Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page 10954-10965

Pengaruh Media Sosial Dalam Pola Pelayanan Publik Di Komisi Pemilihan Umum

Arifah Sitta Qotrunada[1], Eka Kusumaningtias[2]
[1,2]Administrasi Perkantoran, Politeknik Madyathika
Corresponding Author: Arifah Sitta Qotrunada, E-Mail: arifahsittaqotrunada@gmail.com

Published: July, 2025

ABSTRAK

Perubahan dan transformasi digital telah berdampak pada lembaga pemerintah dalam menghadapi serangkaian tantangan termasuk media sosial. Penggunaan media sosial dalam organisasi pemerintahan di Indonesia bukanlah suatu hal yang baru. Semenjak penggunaan teknologi informasi memasuki hampir seluruh aspek kehidupan manusia di seluruh penjuru dunia, lembaga-lembaga pemerintah tak lepas dari pengaruh teknologi. Hal ini kemudian menjadi salah satu alasan teknologi dapat diterima dalam sebuah sistem pemerintahan. Alasan kuat lain yang mendasarinya adalah teknologi mampu menjangkau ke dalam struktur masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Maraknya penggunaan media sosial, kiranya menjadi kesempatan emas untuk mengoptimalkan interaksi negara dengan rakyatnya. Informasi dan layanan interaktif dapat menghubungkan masyarakat melintasi batas-batas geografis. Penelitian ini akan membahas pengaruh media sosial instagram dalam pola pelayana publik pada Komisi Pemilihan Umum.

Kata Kunci: Teknologi, lembaga pemerintah, media sosial, interaktif

ABSTRACT

Digital change and transformation have impacted government institutions in facing a series of challenges, including social media. The use of social media in government organizations in Indonesia is nothing new. Since information technology has penetrated almost every aspect of human life worldwide, government institutions have been inextricably linked to its influence. This has become one of the reasons technology has been accepted within a government system. Another strong underlying reason is its ability to reach broader societal structures. The widespread use of social media presents a golden opportunity to optimize government interaction with its citizens. Interactive information and services can connect people across geographic boundaries. This research will examine the influence of Instagram on public service patterns at the General Elections Commission.

Keywords: Technology, government institutions, social media, interactive

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Media sosial yang dimanfaatkan oleh organisasi publik secara nyata dapat ditemukan pada Komisi Pemilihan Umum. Komisi Pemilihan Umum atau yang sering disingkat menjadi KPU ini merupakan sebuah organisasi publik yang ada di Indonesia. KPU sendiri merupakan sebuah komisi yang bertanggungjawab atas pelaksanaan pemilihan umum di Indonesia, mulai dari kepala daerah, anggota DPR dan DPD, hingga pemilihan presiden. Berikut akan dijabarkan tugas KPU untuk memberikan gambaran terkait hadirnya dalam tata kelola serta pembagian kewenangan di sistem pemerintahan

Indonesia. Dalam Pasal 12 Undang Undang 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum(No 7 Tahun 2017), KPU mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal,
2. Menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN,
3. Menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu,
4. Mengkordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan dan memantau semua tahapan pemilu,
5. Menerima daftar pemilih dari KPU Provinsi,
6. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih,
7. Membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilu dan Bawaslu,
8. Mengumumkan calon anggota DPR, calon anggota DPD, dan Pasangan Calon terpilih serta membuat berita acaranya,
9. Menindaklanjuti dengan segera putusan Bawaslu atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran atau sengketa Pemilu,
10. Mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat,
11. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu, dan
12. Melaksanakan tugas lain dalam penyelenggaraan pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Setelah memahami tugas dan fungsi KPU sebagai sebuah organisasi publik, selanjutnya adalah terkait visi dan misi KPU. Visi dan misi KPU yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut (*Visi Misi KPU RI*):

Visi:

Menjadi Penyelenggara Pemilihan Umum yang Mandiri, Profesional, dan Berintegritas untuk Terwujudnya Pemilu yang LUBER dan JURDIL.

Misi:

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel; Meningkatkan inte
2. gritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan *code of conduct* penyelenggara Pemilu;
3. Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan Pemilu untuk seluruh pemangku kepentingan;

5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu, Pemilih berdaulat Negara kuat; dan
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu.

Dalam salah satu poin yang terdapat pada visi dan misi KPU tepatnya adalah misi nomor enam, tertulis bahwa "mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu". Artinya KPU diberikan mandat untuk bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pelaksanaan tugasnya. Poin ini menjadi sangat relevan dengan pembahasan-pembahasan sebelumnya tentang bagaimana penggunaan media sosial oleh KPU. Memasukan poin ini kedalam misi artinya menjadikannya sebagai tujuan yang harus dicapai. Hal ini menandakan bahwa perkembangan teknologi memang harus diserap dalam menjalankan sistem pemerintahan di Indonesia(Baharun et al., 2021). Salah satu yang menjadi realisasi dari misi KPU tersebut adalah penerapan *e-gov* dengan memanfaatkan media sosial. KPU dapat menerapkan *e-gov* dengan memanfaatkan kehadiran media sosial untuk mengimplementasikan misi tersebut. Media sosial merupakan salah satu cara paling relevan yang bisa digunakan saat ini untuk menyebarluaskan informasi atau *announcement* kepada masyarakat(Putri et al., 2021). Hal ini nampaknya disadari betul oleh KPU, mengingat tugas dan fungsinya yang mengharuskan instansi memiliki komunikasi yang intens dengan masyarakat sebagai sasarannya.

Pelayanan Publik Digital

Transformasi digital dan perubahan sosial ekonomi telah melanda dunia, tak terkecuali di Indonesia yang secara cepat dan aktif telah sampai pada lingkup pelayanan publik tingkat nasional hingga ke daerah. Dinamika kebutuhan atau permintaan layanan warga menemui titik taut atau konvergensi dengan berbagai revolusi masif teknologi informasi yang menghadirkan tatanan baru secara struktural dan kultural. Pelayanan publik tidak lagi terbatas berbicara tentang *platform* standar tetapi berada pada lompatan besar yang dihadirkan *nano, robotic*, dan kecerdasan buatan *(artificial intelligence)* yang mulai banyak digunakan dalam layanan publik dan tata kelola pemerintahan.

Aksi-aksi pada bidang pelayanan publik tidak lagi mengandalkan cara kerja lama dengan kultur pelayanan yang konvensional. Cara-cara manual akan kadaluarsa, karena terjadi inefisen dalam prosesnya dan terus tergerus kalah dalam lanskap persaingan serba cepat. Pelayanan publik yang *agile* dan adaptif memuat visi sebagai berikut(Katharina, 2020:4):

1. Melampaui zamannya *(thinking ahead)*
2. Secara terus-menerus *(thinking again)*
3. Berpikir luas lintas batas *(thingking across)*
4. Pengambilan keputusan berbasis bukti *(evidence based)* yang terangkum.
5. Dikelola dan disajikan dalam tatakan mahadata terintegrasi *(integrated bid-data)*.

Perubahan pelayanan publik berbasis teknologi informasi perlu menyasar kepada arena internal ekosistem layanan elektronik, yakni suatu rancangan penguatan kompetensi dan kultur kerja sumber daya aparatur, serta pembangunan infrastruktur teknologi yang memadai. Arena internal tersebut mulai banyak

disentuh pada berabagai inisiatif yang terlihat pada inovasi birokrasi dan pelayanan publik saat ini. Namun masih terdapat aspek yang harus mendapat perhatian khusus seperti strategi reformasi yang menyeluruh dan sistematis. Reformasi birokrasi khususnya dalam bidang pelayanan publik yang lebih modern menggunakan teknologi digital, pada hakikatnya merupakan upaya untuk melakukan perubahan mendasar terhadap sistem penyelenggaraan pemerintah. Hal-hal mendasar ini terkait dengan aspek-aspek kelembagaan (organaisasi), ketatalaksanaan (*bussines process*), dan sumber daya manusia (aparatur).

Pelayanan publik secara sederhana dapat diartikan sebagai pelayanan administratif yang dilakukan oleh lembaga atau instansi milik pemerintah(Pasolong, 2019:147). Secara teori, terdapat pengertian dari beberapa ahli dan sumber. Menurut Bab I pasal 1 Ayat 1 UU No. 25/2009 Tentang pelayanan publik, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah: "kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas jasa, dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik."

Pengertian pelayanan publik menurut B. Linois (B.Linois, 2021) :"Suatu proses yang semua kegiatan yang pemenuhannya harus dijamin, diatur, dan juga diawasi oleh pemerintah, karena diperlukan untuk perwujudan dan perkembangan kesaling-tergantungan sosial, dan pada hakikatnya, perwujudannya sulit terlaksana tanpa campur tangan kekuatan pemerintah". Pengertian pelayanan publik selanjutnya berasal dari buku yang berjudul Manajemen Pelayanan Publik karya Erika Revida dkk yang mengungkapkan definisi pelayanan publik sebagai berikut: pelayanan publik atau pelayanan umum adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (Revida et al., 2021: 52).

Setelah menjabarkan beberapa pengertian pelayanan publik di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah sebuah kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah(Sandiasa, 2018). Salah satu tujuan dari pelayanan publik adalah tercapainya sistem *good governance* yang menjadi salah satu pedoman dalam pengelolaan pemerintah(Frederickson et al., 2012). Sistem tersebut dianut oleh pemerintah Indonesia untuk menjaga kualitas pelayanan terhadap masyarakat. Mengingat sektor pelayanan publik menjadi salah satu aspek yang dapat menjadi tolak ukur, apakah suatu pemerintahan dapat berjalan dengan baik atau tidak(Dong, 2015). Hal ini mengakibatkan pelayanan publik menjadi salah satu tujuan pemerintah agar dapat mewujudkan *good governance* secara nyata(Warsono et al., 2019).

Digital Governance

Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh organisasi publik harus memiliki konsep dan tujuan yang jelas(Baranenko et al., 2022). Hal ini guna memaksimalkan peran media sosial yang sudah ada, selain

itu konsep yang tertata dan rapih, serta memuat konten yang konsisten dapan menarik perhatian masyarakat secara luas. Program media sosial tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa sasaran atau tujuan yang jelas(Santosa & Devi, 2021). Secara umum, tujuan penggunaan media sosial untuk lembaga pemerintahan dapat dibagi ke dalam empat hal, yaitu (H. Setiawan & Santoso, 2013):

1. Berbagi *(Sharing)*

Informasi yang dibagikan bisa berupa berita, program terkini, pencapaian, atau informasi apa pun yang dianggap perlu disebarluaskan kepada masyarakat. Dalam berbagi informasi, hampir semua *platform* media sosial dapat dimanfaatkan. Hanya saja, perlu diingat bahwa masing-masing media sosial memiliki karakteristik masing-masing.

2. Partisipasi Publik *(Public Participation)*

Membuka kesempatan bagi publik untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan serta mendengarkan opini masyarakat terkait lembaga tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan memaksimalkan data yang terkumpul pada kolom komentar, *mention*, *reply*, hingga analisis menyeluruh terhadap kata kunci yang berkaitan dengan lembaga yang bersangkutan.

3. Kolaborasi *(Collaboration)*

Menjalin kolaborasi antar lembaga pemerintahan serta tokoh masyarakat hingga *influencer* media sosial untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini bisa dilakukan, antara lain, dengan mendukung program kerja lembaga lain. Suatu lembaga bisa turut menyebarkan informasi lembaga lain atau bahkan bekerja sama dengan *influencer* media sosial demi memperluas penyebaran konten suatu lembaga.

4. Penanggulangan **Resiko *(Risk Management)***

Menggunakan media sosial sebagai perangkat aparatur pemerintahan tentunya bukan tanpa resiko. Salah satu risiko yang penting ditanggulangi adalah berita-berita bohong (*hoax*) sampai ujaran-ujaran kebencian.

Berdasarkan buku yang berjudul Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah karya Rosita Widiastuti yang terbit tahun 2020 dijelaskan bahwa terdapat beberapa catatan dalam penggunaan media sosial oleh pemerintah diantaranya ialah (Widiastuti, 2020):

Pertama, media sosial didesain untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga serta menggali aspirasi publik.

Kedua, media sosial adalah media interaktif. Karena itu, hal ini harus dimanfaatkan oleh humas untuk lebih dekat dengan publik. Humas harus dapat mengikuti ritme media sosial, berkomunikasi secara langsung, dan memberikan respons dengan segera.

Ketiga, media sosial adalah dokumentasi *online*. Mengingat sifatnya yang terbuka dan bergesernya privasi, segala macam yang disajikan di sana akan terekam oleh mesin pengindeks dan dapat dijadikan bukti yang berkekuatan hukum. Dalam hal ini, seorang humas harus mengetahui informasi apa yang patut dan tak patut disampaikan kepada publik serta bagaimana menyampaikannya.

Keempat, media sosial menjangkau publik yang sangat luas sehingga diperlukan pemahaman dalam penyebaran informasi dan cara berkomunikasi lintas budaya. Bagi sebagian kalangan, media sosial dianggap sebagai antisosial. Untuk menghindari stigma ini, seorang humas tentu harus mampu menyeimbangkan antara peran media komunikasi *online* dengan komunikasi langsung dengan publiknya, terutama publik internal yang secara fisik dan geografis sangat dekat.

Media sosial untuk pemerintahan merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi(Yatsko et al., 2022). Pemanfaatan media sosial ini juga dapat menjadi salah satu jalan keluar permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Berikut adalah beberapa manfaat media sosial bagi pemerintah:

1. Mendorong efisiensi pemerintahan

Peluang penggunaan media sosial dapat meningkatkan efisiensi dan juga penghematan biaya. Penggunaan media sosial di lingkungan pemerintahan juga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Selain itu, media sosial juga menggunakan teknologi *Artificial Inteligent* (Kecerdasan Buatan) dan berbagai perangkat tambahan yang dapat membantu proses analisa data. Hal ini dapat berdampak pada waktu yang lebih singkat dan juga penggunaan sumber daya yang lebih sedikit.

2. Memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun

Masyarakat modern adalah masyarakat yang kritis terhadap informasi. Di era keterbukaan seperti saat ini, masyarakat lebih mempercayai informasi dari media sosial, whatsapp group dan media informasi lainnya. Maraknya berita bohong yang beredar di media juga menimbulkan rasa tidak percaya. Media sosial dapat menjadi solusi karena dapat menjangkau khalayak secara lebih personal dan komunikatif.

3. Menghadapi perkembangan jaman

Dengan adanya perubahan dan transformasi digital, lembaga pemerintah menghadapi serangkaian tantangan tertentu termasuk pemotongan anggaran, menuanya staff dan aparatur sipil yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini harus di atasi sejak awal dengan mempersiapkan perencanaan dan tindakan antisipasi sejak awal, sehingga pemerintah tidak gagap dalam mengatasi masalah yang akan muncul di kemudian hari.

4. Sarana komunikasi di saat krisis dan bencana alam

Salah satu kecenderungan masyarakat ketika terjadi bencana atau suatu krisis adalah mereka mencarinya di media sosial. Publik sangat bergantung pada media sosial terutama ketika peristiwa yang menyangkut kondisi hidup dan mati mereka untuk mencari bantuan. Misalnya dalam bencana alam yang menimpa suatu daerah, informasi dapat tersebar dengan mudah (*viral*) ketika diunggah di sosial media. Bagi pejabat pemerintah, media sosial harus memainkan peran yangjelas dalam strategi komunikasi krisis mereka.

Platform media sosial yang saat ini tengah berkembang telah mengubah cara kampanye politik dijalankan, bagaimana politisi dan publik mengakses dan berbagi informasi politik, cara kita belajar

tentang politik, membentuk opini dan sikap, dan pada akhirnya terlibat atau melepaskan diri dari proses politik (Dimitrova & Matthes, 2018). Sosial media memicu diskusi-diskusi terkait isu-isu krusial yang sedang berjalan dengan intensitas yang tinggi(Saritas & Nugroho, 2012). Aktor yang memiliki pengaruh dalam media sosial akan memiliki kekuatan untuk mengiringi jalannya penyebaran informasi. Para aktor ini dapat memfasilitasi koneksi antara lebih banyak pasangan anggota jaringan yang tidak terhubung juga membahas politik lebih sering, tetapi lebih cenderung terlibat dalam diskusi yang toleran terhadap risiko (Bruno, 2019).

Perkembangan komunikasi dan teknologi informasi memudahkan interaksi antara individu dan kelompok(Nugroho & Sujarwoto, 2021). Lalu lintas pesan dan berita tidak sepenuhnya dikendalikan oleh negara, tetapi bebas mengalir ke publik (Suprawoto, 2018). Fakta ini semakin memperkuar bahwa, media sosial memiliki kekuatan untuk menyebarkan informasi, menjadi pilihan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan melakukan tindakan yang diinginkan oleh penyebar pesan. Media sosial pada era sekarang ini telah menjadi salah satu sumber pengaruh dalam agenda politik, efek media pada agenda politik, khususnya pada agenda parlementer. Menurut Nulty, Theocharis, & Popa (Nulty et al., 2018) agenda kekuatan media bergantung, pada isu yang dipertaruhkan, pihak-pihak yang berada di pemerintahan, dan mengenai kepemilikan pihak atas isu-isu yang akan dimainkan dalam politik. Hal ini menunjukan bahwa organisasi publik dalam mengelola media sosial menjadi salah satu kajian yang menarik untuk dibahas lebih dalam.

Menurut Treem& Leonardi (Treem & Leonardi, 2019) secara lebih rinci media sosial membuat komunikasi rutin antara rekan kerja. Sementara menurut Tania media sosial bisa mempermudah para aktor yang ada untuk menyebarluaskan suatu informasi sehingga dapat diakses oleh publik(Tania, 2020). Dari banyak teknologi komunikasi sebelumnya, media sosial mempercepat langkah teknologi yang memungkinkan komunikasi politik sehingga kita memasuki era big data di mana siapa pun dapat dengan mudah melihat dengan mudah apa yang dikatakan orang lain dan kepada siapa (Leonardi, 2014). Kondisi masyarakat Indonesia yang sangat aktif mengakses media sosial dalam berbagai peristiwa yang ada di indonesia, sangat tepat digunakan sebagai media referensi terkait bagaimana media digital bisa mempengaruhi orang banyak (Ross Tapsell, 2017).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah langkah penelitian dengan model observasi yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis berdasarkan data kritis, objektif, dan ilmiah (Sekaran, 2014:7) . Penelitian ini adalah sebuah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yang dapat diartikan sebagai alat analisis dengan menggunakan model matematika, statistika, dan ekonometrik, kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam sebuah uraian (Hasan, 2004:30).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

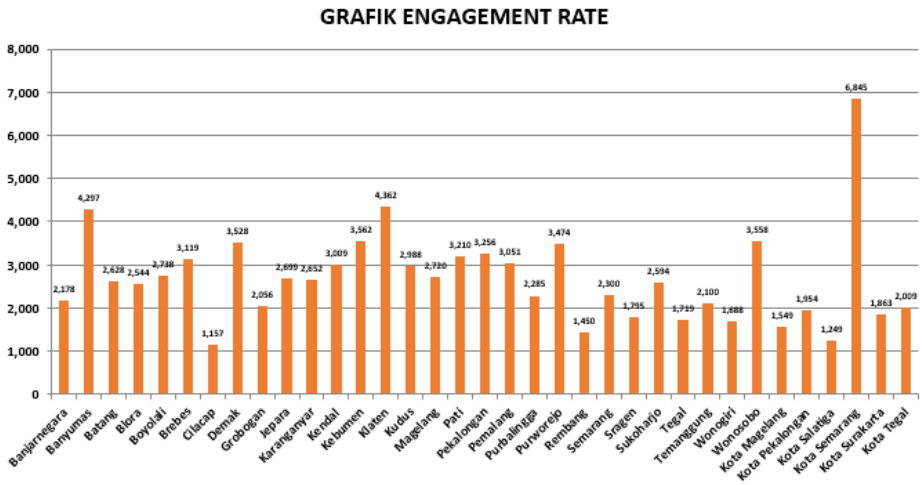
Penelitian ini terkait dengan Komisi Pemilihan Umum atau yang sering disingkat menjadi KPU. KPU merupakan sebuah organisasi publik yang ada di Indonesia. KPU sendiri merupakan sebuah komisi yang bertanggungjawab atas pelaksanaan pemilihan umum di Indonesia, mulai dari kepala daerah, anggota DPR dan DPD, hingga pemilihan presiden.

Namun dalam penelitian ini penelitian akan fokus pada KPU Kabupaten-Kota di Jawa Tengah khususnya adalah instagram yang dimiliki dan dikelola oleh KPU itu sendiri. Total terdapat 29 Kabupaten dan 6 Kota di Wilayah Jawa Tengah yang memiliki memiliki KPU di setiap daerahnya. Seluruhnya telah memiliki akun instagram resmi, berikut adalah daftar KPU dan instagram Kabupaten-Kota di Provinsi Jawa Tengah:

Tabel 1. Daftar Akun Instagram

No	KPU Kabupaten	Akun *Instagram*
1	Banjarnegara	@kpu_banjarnegara
2	Banyumas	@kpubanyumas
3	Batang	@kpukabbatang
4	Blora	@kpukabblora
5	Boyolali	@kpu_boyolali_official
6	Brebes	@kpu.brebes
7	Cilacap	@kpukabcilacap
8	Demak	@kpudemak
9	Grobogan	@kpugrobogan
10	Jepara	@kpujepara
11	Karanganyar	@kpukaranganyar
12	Kendal	@kpu_kab_kendal
13	Kebumen	@kpukebumen
14	Klaten	@kpuklaten
15	Kudus	@kpu_kudus
16	Magelang	@kpukabupatenmagelang
17	Pati	@kpukabpati
18	Pekalongan	@kpupekalongankab
19	Pemalang	@kpupemalang
20	Purbalingga	@kpupbg
21	Purworejo	@kpu.purworejo
22	Rembang	@kpurembang
23	Semarang	@kpukabsemarang
24	Sragen	@kpu_sragen
25	Sukoharjo	@kpusukoharjo
26	Tegal	@kpud.kabtegal
27	Temanggung	@kpukabtemanggung
28	Wonogiri	@kpuwonogiri
29	Wonosobo	@kpu_wonosobo
30	Kota Magelang	@kpukotamagelang
31	Kota Pekalongan	@kpuktpekalongan

32	Kota Salatiga	@kpusalatiga
33	Kota Semarang	@kpukotasemarang
34	Kota Surakarta	@kpusurakarta
35	Kota Tegal	@kpu_kotategal



Gambar 1. Grafik Engagement Rate

Pembahasan

Berdasarkan daftar *instagram* KPU yang telah disajikan, dapat dipastikan bahwa seluruh KPU Kabupaten-Kota seluruh Jawa Tengah telah memiliki akun *instagram* resmi. Hal ini membuktikan bahwa KPU sebagai organisasi atau instansi publik mampu mengikuti transoformasi teknologi informasi. Saat penyebaran informasi atau pengumuman masih konvensional, suatu instansi hanya mampu menjangkau publik dengan lingkup yang sempit karena hanya mengandalkan media cetak. Namun sejak pelayanan publik digital berkembang pesat, jangakaun pembagian informasi akan lebih luas. Hal ini disadari oleh pihak KPU karena dapat menunjang kinerja menjadi lebih maksimal dengan memanfaatkan media *instagram*.

Kehadiran *platform* media sosial ini nyatanya telah membawa dampak yang positif bagi instansi pemerintah. Salah satu yang paling dapat dirasakan adalah tingkat penyebaran informasi yang cepat sehingga sampai pada ruang lingkup masyarakat yang lebih luas. Fenomena ini sejalan dengan teori diungkapkan oleh Rosita Widiastuti. Menurut Rosita Widiastuti, terdapat catatan penting di dalam memaksimalkan penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintah di antaranya adalah (Widiastuti, 2020):

Pertama, media sosial didesain untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga serta menggali aspirasi publik.

Kedua, media sosial adalah media interaktif. Karena itu, hal ini harus dimanfaatkan oleh instansi atau pemerintah untuk lebih dekat dengan publik. Instansi harus dapat mengikuti ritme media sosial, berkomunikasi secara langsung, dan memberikan respons dengan segera.

Ketiga, media sosial adalah dokumentasi *online*. Mengingat sifatnya yang terbuka dan bergesernya privasi, segala macam yang disajikan di sana akan terekam oleh mesin pengindeks dan dapat dijadikan bukti yang berkekuatan hukum. Dalam hal ini, instansi harus mengetahui informasi apa yang patut dan tak patut disampaikan kepada publik serta bagaimana menyampaikannya.

Keempat, media sosial menjangkau publik yang sangat luas sehingga diperlukan pemahaman dalam penyebaran informasi dan cara berkomunikasi lintas budaya. Bagi sebagian kalangan, media sosial dianggap sebagai antisosial. Untuk menghindari stigma ini, sebuah instansi tentu harus mampu menyeimbangkan antara peran media komunikasi *online* dengan komunikasi langsung dengan publiknya, terutama publik internal yang secara fisik dan geografis sangat dekat.

Merujuk pada pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa poin-poin tersebut relevan dengan kondisi pengelolaan *instagram* di KPU sebagai suatu instansi publik, dimana pengelolaan *instagram* oleh KPU merupakan bagian dari pelayanan publik digital. Hal ini dikarenakan penggunaan *instagram* oleh KPU memiliki tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan informasi publik. Aksesbilitas dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. *Instagram* menjadi salah satu *platform* bersifat fleksibel yang dapat diakses oleh masyarakat sehingga memudahkan suatu instansi publik untuk bisa memahami perkembangan informasi yang terjadi di lapangan. Fenomena ini memudahkan KPU dalam membaca dan menyiapkan skema informasi untuk disajikan kepada masyarakat secara luas melalui *instagram*.

Perubahan pelayanan publik berbasis teknologi informasi telah menyasar kepada arena internal ekosistem layanan elektronik, yakni suatu rancangan penguatan kompetensi dan kultur kerja sumber daya aparatur, serta pembangunan infrastruktur teknologi yang memadai. Arena internal tersebut mulai banyak disentuh pada berabagai inisiatif yang terlihat pada inovasi birokrasi dan pelayanan publik saat ini. Namun, masih terdapat aspek yang harus mendapat perhatian khusus seperti strategi reformasi yang menyeluruh dan sistematis.

Reformasi birokrasi khususnya dalam bidang pelayanan publik yang lebih modern menggunakan teknologi digital, pada hakikatnya merupakan upaya untuk melakukan perubahan mendasar terhadap sistem penyelenggaraan pemerintah. Hal-hal mendasar ini terkait dengan aspek-aspek kelembagaan (organaisasi), ketatalaksanaan (*bussines process*), dan sumber daya manusia (aparatur). Adanya aspek-aspek tersebut memunculkan tujuan perubahan pelayanan publik agar lebih modern diantaranya:

1. Mengurangi dan akhirnya menghilangkan setiap penyalahgunaan kewenangan publik oleh pejabat instansi yang bersangkutan.
2. Menjadikan negara yang memiliki *most-improved bureaucracy.*
3. Meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat.
4. Meningkatkan mutu perumusan dan pelaksanaan kebijakan atau program instansi.
5. Meningkatkan efisiensi (biaya dan waktu) dalam pelaksanaan semua segi tugas organisasi.

6. Menjadikan birokrasi Indonesia antisipatif, proaktif, dan efekif dalam menghadapi globalisasi dan dinamika perubahan lingkungan strategis(Katharina, 2020:57).

KESIMPULAN

Perubahan pelayanan publik berbasis teknologi informasi telah menyasar kepada arena internal ekosistem layanan elektronik, yakni suatu rancangan penguatan kompetensi dan kultur kerja sumber daya aparatur, serta pembangunan infrastruktur teknologi yang memadai. Arena internal tersebut mulai banyak disentuh pada berabagai inisiatif yang terlihat pada inovasi birokrasi dan pelayanan publik saat ini. Namun, masih terdapat aspek yang harus mendapat perhatian khusus seperti strategi reformasi yang menyeluruh dan sistematis.

Reformasi birokrasi khususnya dalam bidang pelayanan publik yang lebih modern menggunakan teknologi digital, pada hakikatnya merupakan upaya untuk melakukan perubahan mendasar terhadap sistem penyelenggaraan pemerintah. Hal-hal mendasar ini terkait dengan aspek-aspek kelembagaan (organaisasi), ketatalaksanaan (*bussines process*), dan sumber daya manusia (aparatur). Adanya aspek-aspek tersebut memunculkan tujuan perubahan pelayanan publik agar lebih modern diantaranya:

1. Mengurangi dan akhirnya menghilangkan setiap penyalahgunaan kewenangan publik oleh pejabat instansi yang bersangkutan.
2. Menjadikan negara yang memiliki *most-improved bureaucracy.*
3. Meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat.
4. Meningkatkan mutu perumusan dan pelaksanaan kebijakan atau program instansi.
5. Meningkatkan efisiensi (biaya dan waktu) dalam pelaksanaan semua segi tugas organisasi.
6. Menjadikan birokrasi Indonesia antisipatif, proaktif, dan efekif dalam menghadapi globalisasi dan dinamika perubahan lingkungan strategis(Katharina, 2020:57).

Pengelolaan media sosial khususnya *instagram* dalam penelitian ini dikategorikan sebagai salah satu pelayanan publik digital. Hal ini karena KPU memanfaatkan *instagram* untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi publik. KPU sebagai organisasi publik memiliki tugas dalam visinya yaitu harus mampu meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu dan mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu. Instagram dalam hal ini dapat digunakan sebagai sarana atau alat bagi KPU untuk bisa menjalankan target kerjanya dalam bidang pelayanan publik.

Peneliti sekaligus penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan, sehingga saran ditujukan kepada penelitian selanjutnya yang akan mengambil tema yang sama agar memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan terhadap media sosial lain dan menghubungkannya dengan sektor administrasi publik.

Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengkaji selain dari media sosial *instagram*. Mengingat saat ini *platform* media sosial seperti *youtube, facebook, twitter* sangat populer di kalangan masyarakat.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih dalam dari penelitian ini. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengelolaan akun media sosial milik organisasi publik . Hal ini perlu dilakukan untuk memberikan padangan melalui perspektif lain.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan meningkatkan cakupan penelitian yang lebih luas, salah satunya dari segi wilayah penelitian. Semakin luas wilayah maka akan semakin kaya data yang diperoleh sehingga kesempatan untuk meng*explore* konsep baru menjadi kesempatan yang harus dimanfaatkan dengan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

Baharun, H., Maarif, M. A., Wibowo, A., Hefniy, & Silviani. (2021). Knowledge Sharing Management: Strategy For Improving The Quality Of Human Resources. *Al-Tanzim*, *05*(01), 129–139.

Hasan. (2004). *Analisis Dana Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.

Katharina, R. (2020). *Pelayanan Publik & Pemerintahan Digital Indonesia* (2021st ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=HVYrEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=riris+katharina+e+service+2020&ots=sQ3m_OoGBT&sig=w483lbmw3nUuH7b0mwj7kj6IPHk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Nulty, P., Theocharis, Y., Popa, S. A., Parnet, O., & Benoit, K. (2018). Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament. *Electoral Studies*, *44*, 429–444. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.04.014

Putri, N. B., Romli, N. A., Studi, P., Komunikasi, I., Jakarta, U. N., Gadung, K. P., & Timur, K. J. (2021). Analisis Dampak Adiksi Internet Pada Media Sosial Twitter Di Indonesia Dengan Pendekatan Teori Komunikasi. *Munikasi Universitas Garut*, *7*(1), 582–590.

Tania, S. (2020). Mediated relationship : menakar hubungan organisasi-publik dalam akun *Instagram* resmi perusahaan telekomunikasi. *PRofesi Humas*, *5*(1), 121–142.

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2019). *Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association*. Social Science Research Network.

Widiastuti, R. (2020). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah* (1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.