

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PUBLIK PEJABAT PENGELOLA
INFORMASI DAN DOKUMENTASI LEMBAGA PENYIARAN
PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA MEDAN
DALAM PENYEBARAN INFORMASI
DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

OLEH:

**CHRISTINA MANURUNG
198530159**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 31/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)31/10/23

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PUBLIK PEJABAT PENGELOLA
INFORMASI DAN DOKUMENTASI LEMBAGA PENSIARAN
PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA MEDAN
DALAM PENYEBARAN INFORMASI
DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Medan Area

Oleh:

**CHRISTINA MANURUNG
19853015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 31/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)31/10/23

LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : **Efektivitas Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram**

Nama : Christina Manurung


NPM : 198530159

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Dedi Sahputra, M.A
Pembimbing I


Khairullah S. Kom, M.I.Kom
Pembimbing II


Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP
Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus: 27 September 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukannya sifat plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 15 Juli 2023



Christina Manurung

198.530.159

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christina Manurung
NPM : 198530159
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Efektivitas Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

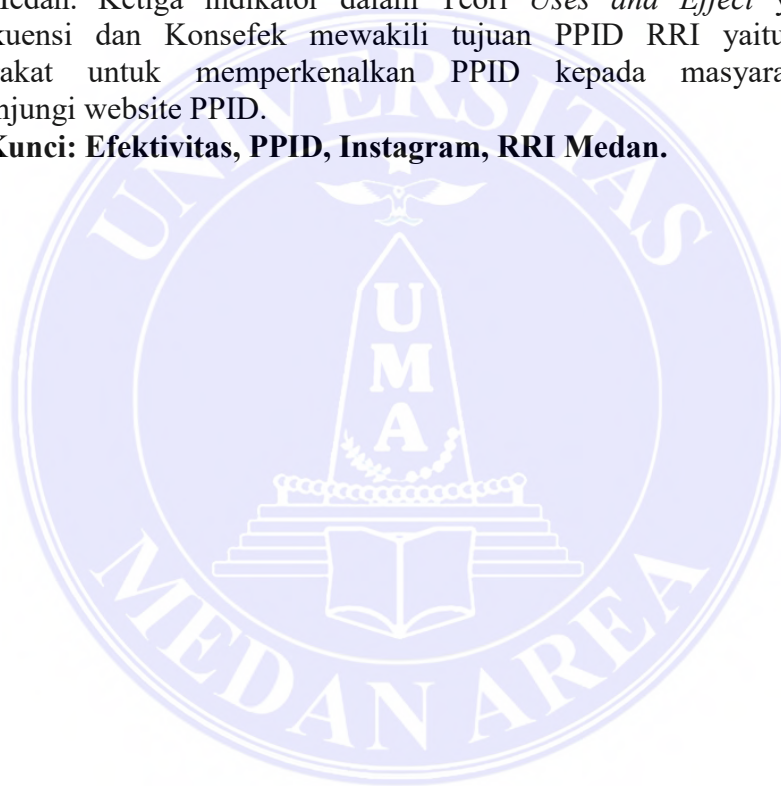
Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 15 Juli 2023


Christina Manurung
198530159

ABSTRAK

Petugas Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dibentuk berdasarkan Pasal 1 Peraturan Direktur Utama No.4/2016 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pelayanan Informasi di lingkungan LPP RRI. Instagram sebagai alternatif diseminasi informasi dari situs web yang dipilih PPID RRI Medan karena yang paling populer dengan kelebihan-kezalebihannya, namun secara pengemasan yang kurang menarik membuat peneliti tertarik untuk mengetahui Efektivitas dari. Peneliti menggunakan Teori *Uses and Effect* milik Svan Windahl (1979) yakni: Efek, Konsekuensi dan Konsefek). Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa keberadaan Instagram PPID dikatakan efektif dan membawa perubahan bagi RRI Medan. Ketiga indikator dalam Teori *Uses and Effect* yakni Efek, Konsekuensi dan Konsefek mewakili tujuan PPID RRI yaitu mengajak masyarakat untuk memperkenalkan PPID kepada masyarakat untuk mengunjungi website PPID.

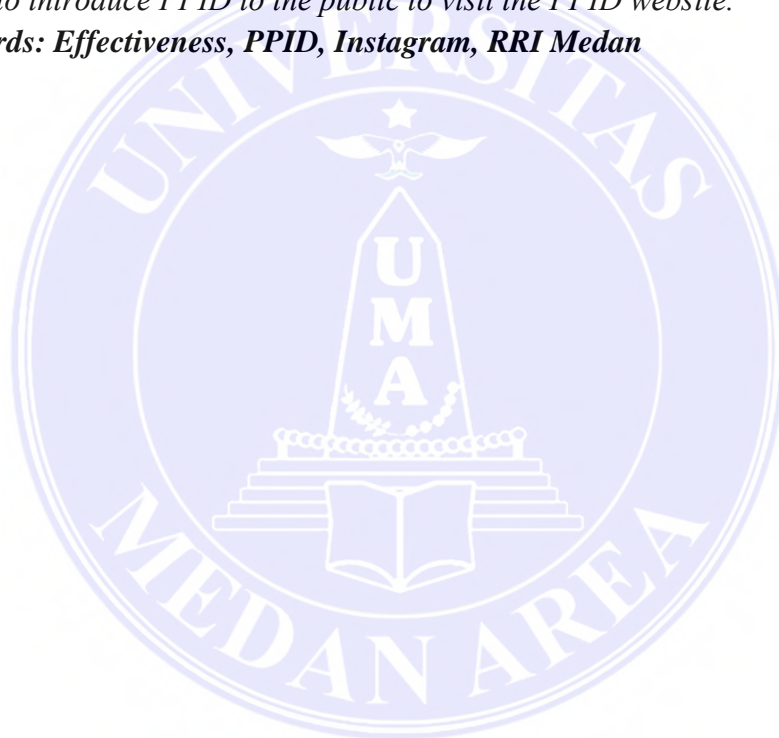
Kata Kunci: Efektivitas, PPID, Instagram, RRI Medan.



ABSTRACT

The Information and Documentation Management Officer (PPID) was formed based on Article 1 of Main Director Regulation No.4/2016 concerning Guidelines for Information Management and Services within the RRI LPP. Instagram as an alternative for information dissemination from the website was chosen by PPID RRI Medan because it is the most popular with its advantages, but the less attractive packaging makes researchers interested in finding out the effectiveness of it. Researchers used Svan Windahl's (1979) Uses and Effect Theory: Effect, Consequence and Consequence). The method used is a descriptive qualitative method and data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The research results show that the existence of Instagram PPID is said to be effective and brings change to RRI Medan. The three indicators in the Uses and Effect Theory, represent the aim of PPID RRI, namely inviting the public to introduce PPID to the public to visit the PPID website.

Keywords: Effectiveness, PPID, Instagram, RRI Medan



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Raja Bejambu pada tanggal 24 Desember 2000 dari Bapak Holman Manurung dan Ibu Nursalam Gultom. Penulis merupakan anak ketiga dari enam bersaudara. Adapun jenjang pendidikan yang sudah dilalui penulis sebagai berikut :

1. Tahun 2007, Penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 006 Satu Atap Sinaboi dan dinyatakan lulus pada tahun 2013.
2. Tahun 2013, Penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Bangko dan dinyatakan lulus pada tahun 2016.
3. Tahun 2016, Penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Sinaboi dan dinyatakan lulus pada tahun 2019.
4. Tahun 2019, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Medan Area pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Isipol.

Dengan ketekunan serta motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Efektivitas Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram”**.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui **“Efektivitas Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram”**

Dalam penulisan proposal skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si sebagai Dekan FISIP Universitas Medan Area.
3. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Dedi Sahputra, M.A selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membimbing saya dan memberikan masukan saran yang luar biasa dalam penyelesaian Skripsi ini.
5. Bapak Khairullah, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberi masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Rezki Aulia, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Sekretaris, yang telah memberi masukan saran bagi penulis dalam menyempurnakan proposal skripsi ini.

7. Bapak Dr Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. RRI Medan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan data dari pihak yang terkait.
9. Kakak Trywahyuningsih yang sudah saya anggap seperti kakak kandung yang sangat baik membantu saya saat mengumpulkan data serta memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area yang telah memberikan kemudahan dan bekal ilmu kepada penulis
11. Khusus dan teristimewa, kepada kedua orang tua tercinta Bapak Holman Manurung dan Ibu Nursalam Gultom yang telah memberikan dukungan, doa, materi, semangat dan ucapan yang selalu penulis ingat “Andalkan Tuhan Yesus, pasti kau bisa nang”. Serta kakak saya Eunique Artha Utami, S.P dan abang saya David Pratama, Amd.Tek yang telah memberi semangat dan doa selama penulis melaksanakan penelitian sampai dengan selesai.
12. Aberson, SST selaku my boyfriend yang tak henti-hentinya memberi semangat kepada penulis serta membantu, menemani dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Kak Friska Enjelina Sianturi, Mega Wanta Purba yang selalu tulus bahkan selalu ada disaat suka maupun duka sejak penulis mulai memasuki dunia perkuliahan dan seluruh teman-teman penulis kelas *Bilingual* yang

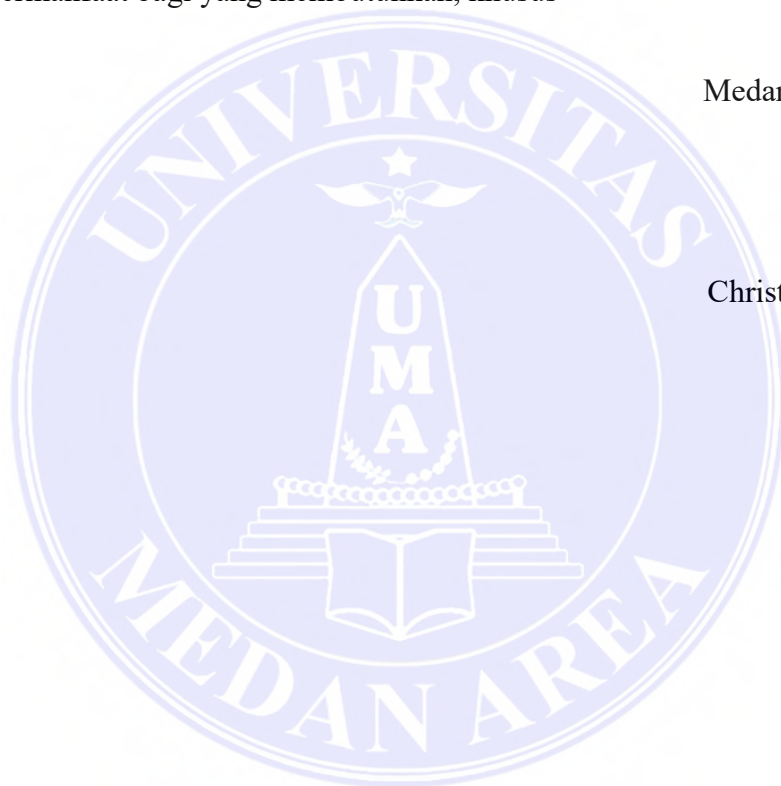
telah banyak memberi warna warni kehidupan. Semoga kita sukses di versi masing-masing.

14. Terakhir, Penulis bertrimakasih kepada diri sendiri, karena sudah berjuang dan bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini,

Dalam penyajian penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih ada terdapat kekurangan dan kesalahan pada penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan, khusus

Medan, 15 Juli 2023

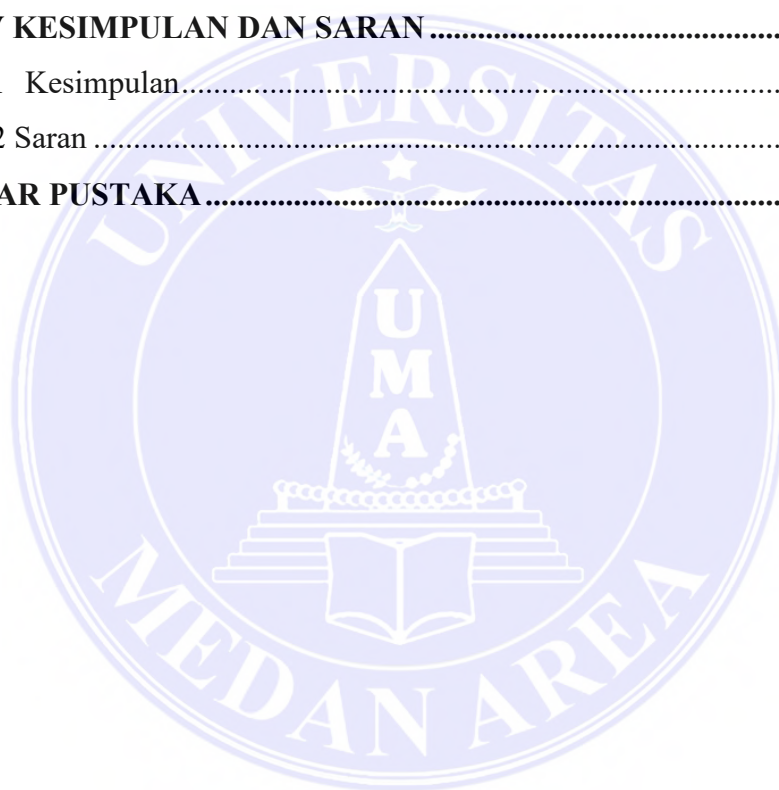
Christina Manurung



DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Publik	10
2.2 Teori <i>Uses and Effect</i>	20
2.3 Media Baru	22
2.4 Instagram	27
2.5 LPP RRI Berdasarkan UU Penyiaran.....	31
2.6 Keterbukaan Informasi Publik Menurut UU	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	36
2.8 Kerangka Berpikir	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.2 Sumber Data	41
3.3 Lokasi Penelitian	42
3.4 Waktu Penelitian	42
3.5 Informan Penelitian	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44

3.7 Instrumen Penelitian.....	45
3.8 Teknik Analisis Data.....	45
3.9 Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum PPID RRI Medan.....	47
4.2 Identitas Informan	48
4.3 Jadwal Wawancara.....	48
4.4 Hasil Penelitian.....	49
4.5 Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81



DAFTAR TABEL

	Halaman
1 Jumlah Pengikut Instagram PPID, Pro1, Pro2 dan Pro4.....	6
2 Penelitian Terdahulu.....	32
3 Waktu Penelitian.....	38
4 Informan Penelitian.....	39
5 Identitas Informan.....	44
6 Jadwal Wawancara.....	44
7 Genre dan Target Usia Programa.....	50



DAFTAR GAMBAR

Halaman

1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Menurut Usia.....	4
2 Profil Instagram PPID RRI Medan.....	7
3 Kerangka Berpikir.....	35
4 Tampilan Beranda Situs Web PPID RRI.....	43
5 Triangulasi Teknik.....	44
6 Gambar Kontribusi PPID Pelaksana Kewebsite ppid. rri.co.id.....	46
7 Registrasi situs web PPID.....	47
8 Daftar Platform Media Sosial Pengguna Aktif Terbanyak.....	48
9 Tampilan Unggahan Akun Instagram @ppidrrimedia.....	49
1 Jumlah Pengikut @ppidrrimedan Awal dan Pasca Penelitian.....	50
11 Tahap Pengeditan Konten Instagram PPID RRI Medan.....	52
12 Kekurangan Unggahan Instagram.....	54
13 Buku Tamu PPID RRI Medan.....	55
14 Hasil Penelitian.....	57
15 Tampilan Unggahan Instagram @ppidrrimedan.....	61
16 Jumlah Viewers Konten Instagram @ppidrrimedan.....	62
17 Proses Produksi Konten Instagram @ppidrrimedan.....	65
18 Tanggapan dan Respons Masyarakat di Instagram.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1 Surat Pengantar Riset	75
2 Surat Balasan Riset RRI Medan	76
3 Surat Selesai Riset	77
4 Dokumentas Wawancara Informan	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keterbukaan Informasi Publik (KIP) merupakan pilar utama dalam manajemen pemerintahan yang baik (*good governance*). Hal ini sebagaimana telah termasuk dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2018 yang menyebutkan, bahwa setiap orang berhak memperoleh informasi publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang di dalam ketentuannya sebagai berikut: 1) melihat dan mengetahui informasi publik; dan 2) menyebarluaskan informasi publik.

Hak atas informasi sangat penting, karena semakin terbuka penyelenggaraan negara terhadap pengawasan publik, maka semakin bertanggungjawab dan kredibel. Hak setiap orang atas informasi juga penting untuk meningkatkan kualitas partisipasi publik dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan hak publik. Terdapat sedikit keterlibatan atau partisipasi masyarakat at tanpa jaminan keterbukaan publik.

UU No. 14 Tahun 2008 terkait KIP selaras dengan Pasal 28 F UUD RI 1945 yang berbunyi: “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan menerima informasi tentang perkembangan kepribadian dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, menerima, mengelola dan menyimpan informasi melalui segala saluran yang tersedia.

Tujuan Keterbukaan Informasi Publik adalah tata kelola pemerintahan yang baik dan bertanggung jawab, mengikuti prinsip akuntabilitas dan transparansi,

serta melibatkan publik dalam semua proses politik, guna memastikan bahwa informasi dapat diakses dengan mudah berdasarkan pada peraturan yang berlaku.

Radio Republik Indonesia (RRI) Medan sendiri merupakan salah satu Lembaga Penyiaran Publik (LPP) di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) sejak Tahun 2015. Bagi LPP RRI Medan, informasi merupakan hak fundamental yang harus dipenuhi oleh LPP RRI untuk dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Layanan informasi ini diselenggarakan oleh Badan Publik seperti RRI untuk memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat atas informasi yang dimiliki dan dipelihara oleh Badan Publik tersebut.

Oleh karena itu, dalam pengelolaannya dibentuklah Petugas Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) LPP RRI dengan tujuan memastikan kelancaran pelayanan informasi publik. Berdirinya PPID ini berdasarkan pada Pasal 1 Peraturan Direktur Utama No. 4 Tahun 2016 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pelayanan Informasi yang diberlakukan Kemkominfo bagi setiap Badan Publik, yang meliputi; penyimpanan, dokumentasi, penyediaan dan penyampaian layanan informasi.

Saat ini, PPID LPP RRI telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju untuk mendukung tindakan pemerintah, dan memenuhi keinginan masyarakat melalui media sosial. Media sosial dinilai sangat penting untuk mendukung kebijakan pemerintah, khususnya terkait dengan Keterbukaan Informasi Publik di era perkembangan teknologi komunikasi. Hal ini sangat penting dilakukan untuk menyukseskan rencana

pembangunan di daerah, maka perlu adanya komunikasi yang baik dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakatnya.

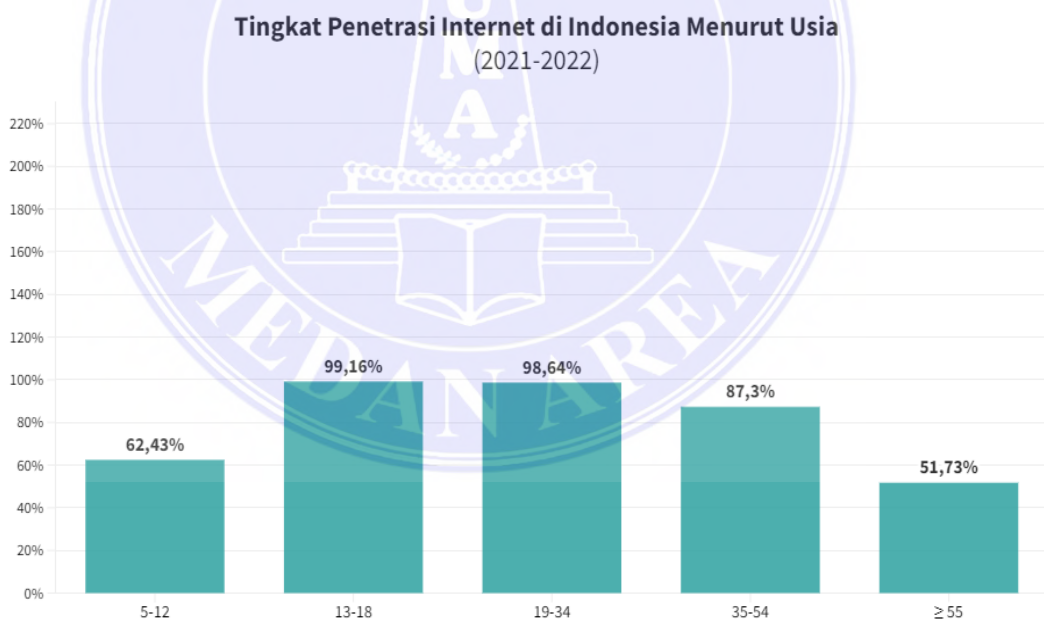
Menurut Smith (2002) media adalah sarana komunikasi yang ada, terutama untuk menyajikan informasi kepada khalayak yang berbeda. Oleh karena itu, perlu menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan dan menarik perhatian public.

Instagram sendiri sebagai bagian dari media sosial merupakan salah satu cara untuk membangun komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat, karena sebagian besar masyarakat Kota Medan sudah memiliki akun media sosial, untuk mencari informasi apa yang mereka butuhkan. Laporan *Napoleon Cat* (dikutip dalam *DataIndonesia.id*), menunjukkan, bahwa terdapat 91,01 juta pengguna media sosial Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Berdasarkan laporan ini juga ditemukan, bahwa mayoritas pengguna media sosial Instagram di Indonesia berusia antara 18 hingga 24 tahun, yaitu 33,90%. Lebih tepatnya, 19,8% pengguna aplikasi ini adalah wanita dan sisanya 17,5% adalah pria.

PPID LPP RRI Medan memilih media sosial ini sebagai jembatan interaksi komunikasi dengan masyarakat, guna meningkatkan *good governance* terhadap pelayanan publik yang lebih terbuka dan efektif. Hal ini sangat penting bagi Pemerintah Kota Medan untuk menyediakan layanan media sosial, yang berguna untuk memenuhi kebutuhan publik atas informasi (*right to know*). PPID LPP RRI Medan menggunakan media sosial Instagram untuk berkomunikasi dengan masyarakat Kota Medan. Seperti yang kita ketahui, setelah munculnya internet, radio menjadi kurang diminati.

Menurut Survei Data *Reportal* (2022), pengguna aktif media sosial di seluruh dunia mencapai 58,4 persen dari total populasi dunia. Demikian pula penggunaan internet yang ada di Indonesia didominasi oleh pengguna media sosial yang mencapai 191,4 juta orang.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengumumkan penetrasi internet di Indonesia sebesar 77,02% pada kurun waktu 2021-2022. Diukur berdasarkan usia, penetrasi internet paling tinggi di antara usia 13 hingga 18 tahun. Hampir semua (99,16%) kelompok usia ini terhubung dengan internet. Oleh karena itu, kepadatan internet paling tinggi terjadi di kalangan anak muda. Adapun pengelompokan data pengguna internet di Indonesia tahun 2021 – 2022 berdasarkan usia sebagai berikut.



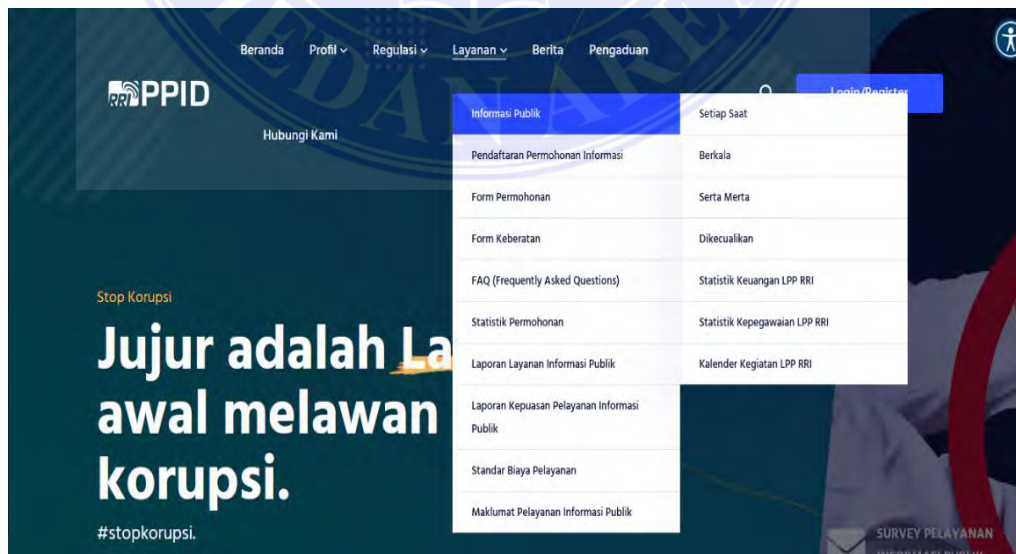
Gambar 1. Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Menurut Usia

Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).

Berdasarkan pada data grafik batang di atas, maka RRI Medan tidak ingin hanya fokus pada radio saja, tetapi juga memanfaatkan kehadiran media sosial.

Media sosial digunakan sebagai alat pendukung yang memberikan informasi kepada orang-orang yang aktif di media sosial. Menurut Kasali (2017) saat ini seseorang atau organisasi perusahaan memiliki dua pilihan, yakni: mendisrupsi (melenyapkan) kompetitor barunya atau terdisrupsi (terlenyapkan), karena tetap bertahan dengan cara lama dan tidak melakukan inovasi.

Pada dasarnya, PPID LPP RRI Medan sudah mulai aktif beroperasi sejak awal 2016 setelah RRI sah dibawah naungan Kemkominfo dan dapat diakses pada situs web *ppid.rri.co.id*, dengan jangkauan seluruh Indonesia. Situs web PPID menyediakan empat informasi yakni: Informasi secara berkala merupakan informasi yang dapat diakses masyarakat tanpa harus ada permintaan informasi, Informasi dikecualikan merupakan informasi yang tidak boleh dibagikan ke masyarakat, Informasi tersedia setiap saat merupakan informasi yang memiliki waktu dalam penyajian dan pemohon harus memberikan alasan saat meminta informasi tersebut dan Informasi serta merta merupakan informasi yang diberikan RRI secara tiba-tiba (cepat dan akurat) contoh informasi bencana alam dll.



Gambar 2. Jenis Informasi Situs Web PPID
Sumber: *ppid.rri.co.id*

Instagram sendiri dipilih oleh PPID LPP RRI Medan sebagai wadah diseminasi informasi pada era modern, karena merujuk pada data yang menunjukkan media sosial lebih diminati ketimbang situs web yakni sebanyak 91,01 juta. Dengan menggunakan media Instagram akan membantu PPID lebih dikenal oleh masyarakat.

Instagram RRI Medan terdiri dari empat akun, dimana akun Instagram tersebut dibagi atas dasar segmen yang berbeda-beda. Baik itu dari segi usia, *tagline*, program acara, fans, dan kata sapaan terhadap fans pecinta radio RRI Medan. Masalahnya terdapat pada akun Instagram resmi milik PPID yang tidak memiliki banyak pengikut, jika dibandingkan dengan akun Instagram milik Pro1, Pro2 dan Pro4.

Jumlah pengikut dari akun Instagram milik PPID sekitar 706 pengikut (dibuat pada bulan februari 2023). Jika dibandingkan dengan Instagram Pro1, Pro2 dan Pro4, yang sudah lama bergabung dengan Instagram yang memang sangat membutuhkan media sosial Instagram untuk mempromosikan program acara yang ada di Pro1, Pro2 dan Pro4, maka pengikut Instagram resmi PPID tergolong sedikit. Hal ini terlihat dari data pengikut, sebagai berikut:

Table 1. Jumlah Pengikut Instagram PPIID, Pro1, Pro2 dan Pro4

No.	Akun Instagram	Pengikut (Followers)	Segmentasi	Admin Pengelola
1.	@ppidrrimedan	712	Masyarakat Umum	PPID RRI Medan
2.	@rripro1	1.800	Masyarakat Umum	Pro1 RRI Medan
3.	@rripro2	2.147	Kalangan Kawula Muda	Pro2 RRI Medan

4.	@rriproempat	1.108	Budaya	Pro4 RRI Medan
----	--------------	-------	--------	----------------

Sumber: Instagram (@rripro1, @rripro2, @rriproempat, @ppidrrimedan)

Selain itu, masalah lainnya adalah tampilan pada akun sosial media Instagram PPID juga yang kurang menarik, sehingga kurang mengundang minat para masyarakat untuk mengikuti (*followers*), menyukai (*like*), dimana rata-rata hanya 30 orang yang menyukai unggahan di akun Instagram @ppidrrimedan atau membagikan (*share*) Instagram PPID RRI Medan. Hal ini karena pengelola akun Instagram termasuk kedalam generasi *Digital Immigrant*. Tentunya hal ini menjadi sesuatu yang asing dan baru bagi PPID RRI Medan karena mereka tumbuh saat teknologi belum berkembang seperti sekarang (Alex J. Autry Jr, 2011). Padahal, PPID berkewajiban mendukung dan mempublikasi konten di akun sosial media Instagram PPID seluruh program siaran yang ada di RRI Medan.



Gambar 3. Profil Instagram PPID RRI Medan
Sumber: Instagram @ppidrrimedan

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti Efektivitas PPID LPP RRI Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis menentukan fokus dari penelitian ini, yaitu: Efektivitas Komunikasi Publik PPID LPP RRI Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram. Dimana efektivitas dalam penelitian ini adalah efektivitas pengguna Instagram sebagai pemilik layanan (PPID).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis menentukan rumusan masalah, yaitu: Bagaimana efektivitas pengelolaan PPID LPP RRI Medan dalam penyebaran informasi di Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektivitas pengelolaan PPID LPP RRI Medan dalam penyebaran informasi di Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis dan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang media baru dan media sosial Instagram.

2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi PPID LPP RRI Medan, khususnya dalam hal pengelolaan penyebaran informasi publik di Instagram.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas

2.1.1 Pengertian Efektivitas

Kata efektif atau efisien berarti sesuatu yang dilakukan dengan baik. Istilah Kamus Internasional mendefinisikan efektivitas sebagai penggunaan yang tepat, hasil penggunaan, atau dukungan untuk tujuan dan sasaran yang ditetapkan, seperti: kegiatan atau program, dalam suatu organisasi atau lembaga.

Agung Kurniawan (2005) menyatakan efektivitas adalah keterampilan untuk melaksanakan tugas suatu organisasi, kegiatan (operasi, program kegiatan atau tugas) atau sejenisnya tanpa tekanan atau ketegangan antara pelaksanaannya. Efektivitas mengacu pada sejauh mana suatu organisasi menyelesaikan semua tugas utamanya atau mencapai semua tujuannya (Richard M. Steers 1985: 46).

Inti dari konsep efektivitas adalah sejauh mana organisasi mencapai tujuannya (Atmosoeperto, 2001) atau sejauh mana organisasi menghasilkan keluaran atau hasil (Nura *et al.*, 2012). Definisi governance yang lebih berwawasan menyatakan bahwa esensi dari konsep efisiensi adalah melakukan hal yang benar (Nura *et al.*, 2012). Meskipun definisi para ahli tersebut dikemukakan dalam cerita yang berbeda, namun menunjuk pada hal yang sama, yaitu efektivitas merupakan suatu konsep untuk mengukur kualitas suatu organisasi.

Berdasarkan uraian di atas tentang pentingnya efektivitas, maka ukuran untuk mencapai tujuan dikatakan efektif apabila pelaksanaan kegiatan sesuai dengan tugas, kegiatan dan tujuan yang dapat dicapai terjadi tanpa hambatan.

Dalam menjalankan tugas penyelenggaraan negara dianggap efektif apabila PNS dapat melaksanakan tugas sesuai dengan batas tugas dan wewenangnya.

2.1.2 Karakteristik Efektivitas

Beberapa karakteristik untuk mencapai tujuan yang efektif atau tidak efektif (S.P. Siagian 1986: 32), yaitu:

- a. Sebuah Kejelasan tujuan yang dapat dicapai, d. H. memastikan bahwa karyawan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan melalui kinerja tugas mereka dan tujuan suatu organisasi tercapai.
- b. Strategi yang jelas untuk mencapai suatu tujuan, diketahui bahwa strategi bersifat “on a journey” yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan dengan cara yang berbeda-beda, supaya para pelaksana tidak keliru dalam pencapaian tujuan organisasi tersebut.
- c. Perumusan dan Analisis pedoman yang stabil dalam kaitannya dengan tujuan yang ingin dicapai dan strategi yang sudah ditetapkan berarti bahwa kebijakan harus dapat menghubungkan tujuan dengan pelaksanaan kegiatan operasional yang dilakukan.
- d. Perencanaan yang teliti berarti menetapkan apa yang akan dilakukan organisasi di masa mendatang.
- e. Terciptanya program yang tepat, perencanaan yang baik, tetap ditentukan oleh program pelaksanaan yang tepat, dan jika tidak, maka pelaksana kekurangan petunjuk kerja.

Menurut Ideal (2019: 218) Efektivitas mempunyai 6 indikator, yaitu: kewaspadaan, kualitas, penerimaan, motivasi, tujuan organisasi, dan evaluasi eksternal.

2.1.3 Faktor Efektivitas

Faktor-faktor yang mendorong efisiensi karyawan dalam memenuhi tugasnya yaitu: Pekerjaan yang sesuai keahliannya, pekerjaan yang memberikan fasilitas, memberikan informasi yang lengkap, pengawasan tidak terlalu ketat, penghasilan yang layak, rasa aman dan tentram (Maesaroh, 2003).

Menurut O'reilly (2003), ada beberapa faktor ditemukan yang dapat mempengaruhi prestasi kerja, yaitu sebagai berikut:

1. Kedisiplinan waktu dalam pelaksanaan pekerjaan merupakan faktor penting. Semakin lama suatu tugas tertentu diselesaikan, maka semakin banyak tugas lain yang mengikuti dan hal ini mengurangi efisiensi kerja karena menyita banyak waktu.
2. Misi. Bawahan harus diberi tahu tentang tujuan dan pentingnya suatu tugas yang diberikan kepada karyawan mereka.
3. Produktivitas. Seorang pegawai dengan produktivitas kerja yang tinggi dalam bekerja, pasti akan mampu mencapai prestasi kerja yang baik begitu pula sebaliknya.
4. motivasi Pemimpin dapat memelihara karyawan mereka dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tujuan sensitif mereka. Semakin termotivasi karyawan untuk bekerja secara positif, semakin baik hasilnya.

5. evaluasi pekerjaan. Manajer mendorong, membantu, dan menginformasikan bawahannya, sedangkan karyawan harus melakukan tugas dengan benar serta menyelesaikan tugas untuk dievaluasi dengan benar atau tidak.
6. Kontrol. Dengan adanya pengawasan maka kinerja pegawai dapat terus menerus diperiksa sehingga resiko terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan tugas dapat diminimalkan.
7. Lingkungan kerja Lingkungan kerja mengacu pada perencanaan ruang, cahaya alami dan efek suara yang mempengaruhi konsentrasi kerja, peralatan dan tempat. Ini adalah alat yang disediakan oleh manajemen dan alat di tempat kerja. Fasilitas yang kurang memadai mempengaruhi kelancaran kerja karyawan.

2.2 Komunikasi Publik

2.2.1 Pengertian Komunikasi Publik

Komunikasi publik dapat diartikan sebagai kegiatan untuk memahami, merancang, menerapkan, dan mengevaluasi kampanye komunikasi yang berhasil dalam sebuah rencana kerja untuk melayani kepentingan publik. Program-program yang ada dalam komunikasi publik menggunakan komunikasi untuk menginformasikan atau mempersuasi, membangun hubungan, dan untuk mendorong percakapan terbuka dalam organisasi terhadap solusi jangka panjang.

Menurut Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (dalam Subandriyo, 2005), komunikasi publik merupakan kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada yang menjadi sasaran. Tujuan komunikasi publik ini, untuk menyediakan

informasi bagi khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedulian dan memengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran.

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang terdapat dalam suatu organisasi atau yang ada di luar organisasi, secara langsung atau melalui media (Rengkung *et al*, 2021). Menurut (Pasaribu *et. al*, 2022) mendefinisikan komunikasi publik berdasarkan kontribusi terhadap tujuan untuk perubahan yang diharapkan, yakni:

1. Proses komunikasi ini berlangsung di ruang publik.
2. Komunikasi publik memberi kemudahan menciptakan isu spesifik sesuai konteks budaya.
3. Komunikasi publik memiliki hubungan dengan proses politik yang ada dalam pelaksanaan kebijakan.

Dari pengertian tersebut, disimpulkan bahwa komunikasi publik merupakan salah satu dari konteks komunikasi yang menekankan pada sumber pesan dimana seseorang bertanggung jawab dalam suatu proses penyampaian informasi kepada yang merima pesan atau khalayak.

2.2.2 Tujuan Komunikasi Publik

Komunikasi publik dapat bertujuan sebagai penggerak orang lain untuk mengerjakan sesuatu. Untuk memberikan informasi kepada sejumlah orang yang besar atau bisa dikatakan kepada organisasi mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil dari produksi organisasi tersebut (Nasution (dalam Shell, 2016). Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 (dalam Fadhal, 2020) menjelaskan tujuan dari komunikasi publik pemerintah yaitu: menyebarluaskan informasi kepada publik secara cepat dan tepat, serta dapat menyerap aspirasi

publik.

2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Publik

Menurut Purba (2021) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, salah satu dari ciri komunikasi publik adalah penyampaian pesan dilakukan secara kontinu atau berkelanjutan. Ciri lain dari komunikasi publik ialah pesan yang disampaikan tidak berlangsung spontan, tetapi terencana serta dipersiapkan terlebih dahulu.

Melansir dari buku Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar karya Purba, (2021) berikut beberapa ciri komunikasi publik:

1. Komunikator atau disebut pembicara dan komunikan (pendengarnya) bisa di identifikasikan. Interaksi yang terjadi antara komunikator serta komunikan sangat terbatas, sehingga *feedback* pun juga terbatas. Tak jarang pula, komunikator sulit mengidentifikasi satu per satu komunikannya.
2. Pesan yang disampaikan bersifat *impersonal* (tidak bersifat pribadi). Komunikan atau pendengarnya dikatakan sejumlah besar orang yang anonim serta heterogen.
3. Sumber dari komunikasi (komunikator) dapat mengendalikan pesan yang dibuat dan disebarkannya kepada masyarakat.
4. Akses dari sumber kepada penerima (komunikan) terjalin secara langsung dengan mudah. Sebaliknya, akan tetapi akses dari penerima kepada sumber sulit terwujud.

2.2.4 Karakteristik Komunikasi Publik

Dikutip dari buku Ilmu Komunikasi, berikut beberapa karakteristik dalam komunikasi publik:

1. Interaksi komunikator dan komunikan terbatas. Adanya jarak antara komunikator dan komunikan membuat interaksi keduanya menjadi terbatas atau bahkan tidak ada interaksi sama sekali. Keterbatasan jarak dan pasifnya komunikan membuat umpan balik terutama bentuk verbal menjadi sangat minim atau terbatas.
2. Mayoritas komunikasi publik terjadi secara linier. Umumnya, proses komunikasi publik berlangsung linier atau disebut satu arah, karena komunikator sangat aktif dalam menyampaikan pesannya, sedangkan komunikan atau khalayak cenderung pasif atau hanya menyimak isi pesannya saja, namun tidak jarang pula ada *feedback* atau umpan balik dalam komunikasi publik. Biasanya terjadi ketika komunikator memberi kesempatan kepada komunikan untuk menanggapi atau memberikan respons.
3. Jumlah khalayaknya relatif banyak. Karakteristik komunikasi publik lainnya ialah jumlah khalayaknya relatif besar. Dilansir dari buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2016) karya Hafied Cangara, komunikasi publik punya jumlah khalayak yang besar, sehingga terkadang komunikator tidak bisa mengenali atau mengidentifikasi satu persatu pendengarnya.

4. Memiliki beragam tujuan dalam pelaksanaan komunikasi seperti: memberi penerangan, menghibur, memberi penghormatan, bahkan mempersuasi atau memengaruhi khalayak.
5. Biasanya tidak dilakukan secara mendadak. Komunikasi publik tidak dapat dilakukan secara mendadak, karena membutuhkan persiapan dan perencanaan yang matang. Pesan dalam komunikasi ini tidak pula berlangsung spontan, melainkan terencana dan dipersiapkan lebih awal.
6. Biasanya dilakukan di tempat umum. Komunikasi publik umumnya dilakukan atau diselenggarakan di tempat umum, seperti ruang kelas, auditorium, tempat ibadah, lapangan, dan sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi publik mempunyai ciri-ciri yang spesifik, maka kita perlu memahami aktivitas komunikasi publik. Dalam sebuah aktivitas komunikasi publik, maka komunikator (sumber pesan) perlu melakukan analisis khalayak dan menyesuaikan kondisi serta membuat alasan.

Menurut Mucharam (2022), komunikasi publik yang efektif selalu melibatkan pertimbangan *audiens* (pendengar). Informasi paling mendasar yang perlu diperoleh mengenai audiens adalah kondisi lokasi mereka. Hal ini sebagaimana pandangan umum dalam komunikasi, yaitu komunikasi yang efektif didasarkan pada kemampuan komunikator dalam mengenal khalayaknya.

Dengan mengetahui audiens, komunikator akan fokus merencanakan pesan yang akan disampaikan, saluran yang digunakan, dll. Kondisi sosio-demografis penonton meliputi pendidikan, latar belakang budaya, usia, dll. Tingkat pendidikan seringkali dikaitkan dengan kemampuan khalayak untuk menerima dan memahami pesan. Oleh karena itu, dengan kemampuan

menganalisis khalayak, komunikator akan merancang pesan berdasarkan karakteristik khalayak.

2.2.5 Membangun Komunikasi Publik yang efektif

Menurut Ruben dan Steward (dalam Mucharam 2022) merumuskan argumentasi atau persuasi adalah upaya membujuk atau membujuk khalayak agar setuju dengan suatu sudut pandang tertentu atau melakukan serangkaian tindakan.

Berdasarkan pandangan ini, kita mengetahui bahwa dalam komunikasi publik, komunikatorlah yang mengontrol proses komunikasi. Sebagai salah satu ciri komunikasi publik, Ruben dan Steward (1998) menyatakan bahwa dalam komunikasi publik, kontrol dilakukan oleh sumber, yaitu sumber media memiliki kontrol yang tidak terbatas terhadap komunikasi publik, menentukan pesan yang akan disampaikan dan disebarluaskan.

Kedudukan komunikator yang kuat dalam proses komunikasi publik, kemampuan menganalisis khalayak dan menyusun argumentasi yang koheren menjadi landasan keberhasilan komunikasi publik. Pada dasarnya, kemampuan menganalisis audiens dan membangun argumen adalah bagian dari keterampilan komunikasi.

Posisi komunikator yang baik dalam proses komunikasi publik, kemampuan menganalisis khalayak dan mengembangkan argumentasi yang koheren menjadi dasar keberhasilan komunikasi public (Kurniawan, 2011). Pada dasarnya, kemampuan menganalisis audiens dan membangun argumen adalah bagian dari keterampilan komunikasi. Misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di

lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak bagi pendengar dan lingkungan yang lain. Pengetahuan tentang tata cara perilaku nonverbal, juga merupakan bagian dari kompetensi komunikasi. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui, bahwa kompetensi komunikasi berkaitan dengan kemampuan kita dalam membangun komunikasi yang efektif.

Komunikasi yang efektif adalah tercapainya tujuan komunikasi kita yaitu diterima, dan bahkan diberikannya respons dari pesan yang kita sampaikan. Selanjutnya DeVito (2016) mengatakan, bahwa kompetensi yang dimiliki seorang komunikator menunjukkan pengetahuan yang dimilikinya berkaitan dengan konteks yang ada, termasuk karakteristik khalayak sehingga dia mampu mengelola konten pesan dan bentuk pesan yang tepat dan baik.

2.2.6 Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik

Media sosial merupakan sebuah *platform* yang berbasis *online* dimana para penggunanya dengan mudah bertukar informasi, serta dapat menciptakan sebuah isi yang contohnya jejaring sosial, blog, dan dunia virtual. Jejaring media sosial sendiri merupakan bentuk media sosial yang umum digunakan oleh masyarakat. Menurut Awaliyah *et. al*, (2021) media sosial merupakan istilah yang tidak hanya mencakup berbagai media baru yang menyiratkan sistem seperti Facebook dan lain lain. *Platform* media yang memiliki elemen sosial sebagai media komunikasi publik. Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram mempunyai ikon sebagai media sosial yang menitikberatkan kepada unggahan foto dan video oleh para pengguna. Seringkali Instagram memperbarui sistemnya, Instagram seperti memperbarui fiturnya meliputi *Instagram Story, IGTV, Instagram Shop, dan Instagram Effect*.

Menurut Putri (dalam Shell, 2016) Instagram merupakan jenis media sosial yang dapat digunakan dalam proses komunikasi, walaupun proses komunikasi tersebut tidak dapat dipertemukan langsung oleh komunikator dengan komunikan, tetapi Instagram tetap dapat menyambungkan komunikasi antara dua belah pihak.

Menurut Pittman & Reich (dalam Agusta & Letuna, 2021) mudahnya penggunaan Instagram bisa membuat para penggunanya merasakan, bahwasanya Instagram bisa menjadi media informatif dan media edukasi. Fenomena ini merupakan sesuatu yang baru, bahkan media sosial terus mengalami perubahan dan sangat lazim di kalangan sekarang. Proses komunikasi antar pengguna bisa melalui fitur-fitur di dalamnya seperti contohnya *direct message* maupun kolom komentar dan beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram bagi para pengguna supaya dapat saling berkomunikasi.

2.3 Teori Uses and Effect

Menurut Rahmawati (2014), penggunaan teori penggunaan dan efek dapat dilihat media massa memegang peranan penting dalam perkembangan suatu fenomena sosial. Teori penggunaan dan efisiensi adalah teori yang menghubungkan pengguna, media, publik dan efek (hasil). Menurut Bungin (2006) teori ini adalah pengetahuan tentang penggunaan media dan penyebabnya. Contoh teori penggunaan dan dampak dapat dilihat dari kebiasaan melihat atau mendengarkan media massa, seperti kebiasaan orang menonton drama korea menciptakan efek dari apa yang dilihat. Idenya, pertama kali diperkenalkan oleh Sven Windahl pada tahun (dalam Revaldo

2021), merupakan kombinasi dari pendekatan penggunaan dan kepuasan dengan teori dampak tradisional. Konsep "penggunaan" adalah bagian yang sangat penting dari pemikiran ini. Karena pengetahuan tentang penggunaan media dan penyebabnya memberikan sarana untuk memahami dan memprediksi hasil dari proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki sejumlah implikasi. Ini bisa berarti bahwa "eksposur" hanya mengacu pada tindakan persepsi. Dalam konteks lain, pemahaman ini bisa menjadi proses yang lebih kompleks, di mana konten tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk melakukan fungsi tertentu dan untuk menghubungkan dengan harapan tertentu yang harus dipenuhi. Fokus teori ini lebih pada pengertian yang terakhir.

Dalam penggunaan dan kepuasan pengguna media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sedangkan dalam penggunaan dan efek, kebutuhan hanyalah salah satu faktor yang mendorong penggunaan media. Karakteristik pribadi, ekspektasi dan persepsi tentang media, serta tingkat akses terhadap media akan mengarahkan individu untuk memutuskan menggunakan konten media massa. Hasil dari proses komunikasi massa dan hubungannya dengan penggunaan media akan mengarah pada bagian penting selanjutnya dari teori ini. Hubungan antara penggunaan dan produksi, yang juga mempertimbangkan isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu:

- a. Pada teori efek tradisional karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai perantara dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
- b. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat penggunaan dari pada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil maka ia disebut konsekuensi.
- c. Kita dapat juga beranggapan bahwa hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian oleh pengguna media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak, yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut „*consequence*“ (gabungan antara konsekuensi dan efek).

Teori uses and effect dipilih sebagai teori pendukung untuk penelitian ini karena Teori ini dianggap cocok untuk penelitian yang akan dilakukan. Di mana pengguna media dalam penelitian ini adalah Pejabat Pengelola Dokumen dan Informasi (PPID) yang menggunakan media sosial Instagram. Sedangkan dampak penggunaan media sosial Instagram yang digunakan oleh PPID adalah memperkenalkan PPID dan situs web PPID melalui informasi tentang kegiatan dan kondisi Radio Republik Indonesia Medan kepada masyarakat.

2.4 Media Baru

2.4.1 Pengertian Media Baru

Media baru adalah istilah yang menggambarkan konvergensi teknologi dan jaringan komunikasi digital komputer. Media baru adalah media yang bisa menyalurkan informasi dari sumber ke penerima informasi (perantara). “Terdapat

elemen utama media baru: digitalisasi dan konvergensi. Internet adalah bukti konvergensi, karena mengandung beberapa fungsi media lain seperti audio, video dan teks” (McQuail“s dalam Aurora *et al*, 2021).

Media baru seharusnya menandai lahirnya teknologi informasi dan komunikasi digital, komputer atau internet pada abad ke-20. Sebagian besar yang disebut teknologi media baru adalah digital dan sering dicirikan oleh kemampuan dua atau lebih sistem untuk berbagi informasi (interoperabilitas), konektivitas, kekompakan, interaktivitas, dan netralitas. Sederhananya, media baru didefinisikan sebagai media yang muncul dari interaksi antara manusia dan komputer, terutama *smartphone* dan internet, yang memungkinkan terjadinya interaksi antara pengirim dan penerima (Aurora *et al*, 2021).

Pada era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi digital menjadi semakin cepat dan canggih berkat penggunaan teknologi digital yang terkoneksi dengan internet. Digitalisasi dapat mempermudah dan mempercepat distribusi informasi dan data untuk akses, dan jangkauannya kini berkelas dunia (Watie, 2016).

Menurut perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) tercermin dari munculnya komunitas virtual atau terbentuknya dunia maya (komunitas maya/*cyber*). Adanya teknologi memungkinkan masyarakat untuk menggunakan teknologi internet saat ini dengan lebih kreatif. Media sosial khususnya Instagram menjadi tempat yang tepat bagi masyarakat untuk melakukan bisnis yang menguntungkan. Keterbukaan media sosial mendorong masyarakat untuk berkompetisi secara sehat, adil dan terbuka. Media sosial membutuhkan

kreativitas dan inovasi dari masyarakat agar mereka bisa mendapatkan informasi dan membedakan diri dari produk yang mereka jual.

2.4.2 Karakteristik Media Baru

Lister *et. al* (dalam Stellarosa, *et al*, 2018) mengemukakan bahwa media baru mempunyai karakteristik, antara lain:

1. Digital, semua informasi diolah dalam bentuk kode atau angka tertentu, yang dimanipulasi dan diproses oleh mesin yang dikendalikan oleh sistem informasi buatan. Sarana komunikasi sebagian besar adalah gambar bergerak.
2. Interaktivitas yang memungkinkan konsumsi media baru lebih aktif dibandingkan dengan media tradisional.
3. Web dapat diartikan sebagai suatu lingkungan baru dengan jaringan yang tujuannya adalah untuk memudahkan orang mengakses informasi dan menggunakan internet untuk mencari informasi. Jaringan ini termasuk *world wide web* (*www*), situs media sosial, situs blog, forum *online*, situs pendidikan, dan lain-lain.
4. *Hypertext* media baru bisa menghubungkan dokumen yang berisi referensi-silang dokumen ke dokumen lain dan sumber data yang disebut *hyperlink*. Ini bertindak sebagai *database* informasi yang disimpan di media baru dan media lama.
5. Faktanya, penyebaran informasi yang ada di internet sangat gratis dan tidak terbatas, sehingga sangat mudah diakses oleh semua orang.
6. Semua informasi diproses dalam bentuk kode atau angka tertentu, yang dimanipulasi dan diproses oleh mesin yang dikendalikan oleh sistem

informasi buatan. Gambar bergerak biasanya digunakan sebagai sarana komunikasi. Interaktivitas, yang memungkinkan konsumsi media baru lebih aktif dibandingkan dengan media tradisional.

Penulis dapat menyimpulkan, bahwa media baru memungkinkan fleksibilitas untuk dapat mengakses konten atau pesan yang disediakan secara digital dan interaktif kapan saja dan di mana saja. Sumber daya ini menawarkan komunikator kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif, kreatif dan kolektif dalam pesan. Selain itu, transmisi pesan di media baru dapat dikirim secara individual ke sejumlah orang pada waktu yang bersamaan, dimana setiap konten yang disampaikan dapat saling diverifikasi.

Media sosial yang ada seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Tiktok dan YouTube adalah jenis media baru yang termasuk ke dalam kategori media daring. Jenis media baru ini memungkinkan bagi orang biasa bicara, berpartisipasi, berbagi, lewat jaringan *online*.

2.4.3 Dampak Media Baru Pada Era Disrupsi

Media baru merupakan perkembangan dari media yang lama Sifatnya memberikan kenyamanan bagi pengguna saat bertukar ataupun berbagi informasi, namun ini tidak berarti bahwa media baru tidak memiliki efek negative. Berikut dampak negatif dari kehadiran media baru:

1. Transaksi data di dunia maya meningkatkan kemungkinan pencurian data pribadi. Masalah ini bisa dilakukan oleh *hacker* yang tidak bertanggung jawab dengan tujuan tertentu.
2. Rasa ketergantungan yang berlebihan, misalnya pada saat memainkan *game online* atau jejaring sosial.

3. Mengabaikan etika komunikasi.
4. Membuat sebagian orang apatis terhadap lingkungan sosial.

Era disrupsi mengacu pada kondisi yang sebenarnya muncul dari perubahan kondisi industry, dan bersumber dari perkembangan teknologi informasi yang merupakan inovasi baru dan berpotensi menggantikan sistem lama dengan teknologi digital (Suwardana, 2018). Era disrupsi merupakan masa transisi ketika informasi menyebar lebih cepat dan efisien di jejaring sosial, informasi diperbarui dengan cepat dan tanpa disadari (Kasali, 2018). Masa transisi mengubah gaya hidup masyarakat dan berbeda dari sebelumnya. Perkembangan ini membawa umat manusia ke era yang penuh optimisme, kecerdasan, dan segala aspek praktis kehidupan bisnis.

The Age of Disruption adalah perubahan nyata yang terjadi pada masa kini dan masa depan (Kasali, 2018). Pada dasarnya, perubahan ini akan diimplementasikan dengan mengubah semua sistem dan tatanan dengan inovasi baru. Era disrupsi pertama kali muncul pada bisnis atau persaingan seperti bisnis transportasi *online*, selanjutnya inovasi teknologi ini mulai merambah industri telekomunikasi yang ditandai dengan aplikasi seperti WhatsApp, Line, Facebook, Instagram, dan lainnya (Ohoitmur, 2018).

Media sosial adalah salah satu bentuk perkembangan pesat teknologi. Kemunculan media membawa perubahan, misalnya komunikasi atau interaksi komunitas. Sekarang orang mampu saling berkirim pesan melalui media. Hingga kini, media dipercaya krusial pada kehidupan bermasyarakat lantaran warga bisa berbagi, menyukai, & berinteraksi menggunakan gambar & video (Ahani, *et al.*, 2017).

Pesatnya perkembangan media sosial di bawah pengaruh *smartphone* dan teknologi internet terus meningkat. Dengan satu tangan kita bisa mengakses media sosial tanpa perangkat besar, dan kini kita bisa dengan mudah mengakses internet di mana pun dan kapan pun. Akhirnya perkembangan ini semakin marak terjadi di Indonesia karena banyak orang bisa mendapatkan informasi dari mana saja. Akibatnya, media seperti radio, koran, majalah dan lain-lain mulai berkurang penggunaannya karena informasi media kini tersedia di internet.

2.5 Instagram

Instagram merupakan media sosial yang mengutamakan penyajian visual dan verbal. Instagram sendiri didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Nama Instagram berasal dari kata "insta" berasal dari kata "*instant*", seperti kamera polaroid yang dulu dikenal dengan istilah "*snapshot*". Instagram juga bisa menampilkan foto mirip Polaroid secara instan. Kata "gram" berasal dari kata "telegram", dimana fungsi telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat (Bagus, Hairunnisa, Sarwo, dalam Aurora *et. al*, 2021).

Menurut Untari & Fajariana (2018) Instagram adalah aplikasi jejaring sosial *smartphone* khusus media digital yang fungsinya hampir seperti Twitter, tetapi berbeda dalam bentuk fotografi atau tempat berbagi informasi dengan pengguna. Instagram juga dapat menginspirasi penggunaannya dan juga meningkatkan kreativitas karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik, dan lebih baik.

2.5.1 Fungsi Instagram

Qorib (2020) mengatakan bahwa Instagram saat ini berada pada level yang cukup tinggi dan digandrungi oleh masyarakat umum, terutama anak muda karena Instagram sudah digunakan sebagai media informasi. Hal ini mendukung salah satu fungsi media, yaitu “menginformasikan” atau menginformasikan kepada publik. Pemanfaatan Instagram sebagai media sosial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat bertujuan untuk menghasilkan hasil berupa informasi yang bermanfaat bagi masyarakat yang membaca bahkan melihatnya.

Secara umum, pengguna mungkin berpikir bahwa Instagram hanya terbatas pada interaksi sosial, seperti berbagi foto dan video, dan meningkatkan popularitas dengan banyak teman atau pengikut. Memang benar, tapi fungsi Instagram jauh lebih dari itu. Akurasi dan pemahaman pengguna juga penting untuk menggunakan setiap aplikasi secara keseluruhan. Adapun macam-macam fitur Instagram menurut penelitian Kurniawan (dalam Sari 2021) adalah sebagai berikut:

1. Instagram menyediakan fungsi informasi. Artinya Instagram menyediakan kolom untuk mengisi berbagai informasi, seperti: umur, lokasi, hobi, kegiatan dan informasi lainnya yang sangat diperlukan untuk menentukan segmentasi pasar dan kegiatan pemasaran.
2. Dengan bantuan Instagram, dimungkinkan untuk menyaring target pasar ke target yang tepat berdasarkan informasi yang disajikan.
3. Instagram tentunya dapat digunakan kapan saja melalui internet, baik dari komputer maupun dari ponsel.

4. Komunikasi menjadi lebih mudah. Instagram menyediakan fungsi komunikasi, antara lain: fungsi perpesanan, obrolan (*chat*) dan lain-lain.

2.5.2 Fitur Instagram

Fitur Instagram didasarkan pada panduan Instagram. Bambang (2012) mengatakan bahwa media sosial Instagram adalah media sosial yang menyediakan layanan pengunggahan gambar/foto atau video dari media sosial Instagram itu sendiri maupun di media sosial lainnya, seperti: Facebook, Twitter, dan lain lain.

Berikut beberapa fitur Instagram yang Instagram miliki, yaitu:

1. Mengunggah Foto/Video
2. Memberikan tanda suka
3. Memberikan komentar
4. Mengikuti
5. Membagikan
6. Memberikan keterangan foto
7. Menandai
8. Memberikan tagar
9. Memberikan lokasi

Kemudahan penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna beralih ke Instagram sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Saat ini, terdapat beberapa akun Instagram yang memberikan banyak informasi kepada penggunanya. Satu sorotan adalah akun yang menyediakan pembaruan cepat tentang apa yang terjadi di area tertentu untuk mendapatkan informasi yang akurat. Instagram kemudian dilihat sebagai media sosial dengan efek luar biasa dan menjanjikan (Ayutiani *et al.*, 2018).

2.5.3 Keunggulan Instagram

Beberapa keunggulan dalam menggunakan media sosial Instagram adalah sebagai berikut:

a. Mudah Dipahami

Siapa pun bisa menggunakan Instagram dengan gampang, dan mengembangkan foto atau video bersama orang lain. Gambar merupakan bahasa universal, sebagai akibatnya mudah dipahami. Berbeda dengan menggunakan teks yang membutuhkan waktu untuk tahu arti dan konteksnya.

b. Waktu Tayang 24 Jam

Instagram aktif selama 24 jam sehari. Dengan demikian, pengguna lain dapat menikmati semua konten yang diunggah oleh pengguna di mana pun mereka berada.

c. Kemudahan Penggunaan

Tampilan Instagram sangat mudah dipahami dibandingkan dengan *platform* media sosial lainnya. Sangat mudah digunakan, hanya dengan *scroll* layar ke atas atau ke bawah untuk melihat foto baru, dan lakukan tap dua kali untuk menyukainya.

d. Mudah Menyampaikan Hal Baru

Orang Indonesia sangat ingin tahu tentang hal-hal baru, yang menjadi salah satu alasan mengapa Instagram lebih menekankan gambar ketimbang teks untuk mengomunikasikan produk baru dengan konsep unik dan dengan cara yang mudah dipahami.

Instagram sebagai sarana komunikasi memenuhi peran media sebagai saluran informasi bagi khalayak luas, dalam hal ini masyarakat umum. Dalam

proses komunikasi, efektivitas ditunjukkan ketika informasi atau pesan yang dikirimkan mengalir dua arah antara lingkungan dan pesan.

Rakhmat (2002) mengatakan, bahwa komunikasi yang efektif adalah proses penyampaian pesan, dimungkinkan tercapainya tujuan isi pesan dan memberikan feedback atau umpan balik, sehingga pesan berhasil tersampaikan dan proses komunikasi berlangsung secara efektif. Efek atau respon terhadap pesan tersebut dapat berupa perubahan pada penerimanya, meliputi perubahan kognitif, afektif, dan visual. Hal ini sesuai dengan pernyataan Effendy (2005) bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif apabila dapat memberikan dampak, khususnya sebagai berikut:

- a) Kognitif, yakni meningkatnya pengetahuan komunikan
- b) Afektif, yaitu perubahan pendapat komunikator karena proses komunikasi menggerakkan hatinya, dan
- c) Konatif, yaitu perubahan perilaku atau tindakan komunikator.

2.6 LPP RRI Berdasarkan UU Penyiaran

Dalam UU 32 Tahun 2002 tentang pengertian Lembaga Penyiaran Publik (LPP), adalah dimiliki oleh badan hukum pemerintah, mandiri, tidak memihak, nonkomersial dan melayani masyarakat. Keberadaan media publik baik di pusat maupun di daerah tidak boleh digunakan untuk kepentingan penyelenggaraan negara tetapi melayani kepentingan masyarakat (Rachmiatie, 2006).

Rianto, Adiputra, & Yusuf (2009) mengatakan sebagai Lembaga Penyiaran Publik seharusnya berpegang pada prinsip-prinsip siaran, antara lain:

1. Lembaga penyiaran layanan publik wajib terbuka & bisa diakses oleh seluruh masyarakat. Penyiaran layanan publik wajib menjangkau semua rakyat negara & mengikuti prinsip demokrasi pada melayani masyarakat,
2. Penyiaran layanan publik wajib eksis dan menarik bagi seluruh orang, tanpa memandang status sosial, politik, dan agama.
3. Lembaga penyiaran layanan publik harus berkomitmen pada pendidikan publik.
4. Lembaga penyiaran layanan publik wajib menjauhi kepentingan pribadi.

Menurut Adhrianti dalam buku Darmanto (2014) yang berjudul “Dinamika Penyiaran Publik di Indonesia”, mengatakan makna dari penyiaran publik, terdiri dari empat hal di antaranya:

- 1) Aksesibilitas publik, dalam hal ini penyiaran layanan publik, yang bertugas dalam memberikan akses kepada seluruh lapisan masyarakat di seluruh pelosok tanah air, termasuk wilayah-wilayah yang sulit dijangkau.
- 2) Dukungan keuangan publik, yang berasal dari kegiatan penyiaran, APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) dan hasil pengembangan bisnis tergantung pada bisnis inti.
- 3) Akuntabilitas dan tanggung jawab atas penggunaan anggaran, dan
- 4) Partisipasi audiens maksimum.

Pasal 1 Pedoman Perilaku Penyiaran Kebijakan dan Standar Program Penyiaran (P3SPS) menyebutkan penyiaran adalah media komunikasi massa yang menyampaikan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara terbuka dan dalam bentuk acara yang teratur dan berkesinambungan.

Radio juga berfungsi sebagai sarana komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Sebagai sarana imajinasi, penyiaran memiliki kekuatan terbesar, sebagai sarana mendengarkan, radio telah menginspirasi banyak orang, mencoba memvisualisasikan suara penyiar melalui telinga pendengar (Arham, 2013). Radio Republik Indonesia adalah satu-satunya stasiun radio publik yang ditugaskan oleh negara Indonesia, yang program-programnya dibuat dan dirancang untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat di wilayah negara kesatuan Indonesia.

2.7 Keterbukaan Informasi Publik Menurut UU

Informasi publik adalah informasi yang dibuat, disimpan, dikelola, dikirim dan/atau diterima oleh penyelenggara negara dan/atau penyelenggara dan badan penyelenggara badan publik lainnya menurut Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 1

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang KIP juga mengatur tentang klasifikasi data, sehingga ada kepastian hukum mengenai data mana yang harus dipublikasikan dan data mana yang dapat dihapus dalam jangka waktu tertentu. Dengan teori tersebut, UU KIP menawarkan solusi bagi jurnalis, peneliti, dan masyarakat umum yang selalu bersentuhan dengan rahasia negara, atau pejabat ketika berurusan dengan dokumen resmi.

Selain itu, penyebaran informasi publik dan kebebasan pers merupakan dua syarat yang harus dipenuhi dalam sebuah negara yang bercita-cita mencapai kesempurnaan demokrasi. Keduanya membuka penyelenggaraan negara yang berujung pada penerapan prinsip-prinsip *good governance*. UU 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik disahkan pada 30 April 2008 (Ihandellini,

2019). Hal ini dapat kita lihat dalam tujuan UU KIP yang tertuang dalam Pasal 3 UU KIP yaitu:

- 1) Hak warga negara untuk mengetahui rencana kebijakan publik, program politik dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan keputusan publik dijamin,
- 2) Mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan publik,
- 3) Memperkuat peran aktif masyarakat dalam perumusan kebijakan publik dan pengelolaan badan publik yang bertanggung jawab,
- 4) Melaksanakan tata kelola pemerintahan yang baik, yaitu: terbuka, efisien dan efektif, bertanggung jawab dan akuntabel,
- 5) Untuk mengetahui alasan kebijakan publik yang memengaruhi hajat hidup orang banyak,
- 6) Untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa,
- 7) Meningkatkan Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Badan Publik Untuk Mewujudkan Pelayanan Informasi yang Berkualitas (UU RI No. 14 Tahun 2008 dalam Ideal, 2019).

Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 secara khusus mewajibkan setiap badan publik untuk membuka informasi tentang lembaga, kebijakan, dan operasionalnya, termasuk kondisi keuangan dan alokasi anggaran.

Dengan kata lain, publik berhak menerima informasi dari badan publik (Ideal, 2019).

Kriteria informasi publik yang akan disajikan dalam Pedoman Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi Lembaga Penyiaran Republik Indonesia tahun 2006 dibagi menjadi beberapa bidang, yaitu:

1. Informasi yang harus tersedia setiap saat, seperti:
 - a. Informasi pasif berarti harus diperoleh dengan mengirimkan permintaan.
 - b. Wajib dan rutin disediakan oleh badan publik.
 - c. Informasi yang harus tersedia setiap saat meliputi:
 - Daftar semua informasi yang berada di bawah kendali badan publik
 - Keputusan yang dibuat oleh otoritas publik dan pertimbangannya.
 - Prinsip kerja dan dokumen pendukung badan publik
 - Rencana proyek dan anggaran tahunan
 - Perjanjian representasi publik dengan pihak ketiga
 - Menginformasikan publik pada pertemuan publik
 - Prosedur kerja terkait pelayanan publik
 - Laporan penggunaan data
 - Informasi lain yang dinyatakan tersedia untuk umum sebagai hasil keputusan dalam sengketa.
2. Informasi publik. Informasi yang wajib disediakan secara berkala, seperti:
 - a. Pengiriman/pengumuman secara berkala, teratur dan dalam jangka waktu tertentu minimal 6 bulan sekali
 - b. Informasi akan disebarluaskan dengan cara yang lebih mudah diakses oleh masyarakat dan dengan bahasa yang mudah dimengerti. Berisi: Informasi

tentang badan public yakni: profil, kedudukan, kepengurusan, maksud dan tujuan didirikannya badan publik. Informasi tentang kegiatan dan hasil badan publik

- c. Informasi dari laporan keuangan (diaudit)
 - d. informasi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan
3. Informasi diberikan dengan segera, seperti misalnya:
- a. Harus segera diberitahukan
 - b. Komunikasi aktif tentang ancaman terhadap kehidupan masyarakat dan ketertiban umum. Artinya, informasi yang diumumkan secepat mungkin dapat membahayakan hajat hidup dan ketertiban umum masyarakat.

2.8 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tinjauan kepustakaan yang peneliti telusuri, telah ada beberapa penelitian yang membahas dan berkaitan mengenai Efektivitas Komunikasi Publik PPID LPP RRI Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti gunakan untuk referensi ialah sebagai berikut

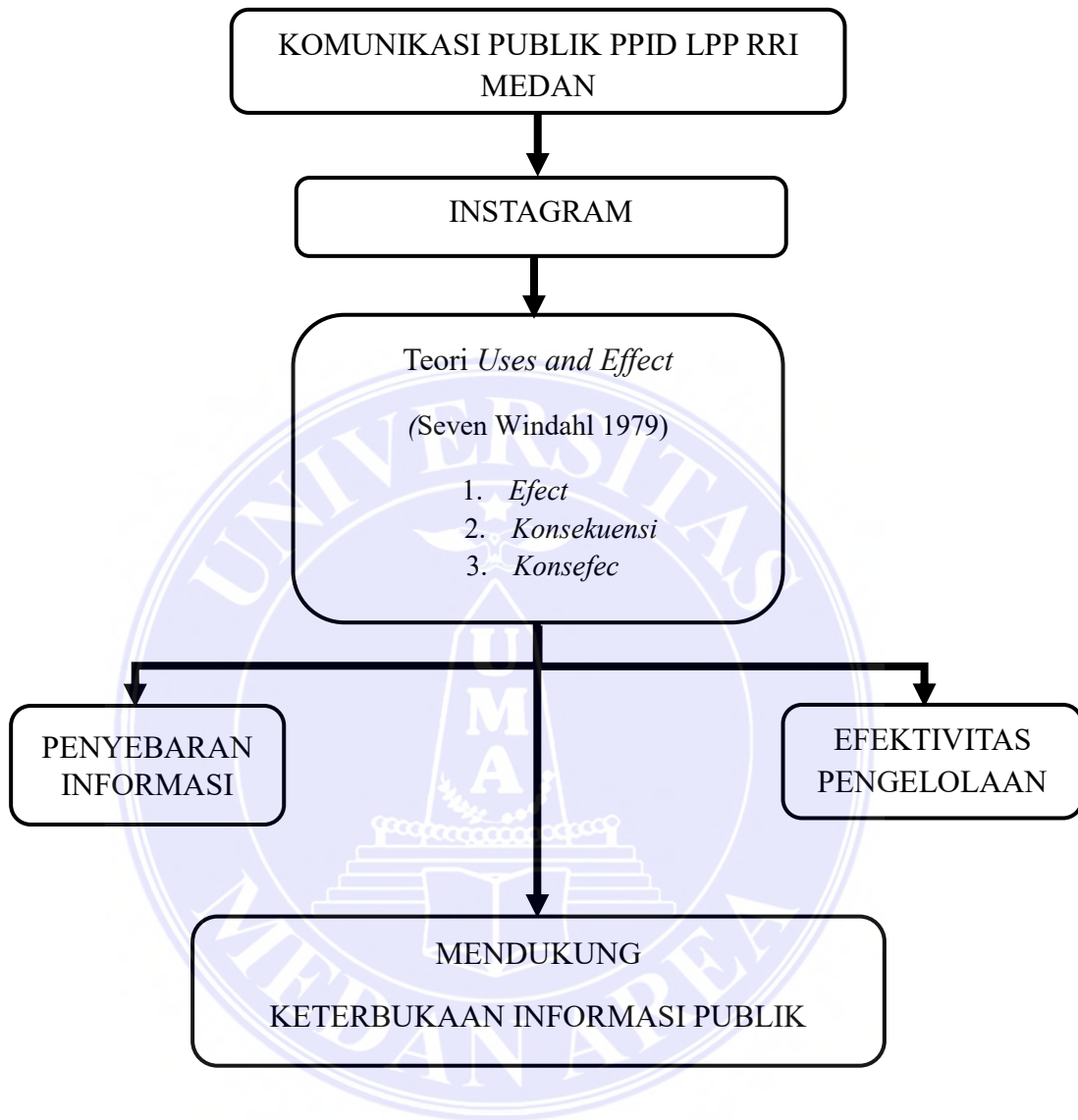
Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Efektivitas Humas PT Angkasa Pura I (Persero) Bali dalam Mengomunikasikan CSR (Putu Ambaryani Putri, dkk 2021). Jurnal: <i>Bisnis dan Kewirausahaan</i> .	Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan menggabungkan metode deskriptif kualitatif dan statistik deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas inisiatif kehumasan dalam mengkomunikasikan tanggung jawab sosial serta faktor dan hambatan yang mendukungnya. Secara keseluruhan, efek PR dalam komunikasi CSR dengan komponen 7C adalah baik (efektif), kecuali saluran dan kontinuitas/koherensi. Oleh karena itu, pemilihan media harus secara konsisten dievaluasi, diperbaiki, dan dilaksanakan. Faktor yang menguntungkan adalah adanya program pengembangan sumber daya manusia yang baik dan tersedianya layanan seperti jaringan internet yang baik, namun faktor penghambatnya adalah kurangnya kesadaran dan kreativitas dalam penggunaan kanal (media) yang tersedia bagi masyarakat publik untuk mengakses data dan informasi CSR perusahaan. Berbeda dengan pembahasan peneliti, dimana peneliti hanya ingin mengetahui seberapa efektif PPID dalam menyebarkan informasi.	Penelitian ini membahas humas yang mengomunikasikan CSR Perusahaan, sedangkan penelitian saya membahas efektivitas PPID RRI Medan.	Pada penelitian ini untuk mengetahui efektivitas dari program yang dijalankan.
2.	Efektivitas Kinerja PPID pada sekretariat DPRD Kota Padang dalam Memberikan Keterbukaan Informasi Kepada Publik (Ivano Ratio Ideal 2019) Jurnal: <i>Ranah Reseach Journal of Multidisciplinary</i>	Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas PPID dan mendapatkan gambaran umum Efektivitas Kinerja PPID Pada Sekretariat DPRD Kota Padang Dalam Memberikan Keterbukaan Informasi Kepada Publik, Kendala dalam mewujudkan Efektivitas Kinerja PPID pada Sekretariat DPRD Kota Padang Dalam Memberikan Keterbukaan Informasi Kepada Publik, Upaya dalam mengatasi kendala-kendala PPID pada Sekretariat DPRD Kota	Pada penelitian ini PPID melakukan penyebaran informasi melalui <i>website</i> , sedangkan penelitian saya PPID melakukan penyebaran informasi di akun media sosial instagram PPID RRI Medan.	Sama-sama melakukan penyebaran informasi kepada publik dan melihat efektivitas PPID dalam melakukan penyebaran informasi

	<i>Research and Development</i>	Padang.		kepada masyarakat.
3.	Peran Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dalam Pelayanan Informasi Publik di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung (Angie Octaviany 2022) Jurnal : <i>eprints.ipdn</i>	Penelitian ini menganalisis Peran PPID dengan menggunakan teori Peran. Pada penelitian ini dibahas cara untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah program kerja dalam hal ini adalah menerapkan teori Peran yakni: Peran sebagai kebijakan, yakni pejabat pengelola mampu mengambil keputusan yang tepat dan benar, mampu memberi solusi atas setiap masalah yang dihadapi dalam proses kegiatan kerja yang dilakukan agar tujuan dapat dicapai; Kedua, peran sebagai strategi yakni menetapkan sasaran yang ingin dicapai dan menentukan cara yang paling efektif untuk dilakukan seperti sarana dan prasarana; Ketiga, Peran sebagai komunikasi yakni proses bertukar dan penyampaian informasi secara jelas dan benar antar pengelola sehingga memperlancar pekerjaan yang dilakukan.	Pada penelitian ini tidak diberitahukan sarana dan prasarana dalam penyebaran informasi oleh PPID, sehingga menjadi sebuah perbedaan dengan penelitian saya yang sarana dan prasarana dalam penyebaran informasi menggunakan media sosial Instagram.	Sudah melakukan dan menyediakan sarana dan prasarana dalam mengakses informasi dari PPID.
4.	Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM <i>Online</i> oleh Santlantas Polrestabas Surabaya (Sharon Handaru, 2017). Jurnal: <i>E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.</i>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan metode survei dengan membagikan kuisioner. Dalam penelitian ini bertujuan mengetahui proses mencapai sebuah efektivitas sebuah program yang dikerjakan setidaknya membutuhkan tiga hal ini yakni: Tata kerja, yakni suatu cara atau sistematis yang digunakan untuk mencapai sasaran dari program yang sedang dikerjakan. Antara lain prosedur kerja yang benar, pelaksanaan operasi kerja yang tepat, pembagian kerja dan kejelasan prosedur kerja. Kedua, Pengawasan yakni pengamatan yang dilakukan pada kegiatan kerja lalu dibandingkan dengan hasil yang ingin dicapai, apakah sudah	Informasi pada penelitian ini yaitu sosialisasi program SIM <i>online</i> yang dilakukan oleh <i>public relations</i> sedangkan, pada penelitian saya mengenai penyebaran informasi diinstagram oleh PPID RRI Medan.	Melihat penilaian dari masyarakat dalam keefektivan penyebaran informasi.

		memenuhi standar yang sudah ditetapkan atau tidak. Jika tidak, maka akan dilakukan evaluasi. Ketiga, Komunikasi yakni proses penyampain informasi secara vertikal dan horizontal hal ini penting untuk menyamakan kesepahaman dan memperlancar kegiatan pekerjaan guna mencapai tujuan sebuah organisasi.		
5.	Peran PPID Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Pengelolaan dan Penyelenggaraan Keterbukaan Informasi Publik (Danang T., dan Iqbal, A. I. 2019). Jurnal : <i>Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora</i>	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PPID Kota Yogyakarta sangat terlibat dalam penyelenggaraan informasi publik, sedangkan peneliti membahas tentang penyebaran informasi PPID di media sosial Instagram.	Peneilitian ini membahas PPID yang mengimplementasikan Keterbukaan Informasi Publik melalui dua cara yakni secara <i>offline</i> dan <i>online</i> , sedangkan penelitian saya membahas keterbukaan informasi yang dilakukan PPID melalui media <i>online</i> (media sosial Instagram).	PPID melakukan Keterbukaan Informasi Publik untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

2.9 Kerangka Berpikir



Gambar 4. Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena dengan menggunakan deskripsi verbal dan bahasa alami, serta menggunakan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007). Penelitian kualitatif merupakan metode pencarian kebenaran dan tergolong penelitian ilmiah berdasarkan teori-teori lanjutan.

Menurut Whitney (dalam Moleong, 2007) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang benar. Penelitian deskriptif digunakan, karena peneliti anggap tepat untuk menggambarkan dan menganalisis masalah yang peneliti kemukakan, yaitu Efektivitas Komunikasi Publik PPID LPP RRI Medan dalam menyebarluaskan informasi di Instagram.

Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk menggambarkan apa yang sedang digunakan saat ini. Metode ini mencoba untuk menggambarkan, menangkap, menganalisis dan menginterpretasikan situasi saat ini, dimana PPID menggunakan Instagram sebagai diseminasi penyebaran informasi kepada masyarakat. Dengan kata lain, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi tentang keadaan saat ini (Mardalis, 1999).

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder (Narimawat dalam Yulita & Mustamu, 2014), dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan “data yang berasal dari sumber asli atau orang pertama”. Informasi peneliti peroleh langsung dari sumber data pemberian informasi yang relevan atau secara teknis dari informan yaitu orang-orang yang diwawancarai atau digunakan untuk memperoleh informasi atau data ini peneliti peroleh langsung dari PPID LPP RRI Medan

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, situs web, buku yang berhubungan dengan pokok bahasan penelitian ini, yang digunakan untuk mendukung dan melengkapi data dasar.

3.3 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan, Jalan Gatot Subroto No. 214, Sei Sikambing C. II, Kecamatan Medan Helvetia, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, 20123.

3.4 Waktu Penelitian

Peneliti telah melaksanakan penelitian yang dimulai sejak bulan Februari 2023 sampai Maret 2023. Waktu penelitian lebih jelas dapat dilihat dari tabel, sebagai berikut:

Tabel 3. Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan Judul	■									
2.	Penyusunan Proposal	■	■								
3.	Seminar Proposal			■							
4.	Perbaikan Proposal			■	■						
5.	Pengambilan data/ penelitian					■	■				
6.	Penyusunan Skripsi							■	■	■	
7.	Seminar Hasil										■
8.	Perbaikan Skripsi										■
9.	Siding Meja Hijau										

3.5 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah yaitu orang-orang di lingkungan penelitian yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi lingkungan penelitian melalui wawancara dan observasi. Menurut Bagong Suyanto (dalam Vladimir 1967) Informan Penelitian mencakup beberapa jenis, yaitu:

1. Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan adalah informasi dasar serbaguna yang diperlukan untuk penelitian.
2. Informan yang paling penting adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi mempelajari ilmu-ilmu sosial.

3. Informan tambahan adalah mereka yang dapat memberikan informasi meskipun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.

Tabel 4. Informan Penelitian

Informan Kunci	Informan Utama	Informan Tambahan
Sub Koordinator Komunikasi Publik.	Pengelola Akun Instagram PPID LPP RRI Medan.	Masyarakat (<i>followers</i> @ppidrrimedan). Adapun informan tambahan yaitu dari masyarakat yang telah lama mengikuti Instagram PPID RRI Medan yakni satu orang dewasa dan dua orang remaja.

Sumber: Peneliti (2022)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kristanto (2018), teknik pengumpulan data adalah metode yang dapat peneliti gunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data yang menjadi bahan penelitian, baik sebagai data primer maupun data sekunder.

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan suatu proses yang diawali menggunakan mengamati lokasi kajian secara sistematis, logis, objektif dan rasional.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang peneliti gunakan bertujuan untuk melengkapi informasi dari sumber data yang terpercaya dan akurat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara mendalam.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah informasi penelitian ini berupa foto dan rekaman wawancara peneliti untuk mengonfirmasi hasil penelitian.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat yang peneliti gunakan pada saat mengumpulkan data. Instrumen yang digunakan oleh peneliti selama proses penelitian adalah Handphone yang merekam catatan dan ucapan yang dibuat selama wawancara dan untuk mendokumentasikan interaksi antara peneliti dan informan.

3.8 Teknik Analisis Data

Miles *et. al* (1992) mengemukakan analisis data dilakukan selama proses, dan setelah mengumpulkan informasi umum dari pengamatan, wawancara dan dokumentasi, serta bahan lainnya dengan tujuan mengolah data mentah dan mengubahnya menjadi catatan dalam bentuk deskripsi atau penjelasan. Hal-hal yang diteliti dan dipelajari oleh penulis. Peneliti memaparkan, dan mendeskripsikan gambaran umum terkait rumusan masalah yang diteliti yang berhubungan dengan efektivitas PPID LPP RRI Medan dalam penyebaran informasi di Instagram.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tentang meringkas, memilih yang paling penting dan memfokuskan pada isu-isu penting yang terkait dengan penelitian. Dengan kata lain, peneliti meringkas data-data terpilih, memfokuskan pada bagian-bagian penting dan memberikan gambaran besar tentang efektivitas PPID dalam menyebarkan informasi di Instagram.

2. Penyajian Data

Menggabungkan data yang sudah dipilih secara sistematis yang berbentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan tabel, sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi.

3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi Data)

Setelah data terkumpul dan memadai, maka diambil data sementara dan jika data benar-benar telah lengkap, maka peneliti mengambil kesimpulan terakhir.

3.9 Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2012) validitas merupakan perpaduan antara teknik pengumpulan data yang berbeda dan sumber data yang ada. Peneliti menggunakan teknik triangulasi metode untuk memverifikasi data. Triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Adapun Teknik triangulasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yakni Triangulasi Metode

1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah sebuah upaya dalam memeriksa keabsahan data dengan memakai teknik pengumpulan data lebih dari satu. Adapun tujuannya untuk mendapatkan informasi yang lebih signifikan. Seperti yang dibahas sebelumnya dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara secara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi metode ini akan digunakan jika ditemukan data yang tidak pasti dalam informasi yang sudah diberikan informan (Kriyantono, 2014).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Efektivitas Pengelolaan Instagram sebagai Komunikasi Publik PPID LPP RRI Medan telah efektif dalam menyebarkan informasi di Instagram. Dengan adanya Instagram membawa perubahan bagi PPID, sehingga mampu mewujudkan tujuan dari penggunaan Instagram yaitu mempengaruhi masyarakat untuk mengenal RRI Medan terlihat dari buku tamu frontdesk bahwa cukup antusias respon masyarakat yang mengunjungi PPID untuk mengenal PPID RRI Medan bahkan situs web, transparansi keterbukaan informasi publik sebagai tujuan utama dari undang – undang KIP dapat terwujud dengan adanya informasi yang cepat dan sigap dari website, dan website dapat di poplarkan oleh sosial media Instagram.

Ketiga indikator dalam Teori *Uses and Effect* yakni Efek, Konsekuensi dan Konsefek mewakili tujuan PPID RRI yaitu mengajak masyarakat untuk memperkenalkan PPID kepada masyarakat untuk mengunjungi website PPID. Dengan adanya PPID menggunakan Instagram untuk menyebarluaskan informasi tentang RRI Medan dengan mencapai 931 postingan. RRI Medan telah mendapatkan respon atau tanggapan yang baik dari masyarakat, karena penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat melalui Instagram, sehingga setiap informasi dapat lebih mudah ditemukan di Instagram. Selain itu, dengan memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan oleh PPID, mendapat pandangan positif dari masyarakat serta kepercayaan masyarakat karena RRI

Medan benar-benar menyampaikan program-program yang dijanjikan bersama masyarakat.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan selaku peneliti telah melakukan penelitian dengan judul Efektivitas Komunikasi Publik PPID Dalam Penyebaran Informasi di Instagram yakni:

Diharapkan PPID RRI Medan dapat memperbaharui konsep dari penyajian informasi yang lebih kompleks dan lebih unik agar memudahkan dan menarik minat pembaca, sehingga memiliki dampak positif terhadap masyarakat dan pihak yang diteliti khususnya PPID LPP RRI Medan, selain itu PPID perlu mencontoh akun Instagram RRI lainnya supaya masyarakat tertarik untuk mengikuti Instagram PPID, serta PPID dapat memperluas jejaring sosial guna menjangkau masyarakat secara luas dari berbagai kalangan, contohnya akun tiktok, aplikasi ini banyak digemari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Mucharam. (2022). Membangun Komunikasi Publik yang Efektif. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII (1), 71–82.
- Agung Kurniawan. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik* (Cetakan 1). Yogyakarta: Pembaharuan
- Agung Yatiningrum. (2015). Pengaruh Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Guru di MTs Miftahul Ulum Gunung Geni Kecamatan Banyuwang Kabupaten Probolinggo. *ILMIAH ECOBUSS*, Vol 3 No 1. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/182>
- Agusta, M., & Letuna, N. (2021). *Instragram Sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 di Indonesia*. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88-106.
- Alex J. Autry Jr, Z. B. (2011). *Digital Natives And Digital Immigrants: Getting To Know Each Other*. Industrial and Commercial Training: Emerald Group Publishing Limited.
- Ali Ahani, Nor Zairah Ab. Rahim, M. N. (2017). Forecasting Social CRM Adoption in Smes: A Combined SEM-Neural Network Method. *Computers in Human Behavior* 75. <https://doi.org/10.1016>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survei APJII: Penetrasi Internet Indonesia. 2021. (<https://dataindonesia.id/Digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>).
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). *Media Sosial Memengaruhi Integrasi Bangsa*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7868–7874.
- Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PRofesi Humas*, 3(1), 39–59.
- Cristian I.R. Rengkung, Tampi, G. B., & Londa, V. Y. (2021). Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado dalam Penanganan Covid-19. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol.7 (102), 26–36.
- Dharmawan, E. P., Siregar, H., & O'Reilly, R. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher.
- Dian Nurvita Sari, A. B. (2021). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, Vol 3, No. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fpersepsi.v3i1.4428>
- Dipta Kharisma, T. Y. (2017). Efektivitas Organisasi dalam Penyelenggaraan Pelayanan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, Volume 6,. <https://doi.org/10.14710>.

- Dr. Vladimir, V. F. (1967). Persepsi Konsumen dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Pelangi Printing Pada CV. Aura Alya Jaya Pontianak Artikel. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Fadhal, O. S. (2020). Tinjauan Komunikasi Pemerintah dalam Tanggap Darurat Pandemi Covid-19. Repository Digital Universitas Al Azhar Indonesia. 1–25.
- Hafied Changara. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Ideal, I. R. (2019). Efektivitas Kinerja PPID Pada Sekretariat DPRD Kota Padang dalam Memberikan Keterbukaan Informasi Kepada Publik. Ranag Research: *Jurnal Of Multidisciplinary Research and Development*.
- Ilona Vicenovie Oisina Situmeang. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Publik Diukur dengan Pendekatan Teori Sistem Pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Buton Utara. *Jurnal Administrasi Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 13 (1), 99–107.
- Joseph A. DeVito. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education Limited.
<https://slims.bakrie.ac.id/repository/f7d4f28f39e8b9d8cb794f6c4eb9cb0f.pdf>
- Kurniawan, F. (2011). *Kompetensi Komunikasi Antarbudaya*. Skripsi. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.
- Lexy J. Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lia Herliani. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 3 No. 4, 218.
- Maesaroh. (2013). Analisis Efektivitas Kerja Pegawai Bagian Administrasi FISIP UNDIP. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol. 12, 67–78.
- Napoleon Cat, Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia. 2021. (<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>).
- Novi Herlina. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *JOM FISIP*, 4(2), 1–12.
- Ohoitumur, J. (2018). Disrupsi: Tantangan Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Peluang Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi. *Respons: Jurnal Etika*

- Sosial*, 23 (02), 143–166.
ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/respons/article/download/553/216.
- Pasaribu, M., Rezeky, R., Toruan, M. L., Yuni & Dewi, R. (2022). RPTRA Sebagai Medium Komunikasi Publik Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat dalam Berinteraksi dengan Warga. *Ejournal-Ibik57.Ac.Id*, 3 (2), 79–90.
<http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/521>.
- Purba, B. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. J. Simarmata (Ed.). Cv Tahta Media Group.
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media Pada Generasi Milenial Kota Malang. *Jurnal Ultimacomm*, Vol. 12, 53-71.
- Rachmiatie, A. (2006). Konsistensi Penyelenggaraan RRI dan TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 7 (2), 281–292.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v7i2.1277>
- Rhenald Kasali. (2017). *Disruption*. G. Stefano (Ed.). PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rhenald Kasali. (2018). *The Great Shifting*. Andi Tarigan (Ed). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. <https://goo.gl/sUrQHo>.
- Rohidi, T. R., & Mulyarto. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia (UI - Press).
- Shell, A. (2016). Optimalisasi Komunikasi Publik Melalui Media Instagram Terkait Penyuluhan Vaksin Covid-19 (Studi Kasus di Dinas Kesehatan Kota Malang). *Skripsi*. UMM Institutional Repository. 1–23.
- Siagian, S. P. (1986). *Analisis Serta Perumusan Kebijakan Dan Strategi Organisasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan YouTube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2 (2), 59–68. <https://doi.org/10.31334/ljk.v2i2.263>.
- Subandriyo, B. (2005). *Teori Komunikasi Publik*. 3–5.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardana, H. (2018). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, 1 (1), 102.
<https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i2.117>.
- Teddy Dyatmika. (2021). *Ilmu Komunikasi* (S. Bakhri (ed.)). Zahir Publishing.
<https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YmM0EAAAQBAJ&oi=fn>

d&pg=PP3&ots=u0BjZNdcKP&sig=l-poN7HT38pize_z7dgejVqEGBk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Tsaniyah Naimatus, K. A. J. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 140. <https://doi.org/10.2251>

Tondowidjojo, John, (2002). *Dasar dan Arah Public Relations*. Jakarta: PT.Gramedia.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @ Subur _ Batik). *Jurnal Sekretaria dan Manajemen*. Vol 2 (2), 271–278.

Vania Yulita dan Ronny H.Mustamu. (2014). Studi Deskriptif Penerapan Perencanaan Suksesi Pada Perusahaan di Bidang Desain Grafis dan Percetakan. *Jurnal Agora*, 2 (2), 903–908.

Vigih Hery Kristanto. (2018). *Metodologi Penelitian: Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (KTI)* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, Vol 3, Hal 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.

Lampiran 1 Surat Pengantar Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estam/Jalan PISG Nomor 1 ☎ (061) 7360878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7368996 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sate Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8201894, Fax (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: umv@medanarea.jom.ac.id

Nomor : 401 /FIS.3/01.10/III/2023
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

7 Maret 2023

Kepada Yth,
Kantor Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan
Di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Christina Manurung
N P M : 198530159
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Kantor Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan**, dengan judul Skripsi **Efektivitas Komunikasi Publik PPID RRI Medan Dalam Penyebaran Informasi di Instagram**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ezzati Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



Lampiran 2 Surat Balasan Riset Radio Republik Indonesia Medan



RADIO REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 612 /RRI-MDN/03/2023
Sifat : Biasa
Lamp : -
Hal : Izin Riset

Kepada Yth:

Dekan Universitas Medan Area Fak Ilmu Sosial dan Politik

Di
Tempat

Dengan hormat,

Membalas surat Nomor : 401/FIS.3/01.10/III/2023 tanggal 7 Maret 2023 perihal seperti pokok surat diatas, dengan ini disampaikan bahwa pada prinsipnya dapat menyetujui Mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1	CHRISTINA MANURUNG	198530159	Ilmu Komunikasi

Melakukan Riset di RRI Medan dengan Judul Efektivitas Komunikasi Publik PPID RRI Medan Serta mentaati segala ketentuan yang berlaku di RRI Medan serta mampu mendownload dan menggunakan RRI Play Go.

Segala sesuatu yang menyangkut administrasi dan teknis dapat menghubungi Sub Bagian SDM RRI Medan.

Demikian kami sampaikan, terima kasih.

Medan, 24 Maret 2023
Kepala LPP RRI Medan,



Drs. Agung Prasatya Rosihan Umar *de*
NIP. 19680915 199003 1 003

Lampiran 3 Surat Selesai Riset


Sekali Di Udara Tetap Dudura

SURAT KETERANGAN
Nomor : 91 /RRI-MDN/06/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : YUSRIZAL, S.Sos
N I P : 19680528 199102 1 001
Pangkat / Gol.Ruang : Penata Tk.I, III/d
J a b a t a n : Kepala Bagian Tata Usaha
Unit Kerja : RRI Medan

Menerangkan bahwa :

NO	N A M A	NPM	JURUSAN
1.	Christina Manurung	198530159	Ilmu Komunikasi

Adalah benar Mahasiswa Universitas Medan Area tersebut telah melakukan **Penelitian (Research)** di RRI Medan dengan judul "**Efektivitas Komunikasi Publik PPID LPP RRI Medan dalam Penyebaran Informasi di Instagram**" mulai tanggal **01 Pebruari s.d 30 April 2023**.

Demikian Surat Keterangan ini, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

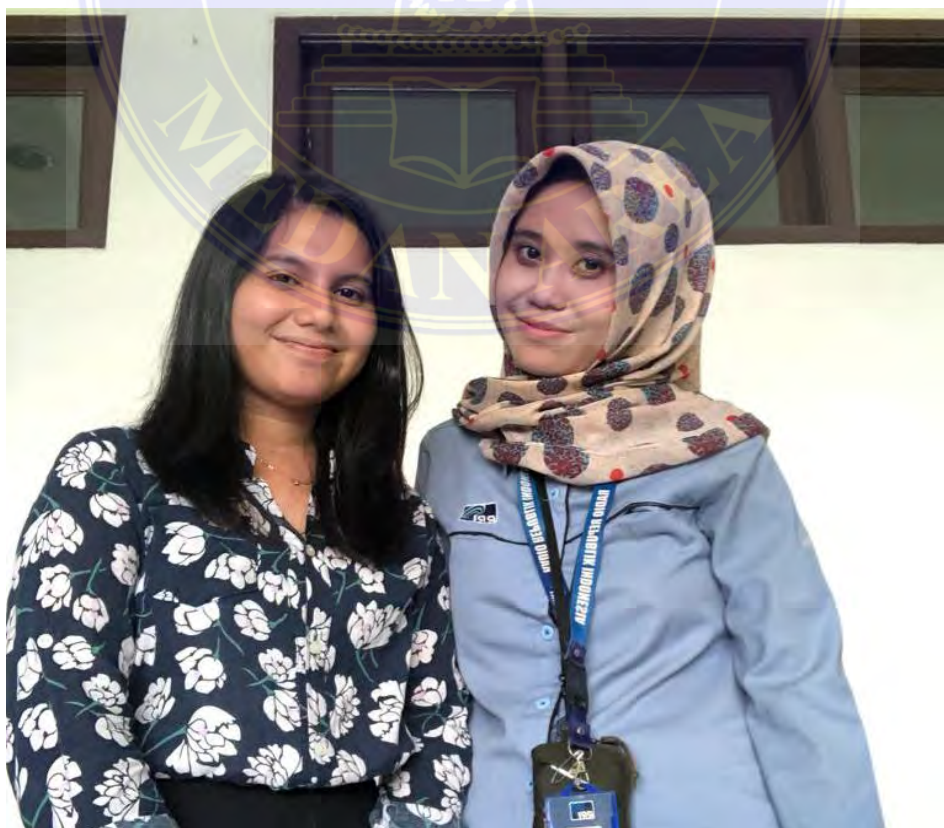
Medan, 14 Juni 2023
Kepala Bagian Tata Usaha,

YUSRIZAL, S.Sos
NIP. 19680528 199102 1 001

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Informan I



Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Informan II



Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Informan III



Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Informan IV

