih belum maksimal dalam menerapkan aktivitas sosial pada instagramnya.

Instagram dapat menjadi media informasi efektif dalam beberapa cara, yaitu adanya visualisasi informasi yang dapat ditampilkan secara menarik dan mudah dipahami audiens,

mengarahkan pengguna untuk mendapatkan sumber informasi lainnya karena instagram dapat memberikan sumber informasi lain seperti situs web, serta membangun kesadaran merek yang dapat membantu memperkenalkan merek, produk, atau layanan ke khalayak luas.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu *follower* instagram @bp3mi_sambar yang juga adalah seorang PMI di Korea, informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sambar telah disampaikan secara baik, ia juga merasa sangat terbantu dengan adanya instagram ini karena informasi bisa didapatkan dengan lebih mudah sehingga diharapkan untuk secara terus menerus dan dimaksimalkan lagi dalam penyampaian informasi terkait khususnya kepada generasi muda agar pemuda/i yang ingin bekerja ke luar negeri lebih banyak sehingga mereka bisa memperbaiki ekonomi keluarga bahkan ekonomi daerah.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif korelasional dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efektivitas penggunaan instagram serta menganalisis hubungan antara karakteristik *followers* serta terpaan instagram dengan efektivitas penggunaan instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1664 yang merupakan *followers* instagram @bp3mi_sambar yang kemudian didapatkan jumlah sampel (menggunakan rumus Slovin) sebanyak 94 sampel.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner sebagai sumber data primer, serta data yang diperoleh dari instagram @bp3mi_sambar dan penelitian terdahulu sebagai sumber data sekunder. Adapun rentang waktu pengumpulan data primer yaitu selama dua bulan lamanya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Uji Chi Kuadrat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui jumlah frekuensi kategori efektif sebanyak 81 (86,2%), serta kategori cukup efektif dengan jumlah frekuensi sebanyak 13 (13,8%) seperti yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Efektivitas Penggunaan Instagram @bp3mi_sumbar sebagai Media Informasi

| Terpaan | Frekuensi | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Cukup Efektif | 13 | 13,8 |
| Efektif | 81 | 86,2 |
| Total | 94 | 100 |

Sumber. Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil penelitian, efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi berada pada kategori efektif dengan hasil uji Chi Kuadrat sebesar 49,19 dimana $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ ($49,19 > 3,481$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi sudah efektif.

Konsep efektivitas informasi pada media instagram @bp3mi_sumbar menurut Murphy, dkk (Cantika and Riyanto 2022) dapat diukur ke dalam 7 indikator yaitu kelengkapan (*completeness*), keringkasan (*conciseness*), konkret (*concrete*), pertimbangan kondisi pembaca (*consideration*), kejelasan (*clarity*), kesopanan (*courtesy*), dan kebenaran (*correctness*).

Berdasarkan Tabel 4, diketahui secara keseluruhan indikator kelengkapan berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 69 (73.4%), artinya secara keseluruhan kelengkapan informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong efektif, indikator keringkasan berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 68 (72.3%) yang artinya secara keseluruhan keringkasan informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong efektif, indikator konkret berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 85 (90.4%) yang artinya secara keseluruhan informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong sudah konkret, indikator pertimbangan berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 61 (64.9%), artinya secara keseluruhan, instagram @bp3mi_sumbar telah mempertimbangkan kondisi pembacanya, indikator kejelasan berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 79 (84%), artinya secara keseluruhan kejelasan informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong efektif. Indikator kesopanan berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 68 (72.3%), artinya secara keseluruhan kesopanan informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong efektif. Indikator kebenaran berada pada kategori efektif dengan frekuensi sebesar 75

(79.8%), artinya secara keseluruhan kebenaran Bahasa pada informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar tergolong efektif.

Secara keseluruhan efektivitas informasi pada instagram @bp3mi_sumbar berada pada kategori efektif. Informasi yang disampaikan melalui instagram @bp3mi_sumbar berupa alamat, nomor yang bisa dihubungi, pengumuman, dan prosedur serta informasi lainnya sudah lengkap dan dijelaskan secara detail sehingga responden sudah dapat memahami maksud dari informasi tersebut. Informasi yang diberikan @bp3mi_sumbar bersifat konkret, faktual, dan tidak abstrak, harus berkualitas tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan *followersnya*. Semakin jelas informasi yang disajikan oleh akun instagram @bp3mi_sumbar maka informasi pada instagram @bp3mi_sumbar sudah bisa dikatakan efektif. Informasi menjadi entitas penting di dalam instagram karena penggunaannya dapat mengkreasi representasi dirinya, melakukan interaksi berdasarkan informasi, serta memproduksi konten. Kesopanan bahasa pun sudah efektif dimana setiap unggahan instagram @bp3mi_sumbar tidak mengandung kalimat kasar atau tidak pantas sehingga tidak menyinggung pihak lain serta menjelekkan nama instansi tersebut.

Efektivitas penggunaan instagram ini tentu akan memberikan efek kognitif yaitu adanya pengetahuan atau informasi yang didapatkan oleh khalayak. instagram @bp3mi_sumbar telah membawa efek kognitif terhadap *followersnya* berupa segala pengetahuan mengenai PMI. Tujuan dari adanya akun instagram @bp3mi_sumbar adalah untuk memenuhi kebutuhan para *followers* terkait PMI. Informasi-informasi terkait PMI ini bisa berupa peluang kerja ke luar negeri, produk-produk hukum terkait PMI, peraturan-peraturan, data penempatan PMI, proses pemulangan PMI, pencegahan pemberangkatan PMI ilegal, penangkapan tindak pidana perdagangan orang, dan masih banyak lagi.

Instagram @bp3mi_sumbar bisa saja menghasilkan hubungan-hubungan yang lebih "pribadi" di antara BP3MI Sumbar dengan para *followersnya* khususnya para CPMI (Calon Pekerja Migran Indonesia) yang tentunya sangat membutuhkan informasi-informasi terkait demi keberlangsungan kehidupan mereka. Tanpa batas ruang dan waktu, tanpa perlu ke lokasi, @bp3mi_sumbar

bisa mempertemukan beberapa orang di dalamnya. Menurut Jackie Owen (Ratmono, 2021), konten media sosial kini menjadi sumber berita utama, lebih banyak pengguna yang mendapatkan berita dari media sosial ketimbang televisi, website online, atau koran konvensional. Para pengguna Instagram bisa saja langsung mencari atau mengunjungi Instagram @bp3mi_sumbang untuk memperoleh berita sebagai validasi apakah informasi yang mereka terima benar atau tidaknya.

Fungsi utama informasi adalah sebagai data dan fakta yang sanggup membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjelas hal-hal yang sebelumnya masih meragukan, sebagai prediksi untuk peristiwa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang (Pawit M Yusup, 2010). Seperti yang sudah dilihat pada hasil penelitian bahwa dari aspek kejelasan dan kebenaran, Instagram @bp3mi_sumbang sudah berada pada kategori efektif. Sejalan dengan teori *uses and gratification* dimana asumsi dasarnya adalah penggunaan media oleh pengguna memberikan kepuasan terhadap pengguna itu sendiri. *Followers* @bp3mi_sumbang mendapatkan kepuasan akan kebutuhan informasi mereka. Jika pengguna puas akan kebutuhan informasi yang mereka dapatkan, maka informasi tersebut dianggap efektif. Penggunaan media yang efektif tentu akan membawa dampak yang positif seperti yang ditunjukkan pada hasil penelitian W.Akram & R.Kumar (R.Kumar, 2017) bahwa efek positif penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

1. Konektivitas masyarakat. Publik dari mana saja dapat saling terhubung dengan siapapun tanpa batas ruang dan waktu. Para PMI dari berbagai belahan dunia bisa saling terhubung melalui Instagram @bp3mi_sumbang, mungkin mereka yang berasal dari Sumatera Barat bisa saling menjalin konektivitas guna mempererat persaudaraan dan saling berbagi informasi. Kemudian para pihak terkait baik itu pihak swasta maupun pemerintahan lainnya bisa menjalin konektivitas dengan BP3MI Sumbang juga melalui Instagram @bp3mi_sumbang untuk dapat melakukan berbagai macam kegiatan, pelatihan, koordinasi, dan sebagainya.
2. Pendidikan. Media sosial bisa memberikan berbagai manfaat pendidikan berupa belajar dari orang lain yang sudah ahli dan profesional dalam bidangnya. Misalnya BP3MI Sumbang yang terdiri dari instruktur

Orientasi Pra Pemberangkatan (OPP) bisa menyampaikan informasi melalui Instagram @bp3mi_sumbang bahwa sebelum pemberangkatan PMI ke luar negeri, mereka akan dibekali dengan berbagai macam materi guna membekali PMI ketika bekerja di luar negeri dan sebagai bentuk perlindungan terhadap mereka.

3. Bantuan. Seseorang dapat menyampaikan masalah melalui media sosial ini apakah itu untuk mendapatkan bantuan dalam bentuk saran atau hal lainnya. Sejauh ini banyak PMI yang terkena kasus, maka salah satu cara cepat untuk mendapatkan pertolongan adalah dengan mencari bantuan kepada pihak BP3MI Sumbang melalui Instagram ini karena sesuai dengan tugas BP3MI adalah untuk memberikan perlindungan terhadap PMI dan keluarganya dari ujung rambut sampai ujung kaki.
4. Informasi dan Pembaruan. Hal paling utama dari media sosial adalah publik mendapatkan informasi terbaru. Televisi dan media cetak saat ini bersifat sepihak dan tidak menyampaikan pesan asli. Namun, dengan bantuan Instagram @bp3mi_sumbang, seseorang bisa mendapatkan aktualitas dan data asli dengan melakukan eksplorasi.
5. Periklanan. Media sosial dapat mempromosikan bisnis ke khalayak luas. Seluruh dunia terbuka dan dapat dipromosikan kepada siapa saja. Hal ini akan membantu dalam meningkatkan laba dan mencapai target bisnis. Perusahaan-perusahaan penyalur PMI terkait bisa saja mengiklankan lowongan pekerjaan di bawah naungan mereka melalui Instagram @bp3mi_sumbang sehingga turut andil dalam peningkatan laba perusahaan itu sendiri.
6. Tujuan mulia. Media sosial dapat digunakan untuk tujuan mulia dimana publik dapat memberikan kontribusinya kepada orang-orang yang membutuhkan dan bisa dilakukan dengan cepat.
7. Membantu dalam membangun komunitas. Media sosial dapat membuat orang dengan latar belakang berbeda berkumpul dan membentuk suatu kelompok untuk berdiskusi dan berbagi hal terkait. Mirip dengan menjalin konektivitas tadi, ketika seseorang sudah terkoneksi dengan yang lainnya, maka melalui koneksi ini bisa membentuk suatu komunitas seperti

komunitas PMI Sumbar atau komunitas PMI Purna, dan sejenisnya.

Efektivitas penggunaan instagram oleh pemerintah ini diharapkan dapat memenuhi tuntutan masyarakat dalam memperbaiki pelayanan publik agar menjadi lebih baik dari sebelumnya, bagaimana meningkatkan pelayanan publik dengan menciptakan pelayanan pemerintahan yang bersih dan berwibawa. Hal ini adalah sebuah upaya untuk mewujudkan tata pemerintahan yang semakin baik (*good governance*). Menurut World Bank (Hardiyansyah, 2018) *good governance* merupakan sebuah cara untuk memperkuat kerangka kerja institusional dari pemerintah.

Pemerintahan yang baik memberikan arti penting kesejajaran hubungan antara pasar, masyarakat, dan institusi negara yang harus saling mengetahui apa yang dilakukan pihak lain dan membuka ruang agar mereka saling memahami sehingga akan menumbuhkan sinergi dalam penerapan *good governance* di masyarakat. Kemudian salah satu ciri *good governance* adalah transparansi yang dibangun atas dasar arus informasi yang bebas dimana seluruh proses pemerintahan dan infomasinya dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan (Hardiyansyah, 2018).

Pentingnya pengelolaan instagram yang efektif juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dinataranya adalah: (1) komunikasi antara sector public dan masyarakat menawarkan bentuk baru. Waktu yang dibutuhkan menjadi lebih singkat, tingginya tingkat pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap tindakan yang dilakukan oleh pemerintah; (2) memungkinkan adanya penghapusan birokrasi dan proses pelayanan yang masih konvensional dan berbelit-belit, sehingga tujuannya adalah efisiensi pelayanan dan penghematan finansial. Disamping itu, informasi melalui instagram ini dapat meningkatkan derajat pengetahuan masyarakat mengenai proses dan persyaratan dalam pelayanannya; (3) informasi yang disampaikan dapat berupa informasi-informasi yang bersifat local, yang berhubungan dengan warga setempa.

Masyarakat yang sibuk dan biasanya tinggal di lokasi yang cukup jauh dengan kantor pelayanan, maka dengan mengimplemen-tasikan penggunaan instagram yang efektif, masyarakat itu tetap

dapat mengakses informasi dan layanan publik sehingga masyarakat dapat memanfaatkan waktunya untuk melakukan aktivitas-aktivitas lainnya dan menjadi masyarakat yang produktif. Keuntungan lainnya antara lain adalah adanya peningkatan kualitas pelayanan dimana pelayanan yang dilakukan selama 24 jam, banyaknya proses yang dilalui dengan menggunakan format digital sehingga lebih efisien dan hemat.

Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat ini membuat data, informasi, dan pengetahuan diciptakan dengan sangat cepat dan disebarkan ke seluruh lapisan masyarakat pada berbagai belahan dunia dalam hitungan detik. Hal ini berarti bahwa setiap individu dari berbagai belahan dunia dapat berkomunikasi kepada siapapun. Hasil dari kemajuan teknologi informasi yang pesat ini dapat memberikan pengaruh bagaimana pemerintahan pada masa kini harus bersikap secara benar dan efektif dalam melayani publiknya.

B. Pembahasan

1. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Efektivitas Penggunaan Instagram @Bp3mi_Sumbar Sebagai Media Informasi

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai signifikansi Chi kuadrat lebih besar dari nilai signifikansi Chi kuadrat tabel yaitu sebesar 0.502 ($0.502 > 0.05$) yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi

2. Hubungan Usia Dengan Efektivitas Penggunaan Instagram @Bp3mi_Sumbar Sebagai Media Informasi

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai signifikansi Chi kuadrat lebih besar dari nilai signifikansi Chi kuadrat tabel yaitu sebesar 0.945 ($0.945 > 0.05$) yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi.

3. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Efektivitas Penggunaan Instagram @Bp3mi_Sumbar Sebagai Media Informasi

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai signifikansi Chi kuadrat lebih besar dari nilai signifikansi Chi kuadrat tabel

yaitu sebesar 0.971 ($0.971 > 0.05$) yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi

4. Hubungan Pekerjaan Dengan Efektivitas Penggunaan Instagram @Bp3mi_Sumbar Sebagai Media Informasi

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai signifikansi Chi kuadrat lebih besar dari nilai signifikansi Chi kuadrat tabel yaitu sebesar 0.538 ($0.538 > 0.05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi

5. Hubungan Terpaan Media Dengan Efektivitas Penggunaan Instagram @Bp3mi_Sumbar Sebagai Media Informasi

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai signifikansi Chi kuadrat lebih besar dari nilai signifikansi Chi kuadrat tabel yaitu sebesar 0.113 ($0.113 > 0.05$) yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan instagram @bp3mi_sumbar dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara karakteristik responden yang diukur dari jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi karena informasi-informasi yang disampaikan @bp3mi_sumbar tidak memerhatikan segmentasi dari penggunaannya sehingga informasi yang disajikan dapat diterima oleh semua kalangan, seperti salah satu karakteristik media massa (Cangara, 2006) yaitu media massa bersifat terbuka dimana pesannya dapat diterima oleh siapa saja, dimana saja, tanpa memandang usia, jenis kelamin, dan etnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Ari Ramadan & Anna Fatchiya (Ramadan, 2021) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara karakteristik konsumen dengan efektivitas promosi.

Hubungan yang signifikan antara terpaan Instagram @bp3mi_sumbar dengan efektivitas ini menunjukkan bahwa ketika seorang *follower* yang menggunakan instagramnya

dengan waktu yang lebih lama, dengan jumlah frekuensi yang lebih sering, dan menaruh perhatian lebih terhadap Instagram itu, maka diasumsikan ia akan lebih puas terhadap informasi yang ia dapatkan jika dibandingkan dengan seorang *follower* yang jarang mengunjungi Instagram @bp3mi_sumbar, waktu yang mereka habiskan lebih sedikit, serta tidak begitu menaruh perhatian terhadap informasi-informasi yang disampaikan. Namun, pada penelitian ini tidak terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan media instagram @bp3mi_sumbar terhadap followersnya dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi. Hal ini tidak membuktikan bahwa semakin tinggi terpaan suatu media maka akan semakin tinggi efektivitas informasi pada instagramnya (Cantika & Riyanto, 2022). Penggunaan instagram @bp3mi_sumbar ini ternyata juga efektif menurut mereka yang jarang mengonsumsi instagram @bp3mi_sumbar. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Naura & Sutisna (Cantika & Riyanto, 2022) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara terpaan instagram dengan efektivitas informasi.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi efektif. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik *followers* @bp3mi_sumbar berupa jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan dengan efektivitas penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan media dengan efektivitas pafa penggunaan instagram @bp3mi_sumbar sebagai media informasi. Adanya keterbatasan penelitian dalam sumber daya berupa terbatasnya waktu, dana, atau akses untuk menemui sampel secara langsung menjadi hambatan dalam pengumpulan data dan kelengkapan penelitian.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain seperti motif penggunaan instagram; serta bagi BP3MI Sumbar sebaik-

nya mengupload konten lebih sering, tidak hanya pada fitur feed tetapi juga pada *story* instagram, lebih interaktif dengan para followersnya sehingga dapat meningkatkan terpaan media @bp3mi_sumbang serta meningkatkan nilai efektivitas penggunaan instagramnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Bachtar, A. (2022). *The magic of influencer bagaimana memberi nilai pada diri sendiri dan memikat orang lain*.
- Cangara. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo.
- Cantika, N., & Riyanto, S. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(2), 219–232. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>
- Fitriani, D. R., Pertiwi, C. A., & Santoso, B. (2019). Smart City through Social Media: In Creating Good Governance in the Government of West Java. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6, 33–42.
- Garba, M. J., Yakubu, K. S., Maryclaret, O. K., & Williams, E. E. (2022). An Investigation of Social Media as a Government Digital Public Relations Tool: The Nigerian Experience. *Journal of New Media and Mass Communication*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.18488/91.v8i1.3025>
- Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*. Gava Media.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Communication Encyclopedias*. Sage Publication.
- Muhtar. (2023). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia*. <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Pawit M Yusup, D. (2010). *Teori & Praktik Penelusuran Infomasi*.
- R.Kumar, W. A. &. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–352.
- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Ratmono, B. G. & B. M. (2021). *Medsos di Antara Dua Kutub*. Rayyana Komunikasindo.
- Rubiyanto, R., & Yuliani, D. T. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Pembentukan Citra CNN Indonesia bagi Followers. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 6(2), 365–390. <https://doi.org/10.52447/promedia.v6i2.4338>