

EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @kominfodiy TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Rahmi Ikrima Sari¹ Imam Suprabowo²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email : rahmi.ikrima@gmail.com¹, imam.suprabowo@umy.ac.id²

Abstract. *This study aims to analyze the effectiveness of Instagram social media and the forms of Instagram social media management on the dissemination of public information for government agency in Islamic perspective. This research was carried out on Instagram account owned by government agency in Yogyakarta, namely Communication and Informatics Office of DIY (Yogyakarta Special Region). The research method used was descriptive qualitative with data analysis technique using field notes and then data classification was carried out and arranged systematically according to indicators based on the results of the data analysis. The instruments used in this study were interview guidelines, data of Instagram posts, and documentation. The result of the research showed that the public information dissemination of Instagram account of @kominfodiy was categorized as effective in its use. The dissemination of public information carried out on @kominfodiy account, if related to Islamic perspective, is also regarded as effective based on the ethical values of Islamic communication, in accordance with those stated in the verses of Quranic. In addition, the dissemination of information carried out by Communication and Informatics Office of DIY has also described good governance in "Sayyid al-Qaum Khadimuhum" which means that the leader of a society is servant to the people. All aspects or indicators of effectiveness are mutually sustainable with each other and have met the criteria to be declared effective.*

Keywords: *Effectiveness, Instagram, Public Information, Islamic Perspective*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media sosial instagram serta bentuk pengelolaan media sosial instagram terhadap penyebaran informasi publik bagi instansi pemerintah dalam perspektif islam. Penelitian ini dilakukan pada akun instagram milik instansi pemerintah di Yogyakarta, yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika DIY. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan catatan lapangan lalu dilakukan klasifikasi data dan disusun secara sistematis sesuai indikator berdasar hasil analisis data tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman wawancara, data postingan instagram dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun instagram @kominfodiy dalam menyebarkan informasi publik dikategorikan efektif dalam penggunaannya. Penyebaran informasi publik yang dilakukan pada akun @kominfodiy jika dikaitkan dalam perspektif islam juga sudah termasuk efektif berdasarkan nilai-nilai etika komunikasi islam, sesuai dengan yang tercantum dalam ayat Al-Quran, serta penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY juga sudah menggambarkan pemerintahan yang baik dalam "Sayyid al-Qaum Khadimuhum" yang berarti bahwa pemimpin suatu masyarakat adalah pelayan bagi mereka. Semua aspek atau indikator dari efektivitas saling berkesinambungan antara satu dengan lainnya dan telah memenuhi kriteria untuk dinyatakan efektif.

Kata Kunci : Efektivitas, Instagram, Informasi Publik, Perspektif Islam

Pendahuluan

Informasi bagi beberapa orang menjadi hal yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan pokok yang diperlukan dalam kehidupan. Dewasa ini perkembangan informasi sudah menjadi hal yang mudah didapatkan dan dijangkau bagi beberapa lapisan masyarakat. Dengan begitu mudah juga untuk mendapatkan informasi dengan melalui keterbukaan informasi publik. Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu bentuk kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat khususnya terkait informasi layanan publik.

Menurut Littlejohn & Foss (2014) Internet sebagai *new media (the second media age)* menandai periode baru, yaitu adanya teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat (Febiola, 2021). Berdasarkan artikel pada Dataindonesia.id, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan persentase yang tercatat mencapai 84,8% dibandingkan dengan Facebook dan Tiktok. Dengan begitu, banyak juga dari beberapa instansi atau organisasi publik yang menggunakan Instagram sebagai media dalam penyebaran informasi baik bagi kalangannya sendiri atau bagi pengikutnya.

Bagi beberapa kesempatan dalam kewenangan pemerintah terdapat beberapa hal yang ditemukan terkait kondisi dan keadaan berbelok tentang keterbukaan informasi publik bagi masyarakat. Masih ditemukan Pemerintah Daerah yang belum menerapkan prinsip transparansi, Minimnya keterlibatan masyarakat dalam pemberitahuan kebijakan dan informasi publik menjadi sorotan terkini dalam pengelolaan kewenangan pemerintah. Kewajiban bagi pemerintah yang dalam pelaksanaannya harus berlaku adil, karena prinsip keadilan dalam Islam setara dengan kedudukan takwa.

Dalam Islam, kewenangan pemerintah untuk pelaksanaannya sendiri dapat dipahami dengan amanah yang dimana menjadi sebuah pelimpahan kedaulatan serta mandat yang bersumber dari Allah. Dalam hal pelaksanaannya harus sebaik mungkin dan penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang tertera dalam Al-Quran serta dicontohkan dalam etika Nabi. Pemerintah yang menggunakan kewenangannya

dengan baik dan benar, saat itu juga ia telah berkontribusi guna menegakkan keadilan bagi masyarakatnya serta telah mendekatkan dirinya dalam posisi takwa dan menuju suatu derajat tertinggi di sisi Allah.

Dengan terbukanya akses publik terhadap informasi, diharapkan otoritas publik termotivasi untuk bertindak secara bertanggung jawab dan menyelaraskan diri dengan pelayanan publik yang terbaik. Melalui penerapan prinsip keterbukaan, menciptakan pelayanan pemerintahan yang prima dan partisipasi publik yang transparan serta akuntabilitas yang tinggi sebagai salah satu prasyarat terwujudnya demokrasi yang sejati.

Maka dari itu, dengan diharapkannya keadilan yang sesuai dengan sudut pandang Islam serta menunjukkan kesejahteraan bagi masyarakatnya saat ini, keterbukaan informasi publik berkaitan erat dengan media sosial yang sedang marak digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat, yaitu Instagram. Dan salahsatu instansi pemerintah yang memanfaatkan Instagram sebagai media informasi ialah Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY).

Pemanfaatan Instagram terhadap penyebaran informasi publik yang terjadi di Diskominfo DIY sendiri terus diupayakan dalam komunikasi efektif yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan pemerintah, menangkap berbagai isu yang berkembang serta mengkonfirmasi informasi, sehingga semua pengaduan pemerintah memuat informasi yang cukup dan membantu media maupun masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan lengkap.

Oleh karena itu, dengan adanya bentuk permasalahan di masyarakat ini, dapat dilihat kembali dalam penelitian yang penulis lakukan, seberapa efektifkah penggunaan instagram @kominfodiy dalam penyebaran informasi publik, bagaimana bentuk pengelolaan media sosial yang telah dilakukan, serta bagaimana bentuk gambaran dalam perspektif islam terkait penyebaran informasi publik ini.

Beberapa penelitian terkait efektivitas akun Instagram sudah dilakukan dan setiap penelitian memiliki perbedaan penekanan pada tiap subjek penelitiannya. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Faisa Arifin (2015) yang berjudul "Efektivitas Akun Instagram @filmnasiona1 Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers".

Penelitian ini menekankan pada pendekatan dengan lima sub variabel terkait efektivitas pada followers tentang informasi perfilman pada akun Instagram @filmnasional. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwasanya berdasarkan sub variabel yang diteliti, akun instagram @filmnasional memiliki kredibilitas yang tinggi dalam perfilman nasional terlihat dari para *followers* yang lebih memahami dan bertambah wawasan mengenai perfilman nasional, selain itu akun instagram @filmnasional memiliki daya tarik yang tinggi, baik itu dari gambar maupun kata-kata yang digunakan dalam pemberian informasi perfilman Indonesia.

Penelitian lain terkait efektivitas akun Instagram ialah penelitian yang dilakukan oleh Nofha dan Siti Nurbaiti (2020) dengan judul “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa Instagram @infobandungraya berhasil dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, sesuai dengan fakta, bahasa yang mudah dipahami, dan isi pesan yang informatif sehingga *followers* dapat dengan mudah menerima dan memahami makna pesan yang disampaikan.

Selanjutnya ada juga penelitian yang dilakukan oleh Olivia dan Rusdi (2022) yang memiliki judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial @Kemendagri Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Kemendagri)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konsep serta implementasi pemanfaatan Instagram sebagai media informasi bagi masyarakat dari instansi pemerintah. Hasil penelitian menemukan bahwa Kementerian Dalam Negeri RI sebagai salah satu institusi pemerintah sudah efektif memberikan informasi yang terbaru, terpercaya, unggahan yang menarik, dan dapat memenuhi kebutuhan informasi publik terkait urusan dalam negeri dan berhubungan langsung terhadap masyarakat.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2019) dengan judul “Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun

Instagram @islamdakwahcom)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram dalam penyampaian isi pesan dakwah cukup efektif yang dimana dalam penggunaan media sosial ini merupakan salah satu sumber informasi pada *followers*-nya dalam mencari materi dakwah yang terdapat pada akun @islamdakwahcom dan memberikan pesan-pesan dakwah secara amaliyah keseharian.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni pendekatan kualitatif deskriptif yang dimana dalam penelitian kualitatif menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara khusus (kasus-perkasus) karena penelitian kualitatif yakin bahwa sifat dari suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya (Dr. Tedi Priatna, 2017). Maka dari itu dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan catatan lapangan lalu dilakukan klasifikasi data dan disusun secara sistematis sesuai indikator berdasar hasil analisis data tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman wawancara, data postingan instagram dan dokumentasi. Yang dimana dengan adanya instrumen penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan sebuah penjelasan yang mendalam terkait sistem serta prosedur pengelolaan media sosial yang berkenaan dengan efektivitas akun Instagram yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam penyebaran informasi publik.

Pembahasan

a. Efektivitas Akun Instagram @kominfodiy

Instagram adalah salah satu dari banyak media sosial berupa aplikasi yang kerap kali ditemukan dalam *smartphone* kebanyakan orang. Berdasarkan dari data yang penulis lihat dari Reportal.com itu sebanyak 88,7% pengguna *smartphone* itu menggunakan Whatsapp, lalu yg kedua Instagram sebanyak 84,8% , diikuti oleh Facebook 81,3%, lalu Tik Tok sebanyak 63,1%. Sejak Februari 2022 penggunaan Instagram dalam satu bulan bisa mencapai 16 jam perhari. Darisini

memang dapat disimpulkan bahwa memang penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari sudah menjadi hal yang lumrah dan banyak ditemukan

Berdasarkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana efektivitas akun Instagram, penulis menggunakan konsep teori dari Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer yang mengemukakan bahwa media sosial dapat dikatakan efektif jika sudah memenuhi empat indikator efektivitas media, yaitu atraktivitas media, kejelasan media, kelengkapan informasi media, dan kemudahan akses media (Bruhn et al., 2012).

- Atraktivitas Media

Media yang baik dan bermanfaat kegunaannya memiliki daya tarik bagi orang untuk mencari tahu dan tertarik untuk mengikuti serta membaca perkembangan berita yang diberitakan di media itu. Tentu saja ini tidak bisa dinilai sendiri oleh pemilik akun, karena pasti akan menjadi *boomerang* sendiri jika membicarakan hasil yang telah dicapai mengenai daya tarik dan ketertarikan media yang digunakan ini

Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh salah satu *followers* akun Instagram @kominfodiy yaitu Harya Rifky, beliau mengatakan kepada penulis dalam wawancaranya,

"Saya tidak terlalu sering melihat akun @kominfodiy tapi semisal ada hal-hal yang orang juga nyari tentang berita itu dan pemberitaan terkait keputusan pemerintah khususnya dari Pemda itu biasanya yang langsung saya cari ke Kominfo." (Wawancara Informan 4, 2022)

Dari sini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @kominfodiy sendiri juga sudah menjadi media yang dicari oleh para pengikutnya terkait penyebaran informasi yang penting dari pemerintahan khususnya Pemerintahan Daerah DIY sendiri.

- Kejelasan Media

Sebuah informasi hendaknya tersampaikan dan tersebar dengan jelas dan lugas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi komunikan yang membaca berita tersebut. Media yang menyebarkan berita yang dimiliki

oleh instansi atau lembaga tersebut juga layaknya masuk dalam kategori resmi yang dapat dibedakan dari media yang lain.

Dalam labelnya yang menduduki akun Instagram milik instansi pemerintah, akun @kominfodiy sudah mencapai titik di mana terus mengupayakan dan mengusahakan memberikan yang terbaik, baik dari segi isi konten dan edukasi yang baik bagi masyarakat Yogyakarta. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @kominfodiy merupakan akun yang resmi serta memiliki Legitimasi yang nyata dan sudah diketahui oleh khalayak masyarakat Yogyakarta.

- Kelengkapan Informasi Media

Informasi yang disampaikan oleh media tersebut hendaknya tercantumkan sumber informasi yang benar-benar nyata terjadi dilapangan, sehingga informasi yang disampaikan tersebut tidak hanya sekedar berita biasa tanpa bukti fakta yang ada serta dapat dipertanggungjawabkan. Sebagai *standing position* dalam ranah pemerintahan maka Diskominfo DIY sendiri juga ingin mengedukasi lebih dalam kepada masyarakat terkait hal yang mungkin relevan dan sedang terjadi serta tidak condong kepada salahsatu pihak dan mampu menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah lain dalam menyebarkan informasi.

- Kemudahan Akses Media

Dalam mendapatkan informasi, masyarakat saat ini sudah mudah menemukannya melalui internet atau media sosial. Beberapa saluran media saat ini juga dapat menjadi alternatif dalam mendapatkan informasi. Kemudahan akses media semakin menjadi kebutuhan masyarakat saat ini karena kecepatan media dalam menyajikan informasi yang berkaitan.

Sebagaimana yang telah dikatakan oleh Andreas Bagas selaku tim *content creator* yang dimana paling sering bergesekan langsung dalam pembuatan konten dalam akun @kominfodiy, beliau menjelaskan bahwa,

“Media sosial dari Kominfo DIY sendiri bukan hanya Instagram, tapi Instagram memang jadi patokan kita buat media sosial yang lainnya, maksudnya kontennya mirroring, seperti apa yang kita upload di Instagram kita unggah juga ke Twitter dan Facebook” (Wawancara Informan 2, 2022)

Jika dilihat dari pemaparannya bahwa media sosial Diskominfo DIY sendiri bukan hanya Instagram, melainkan ada Twitter, Facebook dan Youtube. Maka dari itu kemudahan akses media yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat terjamin dan dapat tercapai dari berbagai jenis media sosial yang ada.

b. Penggunaan Instagram @kominfodiy

Berbicara soal media sosial yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat, maka diperlukan juga analisis media sosial dalam penggunaannya, khususnya untuk akun Instagram @kominfodiy sendiri. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis juga menggunakan model analisis media sosial yang dikemukakan oleh Primaretha (2012) yang sering disebut *3 layers of social media* yang berisi tentang *Media Analysis*, *Conversation Analysis*, dan *Network Analysis* (Catur Bagus Wicaksono, 2013).

▪ *Media Analysis*

Dalam *Media Analysis* diperlukan tiga poin utama dalam tahapan analisisnya, yaitu *reach*, *engagement* dan *virality*. Profil akun Instagram @kominfodiy ini dapat dilihat bahwa total *followers* yang ada yaitu berjumlah 46.600 *followers* dan total *following* nya berjumlah 280 *following*. Berdasarkan pengamatan data yang diteliti oleh penulis, terdapat 459 postingan yang diunggah setiap harinya (dari April-Agustus 2022) dan terdapat 2 jenis postingan yang diunggah juga, yaitu dalam bentuk Video dan Infografis. Untuk total *views* dalam setiap postingan Video rata-rata mencakup 2.400 *viewers* dengan total *viewers* terbanyak yaitu 14.400 *viewers* pada postingan mengenai Penetapan Pembebasan Masker dari Pemerintah. Untuk total *likes* dalam postingan Infografis rata-rata terdapat sekitar 50 *likes* dengan total *likes* terbanyak yaitu 514 *likes* pada postingan Penetapan Hari Raya Idul Adha 2022.

Jika dilihat dari sisi demografi *followers* akun Instagram @kominfodiy sendiri, ditemukan *followers*-nya ini didominasi oleh laki-laki yang berasal dari Kota Yogyakarta dengan rata-rata umur 25-34 tahun.

Lalu untuk mengukur *engagement* terhadap aktivitas *feedback* yang paling mudah dilihat dalam postingan ialah dari komentar para *followers* pada setiap postingannya. Semakin banyak jumlah komentar pada suatu pos tersebut dapat menunjukkan tingkat kesuksesan dari suatu pos karena dengan adanya komentar sendiri berarti para *followers* meluangkan waktu untuk menyampaikan opini yang dimilikinya (Santoso et al., 2017). Terdapat satu postingan pada tanggal 06 Juli 2022 yang berisikan tentang informasi Penetapan Hari Raya Idul Adha 2022 yang dimana disini ditemukan komentar yang paling banyak, serta memiliki komentar serta opini yang beranekaragam dari para *followers* akun Instagram @kominfodiy sendiri, selebihnya tidak banyak ditemukan komentar pada postingannya yang lain.

Kemudian dalam *virality* yang ada, dapat dinilai dalam mengukur sebuah kampanye di media sosial, contohnya adalah penggunaan *hashtag* yang dimana hal tersebut terlihat dari berapa banyak yang melakukan repost dan berapa banyak efek yang dihasilkan dari *hashtag* tersebut. Berdasarkan wawancara penulis dengan Bromastra selaku tim *content creator* dari Diskominfo DIY juga, beliau menjelaskan,

“Kita juga membentuk konten yang mengandung unsur kearifan lokal, seperti Sedulur dan Toto Kromo, lalu hastag #JogjaElingLonWospodo. Itu kan merupakan unsur tradisional yang kita kemas melalui media sosial agar followers kita merasa lebih dekat secara emosional.” (Wawancara Informan 3, 2022)

Dengan ini dapat dilihat bahwa Diskominfo DIY sendiri memiliki ciri khas sendiri guna membudayakan unsur tradisional dari Yogyakarta. Tak lupa dengan *hashtag* #JogjaElingLonWospodo mampu menjadikan setiap postingan dari akun Instagram @kominfodiy dikenal secara luas pada para *followers*-nya.

- *Conversation Analysis*

Dalam *Conversation Analysis* ialah cara bagaimana untuk memahami kata-kata yang digunakan oleh audiens untuk berkomunikasi di media sosial sehingga perlunya mengukur analisis sentimen menggunakan tiga indikasi tone seperti tone positif, netral, dan negatif. Hasil pengamatan penulis didapatkan bahwa komentar *followers* terhadap sebuah postingan Instagram @kominfodiy terdapat komentar dengan *tone* positif, netral dan negatif. Akan tetapi jumlah rata-rata komentar positif jauh lebih banyak ditemukan daripada komentar dengan *tone* netral dan negatif. Walaupun tidak menutup kemungkinan untuk komentar negatif pasti ada, namun untuk komentar dengan *tone* positif dan netral juga banyak ditemukan di beberapa postingan di akun Instagram @kominfodiy

- *Network Analysis*

Pada tahapan ini berbicara tentang keberhasilan *influencer* dalam mempengaruhi jaringan pertemanannya. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan akun Instagram @kominfodiy, mereka menggunakan media sosial untuk tujuan publikasi dan layanan komunikasi. Postingan yang disediakan pun banyak juga yang mendapat respons audiens, keaktifan admin juga terlihat dari balasannya terhadap respon *followers* yang dapat meningkatkan respon dan nilai positif dari *followers*. Semakin banyak respon positif yang didapatkan oleh akun Instagram @kominfodiy sendiri semakin baik pula citra yang didapatkan oleh Diskominfo DIY sendiri.

c. Penyebaran Informasi Publik dari Diskominfo DIY

Berjalannya tata kelola pemerintahan yang baik beriringan dengan pemenuhan prinsip ketersediaan informasi, karena tujuan paling utama dari tersedianya informasi publik adalah untuk menciptakan pemerintahan yang terbuka dan indikator yang paling unggul ialah untuk implementasi transparansi di masyarakat. Oleh karena itu dengan adanya tugas dan fungsi dalam Diskominfo DIY tersebut menjadikannya wajib dan merasa perlu untuk

melakukan penyebaran informasi secara terbuka pada publik dan menyediakan pelayanan yang prima untuk masyarakat Yogyakarta

Pada tahapan penyebaran informasi publik yang dibutuhkan oleh masyarakat ini, harapannya Diskominfo DIY sendiri mampu menerapkan dan memenuhi karakteristik informasi guna menyelaraskan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tugas yang akan dilaksanakannya. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Wulandari (2007) terdapat lima poin utama dalam mengenali karakteristik informasi, yaitu luas informasi, kepadatan informasi, frekuensi informasi, waktu informasi, dan sumber informasi (Dra. Sri Ati & Dr. Nurdien H. Kistanto, M.A. Amin Taufik, 2014).

- Luas Informasi

Tahapan pertama dalam mengenali karakteristik informasi ialah mengetahui Luas Informasi dari jangkauannya. Yang dimaksud disini ialah memahami dan mengetahui seberapa luas ruang lingkup informasi tersebut menyebar. Jika dikaitkan dengan informasi publik yang disampaikan oleh Diskominfo DIY dalam menggunakan media sosial dan internet, sebagai instansi pemerintah yang mencakup provinsi, sudah seharusnya informasi publik yang disampaikan dapat menjangkau dan masuk ke seluruh penjuru masyarakat Yogyakarta.

Dalam kegiatan penyebaran informasi publiknya sendiri Diskominfo DIY pun masih menggunakan berbagai macam media dan saluran, baik yang bersifat konvensional ataupun teknologi informasi (*online*). Media konvensional yang masih digunakan oleh Diskominfo DIY ialah menggunakan koran, radio dan dialog TV lokal di DIY. Lalu, untuk media yang digunakan melalui *online* ialah menggunakan website serta media sosial yang mencakup Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube.

- Kepadatan Informasi

Yang dimaksud disini ialah seberapa penting maksud dan inti dari informasi yang diterima tersebut. Untuk informasi publik yang dibutuhkan

oleh masyarakat Yogyakarta sendiri merupakan informasi tepat sesuai dengan sasarannya, yaitu untuk masyarakat Yogyakarta itu sendiri, lalu disertai juga dengan rincian yang jelas, berdasarkan fakta yang ada dan mudah dipahami serta menimbulkan kepuasan tersendiri bagi masyarakat Yogyakarta yang membutuhkan informasi tersebut.

Menurut Andreas Bagas selaku tim *content creator* media sosial Diskominfo DIY, beliau mengatakan bahwa informasi publik yang menjadi penting dan layak dibagikan kepada masyarakat Yogyakarta yang paling utama ialah produk-produk dari Diskominfo DIY sendiri, seperti Jogja Istimewa TV, MAM Jogja, Jogja Smart Province, PPID, E-Lapor, Siaran TV Digital, lalu juga tentang Keistimewaan Yogyakarta sendiri, yang dimana bukan hanya tentang meromantisasi Jogja saja, tapi lebih ke letak bagaimana keistimewaan jogja itu terbentuk dan diciptakan, baik dari sisi pemerintahannya, dimensi sosial budayanya, dimensi tata pemerintahannya yang berbeda dari provinsi yang lain, dan lain sebagainya.

- Frekuensi Informasi

Lalu tahapan ketiga dalam mengenali karakteristik informasi ialah mengetahui Frekuensi Informasi. Bagaimana informasi ini beredar dilihat dari seberapa sering informasi ini muncul dan tingkat rutinitas informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam pengamatan yang dianalisis oleh penulis, bahwa postingan di akun Instagram @kominfodiy sendiri cukup rutin dan teratur untuk mengunggah postingannya. Dalam sehari akun Instagram @kominfodiy dapat mengunggah tiga postingan dengan isi informasi yang beragam, aktual dan sesuai fakta.

Berdasarkan analisis dokumen yang diteliti pada akun Instagram @kominfodiy dari bulan April – Agustus 2022, terdapat 459 postingan dengan 30 postingan berupa video dan 429 postingan berupa infografis. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa frekuensi informasi yang disajikan oleh Diskominfo DIY sendiri sudah mencukupi dalam tingkat rutinitasnya guna

menyebarkan informasi kepada masyarakat serta menyajikan informasi publik yang Up to Date, baik dari segi konten atau isi berita informasi yang dimaksudkan.

- Waktu Informasi

Waktu Informasi yang dimana informasi ini berisi tentang kondisi atau situasi yang sedang dilalui dan akan dihadapi setelahnya. Informasi yang dibutuhkan hendaknya memiliki urgensi yang dibutuhkan sekarang dan tentunya dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

Jika dilihat secara langsung pada akun Instagram @kominfodiy sendiri, untuk informasi berupa COVID-19 sudah menjadi hal yang paling sering ditemukan dan di-update setiap harinya. Karena pada masa sekarang kasus COVID-19 masih menjadi pemberitaan yang hangat dan ditemukan, khususnya di daerah Yogyakarta sendiri. Dengan adanya pemberitaan ini, harapannya masyarakat Yogyakarta dapat mengetahui perkembangan mengenai kasus ini dan seperti apa penanganannya dari pemerintah kepada masyarakat. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa waktu informasi dalam penyebaran informasi publik yang ada pada akun Instagram @kominfodiy merupakan informasi yang sesuai dengan fakta dan sedang dilalui.

- Sumber Informasi

Yang terakhir dalam mengenali dan mengetahui karakteristik informasi ialah dengan mengetahui Sumber Informasi yang didapat, baik itu berasal dari internal atau eksternal. Sumber informasi merupakan hal yang sangat utama dalam penentuan memilih informasi bagi para penerima informasi. Jika sumber informasi yang didapat ini berasal dari sumber yang valid dan terpercaya, maka berita tersebut bisa terhindar dari hoaks seperti pada berita-berita sebelumnya.

Untuk beberapa sumber informasi yang dilakukan oleh Diskominfo DIY dalam menyebarkan informasi nya ini ternyata bisa didapat dari eksternal ataupun internal Diskominfo DIY sendiri. Terlihat seperti postingan berita pada tanggal 20 April 2022 yang berisi tentang Pemberlakuan Pembatasan

Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 2 di D.I Yogyakarta yang diberlakukan dari tanggal 19 April – 9 Mei 2022. Lalu untuk postingan berita yang bersifat internal terdapat pada postingan di tanggal 08 Juni 2022 yang dimana ini merupakan informasi yang berisi tentang kegiatan Podcast Aruh-Aruh dengan judul Migrasi TV Digital Indonesia

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka pada dasarnya Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta itu bersifat komunikatif dan terbuka terkait pelaksanaan dan penerapan transparansi informasi publik kepada masyarakat dengan berbagai program yang telah dilakukan dan terlaksana. Model interaksi dan korespondensi yang dibangun melalui komunikasi dua arah menjadi tumpuan utama dan tolak ukur dalam menjalankan penyebaran informasi publik pada masyarakat Yogyakarta.

d. Informasi Publik dalam Perspektif Islam

Informasi Publik memiliki banyak peranan penting dalam struktur pemberitaan pemerintah kepada masyarakatnya. Salah satunya dengan memberikan peranan ruang dan transparansi kepada masyarakat sebagai kepentingan publik guna menilai setiap kinerja yang telah dilakukan, sehingga dapat mencapai tujuan serta visi misi pemerintahan yang ditaraf baik dan memenuhi kewajibannya. Sehingga Informasi Publik dalam pespektif islam (yang juga mencakup konteks sosial) ini dapat mengajarkan tentang *habluminnas* yang baik.

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surah An-Nisa ayat 58, yang berbunyi

تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمَلِ تَوَدُّوا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنْ
بَصِيرًا سَمِيْعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ بِهِ يَعْظُمُ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ ۖ بِالْعَدْلِ

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (Q.S An-Nisa : 58)

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Amanah ialah suatu hal yang dipercayakan kepada oranglain dan sudah seharusnya tersampaikan dengan baik kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan apa yang seharusnya disampaikan. Dengan ini juga mengacu kepada sebuah amanah yang seharusnya tersampaikan dengan baik dari pemerintah kepada masyarakat yang dimana menjadi bukti juga bahwa kepemimpinan dari pemerintah ini bisa termanifestasi dalam tindakan pelayanan publik bagi masyarakat.

Berbicara mengenai pemimpin yang mampu mensejahterakan masyarakat, dalam bukunya, Imam As-Suyuthi pun menjelaskan bahwa Umar bin Khattab memposisikan dirinya sebagai pemimpin yang menganut adigium *“Sayyidul qaum khadimuhum”* yang memiliki arti bahwa seorang pemimpin suatu bangsa ialah pelayan bagi masyarakatnya (As-Suyuthi, 2001). Mengenal lebih dalam mengenai Islam, hukum yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari memiliki substansi yang komprehensif, yaitu penerapan yang luas, menyeluruh, teliti dan meliputi banyak hal. Dalam penelitian ini penulis mengaitkannya dengan aspek publik yang menjadi bagian dalam hukum Islam serta dilirik dalam implementasinya, terutama dalam aspek penyebaran informasi publik.

Para ulama memberikan petunjuk kepada pemerintah jika memberikan pelayanan publik, pemerintah harus memberikan kebijakan yang bermanfaat dan mengutamakan kemaslahatan bagi rakyatnya. Dikatakan dalam kaidah fikih, *“Tasharruf al-imâm 'alâ al-ra'îyyah manûthun bi al-mashlahah”* yang berarti kebijakan pemimpin harus selaras dengan kemaslahatan rakyat (Mukti Ali Qusyairi, 2017). Maka dari itu sistem keterbukaan yang mencakup informasi publik dalam masyarakat hendaknya menyediakan informasi apa saja yang dapat diakses oleh setiap masyarakat.

Dalam menyampaikan informasi kepada khalayak umum tentulah harus menyampaikan informasi dengan baik dan benar, tidak boleh berbohong dan berdusta (Rahmawati, 2021). Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 9

bahwa Allah SWT memerintahkan kepada seluruh kalangan umat manusia untuk senantiasa berbicara dengan perkataan yang baik dan benar. Dengan membiasakan diri untuk mengucapkan hal-hal yang benar secara tidak langsung juga menerapkan prinsip komunikasi yang terkandung dalam Al-Quran mengenai penyampaian sebuah informasi yang benar serta tidak boleh berdusta atau bohong. Jika dikaitkan dengan tujuan dari Diskominfo DIY sendiri, yaitu sebagai media *sharing* dan penyebaran informasi serta penanggulangan resiko bagi pengguna teknologi informasi, dapat dikatakan juga bahwa apapun yang di bagikan dari media sosial Diskominfo DIY merupakan berita yang benar dan tidak menimbulkan pemberitaan berita yang bohong (hoaks).

Poin-poin penting dalam etika komunikasi islam yang banyak dipelajari oleh sebagian orang ialah komunikasi yang bersikap jujur, menjaga ketepatan pesan-pesan komunikasi, bersifat bebas dan bertanggungjawab, serta menimbulkan kritik yang membangun (Rahmawati, 2021). Sebagai *standing position* dalam penyebaran informasi kepada publik, Diskominfo DIY turut menjalankan proses penyusunan serta perencanaan dalam mengelola Instagram sebagai media penyebaran informasi kepada publik.

Konten yang ada pada akun Instagram @kominfodiy sudah melakukan banyak proses dalam pembuatan dan ketepatannya dalam menyebarkan informasi. Dimulai dari kerjasama tim nya yang jujur, senantiasa menjaga kevalidan sebuah informasi dengan melakukan dua kali tahap kurasi konten dan secara bebas bertanggungjawab dalam menjalankan tugas sesuai jobdesc yang sudah disesuaikan. Mengenai beberapa komentar dan kritik pun juga ditemukan oleh tim *content creator* terkait konten yang telah dibuatnya, namun bagi tim content creator untuk komentar dan kritik tersebut bukanlah hal buruk, melainkan pembelajaran baru dan impact yang bagus bagi tim serta menjadikan hal tersebut sebagai *check* dan *balance* dalam konten yang sudah dibuat. Dengan ini juga dapat dikatakan bahwa Diskominfo DIY sendiri sudah menerapkan etika komunikasi islam yang dimana juga menjadi pertimbangan masyarakat dalam pemilihan informasi publik yang baik dan benar.

Dari segi pemimpin dalam pemerintahan, Diskominfo DIY itu sendiri harus bersikap adil dan menjalankan kewajibannya yang telah ditetapkan kepada masyarakat yang mengklaim adanya hak mereka dalam penyebaran informasi publik. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa penyebaran informasi publik dibenarkan dalam hukum Islam, sesuai dengan ketentuan undang-undang yang mengatur tentang keterbukaan informasi publik. Terlihat juga dari kinerja dan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Diskominfo DIY dalam penyebaran informasi publik melalui Instagram dapat diartikan juga merupakan suatu hal yang relevan dan berkaitan erat dengan hukum Islam terkait penyampaian amanah dan hak yang diperlukan oleh masyarakat.

Hak atas informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri negara demokrasi yang mementingkan kedaulatan rakyat dalam rangka mewujudkan pengelolaan negara yang baik. Keterbukaan informasi publik merupakan cara untuk mengefektifkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan pemerintahan dan lembaga publik lainnya serta segala sesuatu yang mempengaruhi kepentingan publik lainnya. Selain itu, pengelolaan informasi publik juga merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat dalam memperoleh informasi publik yang benar.

Kesimpulan

Dalam penggunaannya sebagai media penyebaran informasi publik, akun Instagram @kominfodiy sudah efektif mengupayakan informasi yang transparan kepada masyarakat Yogyakarta. Efektivitas pada akun Instagram @kominfodiy meliputi penggunaan fitur-fitur yang ada pada Instagram lalu diimplementasikan dalam konten yang menari dan informatif. Indikator keberhasilan konten pada akun Instagram @kominfodiy terlihat pada *insight* yang ada pada Instagram itu sendiri. Jika dilihat dari segi kuantitatif bisa melihat seberapa banyak like, share, komen serta view dari postingan tersebut. Jika dilihat dari segi kualitatif bisa dilihat dari respon masyarakat pada kolom komentar, mana yang bersifat negatif, netral atau positif.

Penyebaran informasi publik yang dilakukan pada akun @kominfodiy jika dikaitkan dalam perspektif islam juga sudah termasuk efektif berdasarkan nilai-nilai etika komunikasi islam, sesuai dengan yang tercantum dalam ayat Al-Quran, serta penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY juga sudah menggambarkan pemerintahan yang baik dalam “*Sayyid al-Qaum Khadimuhum*” yang berarti bahwa pemimpin suatu masyarakat adalah pelayan bagi mereka. Semua aspek atau indikator dari efektivitas saling berkesinambungan antara satu dengan lainnya dan telah memenuhi kriteria untuk dinyatakan efektif.

Daftar Pustaka

- Anggraini, D. (2019). *Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*. <http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI II.pdf>
- Arifin, F. N. (2015). Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Effectiveness Instagram Account @filmnasional on Fulfillment of Information Needs Followers). *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3971–3976. <https://core.ac.uk/download/pdf/299904275.pdf>
- As-Suyuthi, I. (2001). *Tarikh Khulafa*. Pustaka Al-Kautsar. <https://ia903106.us.archive.org/22/items/etaoin/Terjemahan Tarikh Khulafa.pdf>
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Daniela B. Schäfer. (2012). *Apakah media sosial menggantikan media tradisional dalam hal penciptaan ekuitas merek?* <https://www.emerald.com/>. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01409171211255948/full/html>
- Catur Bagus Wicaksono, K. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 551–564. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1419>
- Dr. Tedi Priatna, M. A. (2017). *Buku Prosedur Penelitian* (Nurhamzah (ed.)). CV. Insan Mandiri. [http://digilib.uinsgd.ac.id/16411/1/Buku Prosedur Penelitian.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/16411/1/Buku%20Prosedur%20Penelitian.pdf)
- Dra. Sri Ati, M. S. P., & Dr. Nurdien H. Kistanto, M.A. Amin Taufik, S. S. (2014). *Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan*. <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i1.5>
- Febiola, F. A. N. (2021). *Efektifitas Akun Instagram @suarasurabayamedia (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya)*. August, 1–7.
- Mukti Ali Qusyairi. (2017). *Islam dan Pelayanan Publik*. <https://Islami.Co/>.

<https://islami.co/islam-dan-pelayanan-publik/>

- Nofha Rina, Siti Nurbaiti Fauziyyah. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13-24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Olivia, N., & Rusdi, F. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial @Kemendagri Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Kemendagri). *Kiwari*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15463>
- Rahmawati, O. (2021). *Politik Hukum Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik Dalam Sistem Demokrasi Negara Hukum di Indonesia (Studi Di Komisi Informasi Provinsi Banten)*. <http://repository.uinbanten.ac.id/8498/>
- Santoso, A., Baihaqi, I., & Persada, S. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 50-54.