OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tanggap.karawang OLEH DISKOMINFO KABUPATEN KARAWANG DALAM MERESPON PENGADUAN JALAN RUSAK

OPTIMIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA COMMUNICATION STRATEGY @TANGGAP.KARAWANG BY KARAWANG DISTRICT DISCOMMINATION AND INFORMATION IN RESPONDING TO COMPLAINTS ABOUT DAMAGED ROADS

[1)]Siti Nurhalizah, [2)]Zainal Abidin [3)]Tri Susanto
[1,2,3)]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
2010631190114@gmail.com, Zainalabidin@staff.unsika.ac.id,
Trisusanto@staff.unsika.ac.id,

ABSTRAK

Tanggap Karawang merupakan salah satu program yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Karawang untuk wadah bagi masyarakat Kabupaten Karawang dalam menyampaikan keluhan, aduan, keresahan maupun kritik dan saran untuk pembangunan daerah, baik social maupun Pembangunan insfrastruktur yang ada di Kabupaten Karawang salah satunya jalan rusak. Masyarakat banyak mengeluh banyaknya jalan rusak dengan memanfaatkan media sosial yaitu Instagram, @tanggap.karawang mampu menjawab segala keinginan dan keluh kesah masyarakat akan banyaknya jalan rusak.

Penelitian ini membahas analisis strategi komunikasi Diskominfo Kabupaten Karawang dalam merespon pengaduan jalan rusak melalui akun Instagram @tanggap.karawang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas berbagai strategi komunikasi yang dilakukan dalam merespon pengaduan jalan rusak kepada masyarakat.
Data penelitian dikumpulkan melalui analisis dokumen terkait pengaduan jalan rusak, wawancara mendalam dengan pihak terkait, dan juga melalui observasi yang melibatkan responden. Pendekatan yang digunakan dalam analisis data adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo yaitu berupa strategi komunikasi melalui media social dan laman web. Dalam melaksanakan strategi komunikasi, Diskominfo melakukannya dalam beberapa tahap yaitu mulai dari tujuan (goals), perencanaan (plans), tindakan (actions).

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Jalan Rusak, Tanggap Karawang

A. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadikannya salah satu sarana komunikasi utama di Indonesia dan dunia karena kemudahan penggunaannya dan kecepatan akses informasi. Instagram memungkinkan pengguna berbagi konten tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga memfasilitasi interaksi kapan saja dan di mana saja.

Pemerintah Kabupaten Karawang melalui Diskominfo memanfaatkan Instagram **@tanggap.karawang** untuk merespons keluhan masyarakat terkait berbagai isu, seperti ekonomi, kesehatan, transportasi, dan terutama jalan rusak. Platform ini dirancang untuk memproses pengaduan masyarakat secara efektif dan memberikan solusi atas masalah yang belum tertangani dengan baik. Selain itu untuk menangani berbagai keluhan masyarakat, termasuk jalan rusak. Inisiatif ini bertujuan mempercepat respons terhadap laporan terkait infrastruktur dan isu lainnya.

Instagram **@tanggap.karawang** digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang untuk menangani keluhan masyarakat, terutama soal jalan rusak, dengan visi "tidak ada pintu yang salah.". Namun, tingginya pengaduan mencerminkan ketidakpuasan masyarakat terhadap layanan publik, khususnya dalam hal respons cepat dan fasilitas pendukung. Pemerintah diharapkan menyediakan layanan berbasis internet yang responsif untuk meningkatkan kepuasan masyarakat.

Sumber : Instagram

Instagram **@tanggap.karawang** telah menjadi platform penting bagi Pemerintah Kabupaten Karawang dalam menangani pengaduan masyarakat, dengan 13.000 pengikut sejak 2019 dan lebih dari 12.000 pengaduan diterima. Sebagian besar pengaduan telah ditangani, namun masih ada laporan yang menunggu respons. Pemerintah Kabupaten

Karawang telah mengadopsi teknologi informasi melalui e-administrasi dan Diskominfo sebagai pusat pengelolaan informasi publik.

Pelayanan publik yang responsif, cepat, dan terkoordinasi menjadi tujuan utama Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional, termasuk upaya meningkatkan kualitas layanan melalui strategi yang terstruktur. Dengan meningkatnya tuntutan masyarakat atas pelayanan pengaduan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Diskominfo Kabupaten Karawang dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi pengaduan masyarakat terkait jalan rusak melalui akun Instagram @tanggap.karawang.

B. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah Communication Goals Theory yang dikembangkan oleh Charles Berger pada tahun 1975. Teori ini berasumsi bahwa setiap individu berkomunikasi dengan tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, komunikator perlu memiliki strategi atau perencanaan yang matang.

Berger mengadopsi konsep dari teori yang dikemukakan oleh Greene dan Wilson, yang menyatakan bahwa seorang komunikator akan lebih memahami langkah-langkah yang harus diambil setelah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuannya. Proses ini disebut GPA (Goal-Plan-Action), di mana seorang komunikator terlebih dahulu menentukan tujuan (Goal), menyusun perencanaan (Plans), dan akhirnya melaksanakan tindakan (Action) untuk mencapai tujuan tersebut.

C. METODE

Dalam penelitian ini, digunakan paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada pandangan bahwa individu membentuk dan mengonstruksi realitas sosial sesuai dengan kehendak dan interpretasi mereka. Paradigma ini menganggap bahwa realitas sosial tidak terjadi begitu saja, melainkan harus dibangun dan dipahami melalui pengalaman dan interaksi. Dalam konteks penelitian ini, strategi komunikasi yang efektif tidak tercipta secara otomatis, melainkan membutuhkan perencanaan dan tindakan untuk membangun pemahaman yang baik di mata publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis fenomena sosial serta pemikiran individu atau kelompok dalam konteks tertentu. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman dan penafsiran makna dari interaksi manusia dalam situasi sosial yang spesifik. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi atau gabungan untuk pengumpulan data, dengan penekanan pada makna yang terkandung dalam fenomena, bukan sekadar generalisasi.

Metode deskriptif dipilih untuk menggambarkan hasil penelitian melalui kata-kata tertulis dan wawancara, yang berfokus pada mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Kabupaten Karawang dalam merespons pengaduan masyarakat melalui akun Instagram @tanggap.karawang.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara, observasi, dan diskusi dengan staf terkait, yang memberikan informasi utama tentang strategi komunikasi. Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti laporan, media sosial, dan dokumen yang diterbitkan oleh Humas Diskominfo Kabupaten Karawang. Kedua jenis data ini digunakan untuk mendukung analisis mengenai strategi komunikasi dalam merespons pengaduan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai strategi komunikasi Humas Diskominfo Kabupaten Karawang. Observasi digunakan untuk mengamati proses dan tindakan di lapangan, dengan peneliti bertindak sebagai pengamat non-partisipan. Sedangkan dokumentasi mengumpulkan dokumen resmi dan foto yang mendukung data dari wawancara dan observasi. Ketiga teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan mendalam.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan penelitian, maka peneliti dapat menguraikan serta menerangkan temuan yang di dapat untuk menjawab pertanyaan penelitian. Tujuan utama strategi komunikasi Diskominfo Kabupaten Karawang dalam merespons pengaduan jalan rusak adalah untuk memberikan pelayanan terbaik serta menjadi wadah bagi masyarakat, khususnya di Kabupaten Karawang, untuk menyampaikan keluhan, aduan, keresahan, kritik, dan saran terkait pembangunan daerah, termasuk perbaikan jalan rusak. Melalui akun Instagram @tanggap.karawang, Diskominfo memudahkan masyarakat dalam menyampaikan berbagai isu, baik terkait infrastruktur maupun masalah sosial lainnya. Dengan adanya platform ini, diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat dan efektif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat Karawang. Hal ini disampaikan oleh Bu Anna, penanggung jawab akun Tanggap Karawang.

Dalam perencanaan ini dilakukan beberapa tahap, mulai dari analisis khalayak atau monitoring aduan untuk merespon pengaduan yang masuk dan menganalasis kebutuhan yang diadukan oleh khalayak. Kemudian perencanaan lainnya yaitu menyusun pesan Dalam menyampaikan pesan melalui strategi komunikasi, admin menggunakan pendekatan yang dimulai dengan ucapan salam untuk menciptakan hubungan yang baik dengan penerima pesan. Penyusunan pesan dilakukan secara jelas dan terstruktur, dengan memperhatikan nilai-nilai seperti keterbukaan, responsif, dan empati, untuk memastikan komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan antara pemerintah dan masyarakat.. Perencanaan strategi komunikasi ini dengan monitoring aduan dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Karawang.

Dalam hasil wawancara informan mengatakan bahwa Instagram adalah platform yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam pengaduan jalanan rusak. Selain menggunakan media sosial Diskominfo juga menggunakan laman web untuk merekap pengaduan jalan rusak agar bisa melihat bagaimana proses laporan tersebut.

Sumber : tangkar.karawangkab.co.id

Setiap strategi komunikasi, termasuk yang dijalankan oleh Diskominfo melalui akun Tanggap Karawang, memiliki tujuan untuk mencapai komunikasi yang efektif, agar pengaduan masyarakat dapat terrespon dengan baik dan masyarakat merasa terbantu.

Berdasarkan teori communication goals dari Charles Berger, strategi komunikasi dilakukan melalui tiga langkah: Goal (tujuan), Plans (rencana), dan Action (tindakan). Dalam konteks Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang, tujuan adalah memperbaiki jalan rusak, rencana mencakup penyusunan pesan untuk mencapai tujuan, dan tindakan melibatkan respon konkret terhadap pengaduan masyarakat di Instagram @tanggap.karawang.

Tujuan utama atau primary goal dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang melalui akun Instagram @tanggap.karawang adalah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, karena tempat pengaduan adalah kebutuhan masyarakat. Sementara itu, secondary goal adalah memudahkan masyarakat Karawang dalam menyampaikan keluhan, aduan, keresahan, serta kritik dan saran untuk pembangunan daerah melalui platform media sosial Instagram tersebut.

Dalam strategi komunikasi, perencanaan menjadi kunci keberhasilan. Berdasarkan teori communication goals oleh Charles Berger, setiap komunikasi didasari tujuan tertentu, yang membutuhkan strategi atau perencanaan matang. Diskominfo Kabupaten Karawang menyusun perencanaan komunikasi dengan hati-hati untuk memastikan keberhasilan strategi yang dijalankan, terutama dalam merespon pengaduan jalan rusak. Tahap perencanaan meliputi analisis kebutuhan khalayak, monitoring, dan penyusunan pesan yang akan disampaikan.

Tindakan dalam strategi komunikasi melibatkan penerapan rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Diskominfo Kabupaten Karawang, dalam merespons pengaduan jalan rusak, menerima laporan melalui DM Instagram @tanggap.karawang, kemudian meneruskannya ke website dan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR) Kabupaten Karawang melalui grup WhatsApp yang melibatkan OPD. Tindakan ini memastikan pengaduan dapat segera ditangani dan memberikan pelayanan yang efektif kepada masyarakat.

E. KESIMPULAN

Berdasarkani temuan dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dalam merespons pengaduan jalan rusak melalui Instagram @tanggap.karawang, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tahapan Strategi Komunikasi: Diskominfo mengikuti tiga tahap dalam merespons pengaduan, yaitu:
   Tujuan (Goals): Tujuan utama adalah memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat Karawang sebagai tempat pengaduan. Tujuan sekunder adalah memudahkan masyarakat Karawang dalam menyampaikan keluhan, aduan, kritik, dan saran untuk pembangunan daerah.
2. Tahap Perencanaan (Planning): Pada tahap ini, Diskominfo melakukan analisis kebutuhan masyarakat Karawang dan menyusun pesan agar dapat tersampaikan dengan baik melalui akun Instagram. Pesan kemudian direkap dan diproses lebih lanjut melalui laman web Tanggap Karawang.
3. Tahap Tindakan (Actions): Setelah menerima pengaduan, Diskominfo meneruskan laporan jalan rusak ke website Tanggap Karawang dan mengirimkan informasi tersebut ke Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR) Kabupaten Karawang melalui grup WhatsApp yang melibatkan OPD terkait, untuk memastikan pengaduan ditindaklanjuti.

F. DAFTAR PUSTAKA

Abidin, I. Z. (2015). An Analysis On The Effect Of Audit Ternure, Corporate Governance Structure, And Size Of Audit Firm To The Financial Integrity Statements.

Ambarwati. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. CV Al Qalam Media Lestari.

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher). https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ

Anggrayni, I. (2022). Manajemen Pemerintahan Dalam Inovasi Pelayanan Pengaduan Masyarakat di Kabupaten Karawang (Studi Pada Apilikasi Tanggap Karawang Atau Tangkar). Jurnal Pemerintahan Dan Keamanan Publik (JP Dan KP). https://api.semanticscholar.org/CorpusID:257317399

Aprian, D. D., Panggabean, T. F., Rachman, H. A., & Putra, Y. S. (2024). Sosialisasi Platform Kolaborasi Online Dalam Lingkungan Kerja Sebagai Upaya Meningkatkan Transformasi Teknologi. V(1), 133–137.

Arifin, A. (1984). Science Communication: A Concise Introduction.

Atthahara, H. (2018). Inovasi Pelayanan Publik Berbasis E-Government : Studi Kasus Aplikasi Ogan Lopian Dinas Komunikasi dan Informatika di Kabupaten Purwakarta. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:159346994

Cangara, H. (2013). Pengantar ilmu komunikasi. PT RajaGrafindo Persada. https://books.google.co.id/books?id=dKqAtQEACAAJ

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=4uB76IC_pOQC

Effendi, H. H. (2018). Pengembangan Model Blended Learning Interaktif Dengan Prosedur

Borg And Gall Hansi. International Seminar on Education, 62–70.
Haryono, C. G. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. CV Jejak (Jejak Publisher). https://books.google.co.id/books?id=7RwREAAAQBAJ
Jamaluddin, J. (2020). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik. Sosio E-Kons, 11, 259. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i3.3629
Karawangkab. (2016). Dinas Komunikasi Informasi : Kabupaten Karawang. Karawangkab. (2024). Apilikasi Layanan Kependudukan dan Catatan Sipil Secara Elektronik di Kabupaten Karawang.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management, Global Edition. Pearson Education. https://books.google.co.id/books?id=eb6GEAAAQBAJ
Kurniasari, D., Kurniasari, D., & Marta, M. S. (2017). Pengaruh Anggaran
Berbasis Kinerja Terhadap Efektivitas Pengendalian Anggaran di Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bandung Barat. Jurnal Sains Dan Seni ITS, 6(1), 51–66. http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1
Kusmayadi, A. M., Utamidewei, W., & Kusumaningrum, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Karawang Dalam Melayani Pengaduan Masyarakat Melalui Website Lapor. NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(4), 1184–1194.
Larasati, W., & Kertamukti, R. (2016). Penanganan Pengaduan Masyarakat Sebagai Pendukung Iklim Organisasi. Jurnal Komunikasi, 10(April 2016), 97–113.
Littlejohn, S. W. (2009). Simulation_and_media_2009.pdf.
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (1994). Qualitative Data Analysis. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=3CNrUbTu6CsC
Morissan. (2013). Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa (Cetakan Ke). Prenada Media.
Mulyadi, S. (2017). Ekonomi Sumber Daya Manusia : Dalam Perspektif Pembangunan.
Muttaqin, T., Djakfar, Y., & Rosihan. (2021). Strategi Komunikasi Perangkat Desa Dalam Mensosilisasikan Vaksin Covid -19 Di Desa Batumarta II Kecamatan Lubuk Raja (p. Jurnal Massa).
Pearce, J., & Robinson, R. (2010). Strategic Management. McGraw-Hill Education. https://books.google.co.id/books?id=mTWOPwAACAAJ
Puspitosari, H., Khalikussabir, Kurniawan, L. J., & Lutfi, M. (2012). Filosofi Pelayanan Publik : Buramnya Wajah Pelayanan Menuju Perubahan Paradigma Pelayanan Publik. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:141538865
Rohmatun, S., Widihastuti, I., Khosyi'in, M., Larasati, W., Kertamukti, R., Kusmayadi, A. M., Utamidewei, W., Kusumaningrum, R., Rohmatun, K. I., Dewi, C. K., Puspitosari, H., Khalikussabir, Kurniawan, L. J., Lutfi, M., & Azwar, H. (2017). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik. Sosio E-Kons, 11(2), 259. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i3.3629
Sayidah, N. (2018). Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian. Zifatama Jawara. https://books.google.co.id/books?id=gcO9DwAAQBAJ
Sembiring, M. (2012). Budaya dan Kinerja Organisasi : Perspektif Organisasi Pemerintah View Node Catalog Data. Fokus Media.
Shabrina, G., Kusumaningrum, R., & Santoso, M. P. T. (2024). Strategi Komunikasi Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika DalamMensosialisasikan Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) Pemerintah Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(1), 384–389.

Siagian, S. P. (1995). Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Sumber Daya Manusia. In Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara (Issue 1). Bumi Aksara. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=e2ppEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=manajemen+pengetahuan&ots=gV368HYlR3&sig=ugm1Twm q-r6Ya9ITLRHYA6ieJi0

Stake, R. E. (1995). The Art of Case Study Research. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=ApGdBx76b9kC

Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Alfabeta.

Winardi, J. (2015). Entrepreneur dan Entrepreneurship. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:16761062