

## MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI COVID-19 OLEH DISKOMINFO KOTA DEPOK

*(Social Media as A Media for Information Dissemination of Covid-19 Through  
Diskominfo Kota Depok)*

**Fidha Syaumi Dwitania<sup>1</sup>, Aprilianti Pratiwi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Pancasila, Jl. Srengseng Sawah, Jakarta

**E-mail : apriliyantipratiwi@univpancasila.ac.id**

Diterima : 1 Maret 2022/Disetujui : 16 Mei 2022

### **ABSTRACT**

*Depok City was the first city in Indonesia that confirmed a positive Covid-19 patient. As the city's public relations office, Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Depok plays an important role in disseminating information to the public, including information about Covid-19 which is still needed by many parties. Audiences constantly looks for information in their daily life, and this became a reason of mass media in this digital era. Social media is a media where information can be accessed real time, and it makes its easier for public yo access all forms of information needed. This study focus on describing what social media handles are used by the Diskominfo Kota Depok in disseminating information about Covid-19. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data obtained through interviews with two sources and supported by social media documentation from the Depok City Government. The concept of social media is used because each social media has its own characteristics, so it is tailored to the needs of each user. As the result, social media that Diskominfo Kota Depok used to spread information about Covid-19 are Facebook, Twitter, and Instagram.*

**Key words : Diskominfo Kota Depok, Social Media, Covid-19 Information**

### **ABSTRAK**

Kota Depok dikonfirmasi sebagai daerah yang memiliki pasien positif Covid-19 pertama di Indonesia. Sebagai humas pemerintahan, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Depok berperan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, termasuk informasi Covid-19 yang masih dibutuhkan oleh banyak pihak. Kegiatan khalayak yang dalam hidupnya terus menerus mencari informasi, menjadi salah satu terjadinya media massa pada era digital. Karena informasi yang disampaikan melalui media sosial bersifat *real time*, hal tersebut memudahkan masyarakat untuk mengakses segala bentuk informasi yang diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa saja media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Kota Depok dalam menyebarkan informasi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh melalui wawancara kepada dua narasumber dan didukung dengan dokumentasi dari media sosial Pemerintah Kota Depok. Konsep media sosial digunakan karena

tiap media sosial memiliki karakteristiknya masing-masing, sehingga disesuaikan dengan kebutuhan tiap penggunanya. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial yang dimanfaatkan oleh Diskominfo Kota Depok untuk menyebarkan informasi *Covid-19* adalah Facebook, Twitter, dan Instagram.

**Kata kunci : Diskominfo Kota Depok, Media Sosial, Informasi Covid-19**

## PENDAHULUAN

Media komunikasi saat ini dipengaruhi oleh maju dan berkembangnya teknologi yang selalu memberi kemudahan dalam segala hal seiring dengan pesatnya perkembangan jaman. Era digital mengembangkan media massa agar kebutuhan khalayak akan informasi terus diperbarui. Kehadiran internet dan media sosial yang memadai memfasilitasi khalayak untuk ikut berpartisipasi dalam menyebarkan informasi-informasi terbaru terkait fenomena yang sedang dialami. Banyak bidang dari segala aspek kehidupan menjadikan media sosial sebagai “senjata” dalam memenuhi kebutuhan. Mulai dari bidang politik, perusahaan, kesehatan, dan lain-lain (Mulawarman dan Nurfitri, 2017). Dinamisnya keberadaan internet bagi kehidupan dapat dilihat dari semakin berkembangnya jumlah pengguna media sosial dari hari ke hari (Nasrullah, 2015).

Lembaga *We Are Sosial* mempublikasikan hasil risetnya bahwa Indonesia dinilai cukup signifikan dalam penggunaan internet dan media sosial. 175,4 juta lebih pengguna atau sekitar 64% dari jumlah penduduk menggunakan internet, dan 59% nya atau sekitar 160 juta orang aktif dalam menggunakan media sosial. Facebook, Instagram, dan Twitter menjadi media sosial berbasis jejaring sosial yang menempati posisi ketiga hingga kelima setelah Youtube dan Whatsapp.

Fenomena yang hingga saat ini masih banyak diberitakan baik secara global, maupun nasional adalah *Corona Virus Disease 2019* atau disingkat dengan *Covid-19*. Salah satunya yaitu Indonesia yang masih dalam momen pandemi dan menjadikan masyarakatnya dihimbau untuk tetap waspada. Dikutip dari *Center For Disease and Prevention, cdc.Gov*, terdeteksinya *Covid-19* pertama di Kota Wuhan ini diidentifikasi sebagai jenis virus yang menyerang saluran pernafasan. Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo didampingi Menteri Kesehatan mengumumkan bahwa *Covid-19* sudah mulai masuk ke Indonesia pada Senin, 2 Maret 2020. Dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang terinfeksi *Covid-19* merupakan ibu dan anak dari warga Depok yang dinamakan kasus 01 dan kasus 02. Seiring dengan hal tersebut, *Covid-19* menjadi informasi yang paling banyak diakses pada media sosial karena penyebarannya yang begitu cepat.

Sidik Mulyono selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok pada 2020 mengkonfirmasi bahwa Kota Depok merupakan daerah pertama yang memiliki pasien positif *Covid-19*. Rapat koordinasi dilakukan bersama dengan Wali Kota dan Dinas terkait untuk merundingkan tindakan apa saja yang akan dilaksanakan untuk menanggapi *Covid-19* di Kota Depok. Penyusunan *mapping* di *crisis center* yang nantinya dirincikan dengan grafik

mengenai perkembangan *Covid-19* di Depok. Grafik tersebut nantinya akan diunggah di website maupun di media sosial milik Pemerintah Kota Depok.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok menjabat sebagai humas pada Pemerintahan Kota Depok. Peran yang dijalankan oleh Diskominfo ini terkait dengan mensosialisasikan kegiatan dan kebijakan dari Pemerintahan kepada masyarakat Kota Depok dan Dinas-Dinas terkait. Diskominfo berperan dalam penyusunan perencanaan, pelaksanaan, pembinaan dan penyedia bahan kebijakan. Dan menerima segala buah pikiran publik yang nantinya akan diolah kedalam sebuah kebijakan yang disampaikan kepada lembaga terkait. Lingkungan strategis lain yang juga harus disikapi humas pemerintahan atau badan publik adalah pesatnya peningkatan teknologi informasi yang membuat masyarakat Indonesia memiliki akses informasi yang relatif lebih bagus (Rakhmadi, 2015).

Tabel 1 Nama Akun Media Sosial dan Jumlah Pengikut

Instansi	Media Sosial dan Jumlah Pengikut		
	Facebook	Instagram	Twitter
<b>Pemerintah Kota Depok</b>	@PemerintahKota Depok 6.214	@Pemkotdepok 36.608	@Pemkotdepok 50.716
<b>Dinas Kesehatan Kota Depok</b>	@DinasKesehatan KotaDepok 88	@Dinkeskotade pok 4.732	@Dinkeskotade pok 2.342
<b>Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok</b>	-	@Diskominfode pok 2.135	@Depokdiskomi nfo 4.255

Sumber : olahan peneliti

Pada penelitian ini, dilakukan pencarian dari beberapa akun media sosial resmi yang digunakan Kota Depok untuk menyebarkan informasi terkait *Covid-19*. Akun Instagram, Facebook, dan Twitter dari Pemerintah Kota Depok memiliki jumlah pengikut paling banyak dibandingkan dengan akun media sosial dari Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Depok dan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Depok. Kedua akun diatas mempunyai tanggungjawab dalam penyebaran informasi terkait *Covid-19* di Kota Depok. Akun media sosial Pemerintah Kota Depok juga lebih produktif dalam membagikan informasi terkait *Covid-19* baik berupa gejala yang dialami, cara pencegahannya serta data rujukan rumah sakit untuk penanganan *Covid-19*.

Pada Agustus 2020, tepat pada bulan kelima setelah *Covid-19* masuk ke Indonesia, salah satu portal berita yaitu Kompas.com memuat suatu artikel tentang Kota Depok yang dianggap tidak transparan dalam menyampaikan data *Covid-19*. Berada di peringkat pertama pada Provinsi Jawa Barat, Kota Depok

memiliki jumlah kasus harian tertinggi pada dua pekan terakhir. Pemerintah Kota Depok dianggap belum maksimal dalam memberikan informasi *positive rate* harian. Kenaikan kasus positif pada bulan Agustus tersebut tidak diketahui apakah karena test massal dilakukan atau memang terjadi lonjakan kasus perharinya. Hal tersebut menjadi fenomena menarik untuk diketahui dengan bagaimana Diskominfo memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi *Covid-19* di Kota Depok.

Mengalami perbedaan yang cukup signifikan, cara seseorang berkomunikasi antar sesama dalam 10 tahun terakhir memiliki perubahan. Dengan mengolah, menyebarkan, mengatur, melihat, menilai, dan interaksi melalui konten *online*, media sosial memfasilitasi penggunaannya. Sebagai hasilnya, pengguna dapat menyertakan blog, mikroblog, berbagi video, *bookmarking applications*, wiki, forum, dan situs opini sama dengan jejaring sosial. Hal tersebut merupakan kelebihan dari interaksi yang menarik minat penggunaannya (Gianini, 2010).

Media sosial menurut Jones (2020) sebagaimana dikutip dari Cahyani (2020), di mana penggunaannya dapat berkomunikasi dengan pengguna lain untuk bertukar informasi, mengedukasi dan terlihat dari aktivitas online. Penggunaannya dapat memilih media sosial sesuai kebutuhannya masing-masing, berkomunikasi dengan cara memberikan komentar, *feedback*, berdiskusi, dan menentukan melalui *voting*.

Semakin sering mengakses internet, semakin banyak ditemukannya berbagai macam jenis media sosial. Jones (2020) mengklasifikasikan jenis media sosial sesuai dengan maksud dari masing-masing penggunaannya sebagai berikut (1) *Social sharing* (Flickr, Snapfish, YouTube, dan Jumpcut). Dengan mengolah, mengunggah, dan menyebarkan informasi dalam bentuk video atau foto dengan sumber lainnya; (2) *Social networks* (Facebook, LinkedIn, MySpace, Instagram dan Twitter). Pada jejaring sosial ini, mendapatkan informasi dengan terhubung dengan pengguna lain dan dapat melihat apa saja kegiatan yang dilakukannya lewat unggahan dari pengguna tersebut.

Van Dijk *dalam* Nasrullah (2015) mengatakan bahwa pengguna media sosial dapat bekerjasama dalam beraktivitas. Dengan kata lain, media sosial bisa dipahami sebagai fasilitator antara individu dengan lainnya dalam menjalin interaksi. Selaras dengan yang dikemukakan oleh Nasrullah, media sosial tidak memiliki batasan ruang dan waktu untuk berinteraksi. Individu dengan sangat mudah berinteraksi serta membagikan informasi atau berita kapan pun dan di mana pun, dan kepada siapa saja pesan tersebut akan disampaikan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi, khususnya antara pemerintahan kota dengan masyarakatnya (Abidin dan Soegiarto 2021; Novianti *et al.* 2020; Cahyani 2020; dan Furqon *et al* 2018). Menarik untuk dikaji bagaimana Pemkot Depok memanfaatkan media sosial yang tidak hanya untuk mensosialisasikan kegiatan dan kebijakan dari Pemerintahan kepada masyarakat Kota Depok dan Dinas-Dinas terkait namun juga mendiseminasikan informasi terkait *Covid-19*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sebagai suatu ilustrasi kompleks dan lebih meneliti kata-istilah merupakan definisi yang dikemukakan oleh Creswell mengenai penelitian kualitatif. Laporan yang lebih terperinci disesuaikan dengan pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Bersifat deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar (Emzir, 2011) dan cenderung menggunakan pendekatan induktif. Teknik dan makna (perspektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Sumber informan penelitian ini yang berkaitan langsung dengan pengelolaan informasi publik di media sosial yaitu, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik dan Pranata Humas Diskominfo Kota Depok.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

### 1. Wawancara

Wawancara adalah sebuah interaksi antara seseorang yang sedang melakukan riset, dengan harapan mendapatkan informasi dari seorang informan yang diharapkan dapat memberikan informasi untuk hasil riset yang diinginkan. (Berger, 2000 *dalam* Kriyantono, 2020). Pendapat atau pernyataan digali dengan wawancara terstruktur dan mendalam. Sebelum melakukan wawancara, peneliti menentukan apa masalah yang akan diajukan lewat pertanyaan-pertanyaan (Moleong, 2018). Wawancara dilakukan dengan dua informan yaitu Kepala Bidang Informasi Komunikasi Publik, Bapak Nasrudin SH. dan Pranata Humas Diskominfo Kota Depok, Damayanti. Peneliti memberikan pertanyaan kepada informan mengenai media sosial apa saja yang digunakan, bagaimana Bidang Informasi Komunikasi Publik Kota Depok menjalankan tugasnya sebagai informan pertama yang menyebarkan informasi-informasi terkait *Covid-19*, dan menanyakan langkah apa saja yang dilakukan agar informasi dapat diterima khalayak dengan cepat dan mudah dimengerti.

### 2. Dokumentasi

Selama wawancara berlangsung, wawancara didokumentasikan menggunakan kamera *smartphone* dan notulen untuk mencatat poin – poin yang penting selama wawancara berlangsung. Hasil dari dokumentasi diterjemahkan oleh peneliti dengan menggunakan teknik *coding* agar hasil wawancara lebih terperinci. Tangkapan layar dari media sosial milik Pemerintah Kota Depok juga menjadi salah satu data yang peneliti dokumentasikan untuk mendukung hasil wawancara yang sudah dilaksanakan diantaranya ada, fitur sorotan yang menyimpan berbagai informasi dari fitur *story*. Tiap unggahan yang berisikan video atau gambar gerak terkait informasi *Covid-19* beserta tagar diakhir kalimat. Dan interaksi yang dilakukan oleh admin dari masing-masing media sosial dengan masyarakatnya. Dari hasil dokumentasi tersebut, peneliti membentuk kalimat untuk memaparkan hasil tangkapan layar dari media sosial Pemerintah Kota Depok.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### 1. Karakteristik Media Sosial Pemerintah Kota Depok

Media sosial memudahkan Diskominfo dalam menyampaikan informasi terkait Kota Depok, khususnya isu yang sedang dialami secara global maupun daerah yaitu *Covid-19*. Masing-masing media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dan hal tersebut sangat membantu Pemerintah Kota Depok dalam menentukan sasaran, segmentasi serta tujuannya. Media sosial yang digunakan Pemerintah Kota Depok:

Tabel 2 Karakteristik Media Sosial Pemerintah Kota Depok

Karakteristik	Facebook	Twitter	Instagram
<b>Jumlah Pengikut</b>	6.401	51.000	40.700
<b>Tampilan Halaman</b>	Menampilkan <i>tagline</i> "Wujudkan Depok yang NYAMAN – UNGGUL – RELIGIUS" yang diikuti dengan sedikit profil mengenai Kota Depok. Mencantumkan tautan website Kota Depok, kontak, email pengaduan dan media sosial lain yang dimiliki.	Menampilkan tagar #AyoPakaiMasker pada kolom nama. Mencantumkan nomor <i>call center</i> dan sms <i>center</i> , email pengaduan, media sosial lain yang dimiliki, dan tautan website Kota Depok.	Menampilkan <i>tagline</i> "Depok a Friendly City", tautan website Kota Depok, dan penggunaan fitur <i>highlight</i> untuk menyimpan informasi.
<b>Konten</b>	Konten yang diunggah selalu diikuti dengan tautan website dari berita.depok.go.id.	Karena adanya keterbatasan karakter, bahasa yang digunakan lebih ringkas. Konten yang diunggah selalu diikuti dengan tautan website dari berita.depok.go.id. Mempergunakan fitur <i>retweet</i> untuk membantu dinas-	Kolom <i>caption</i> dipergunakan dengan baik dalam menarasikan setiap konten yang diunggah. Penggunaan tagar pada setiap konten untuk memudahkan pencarian berita yang lebih

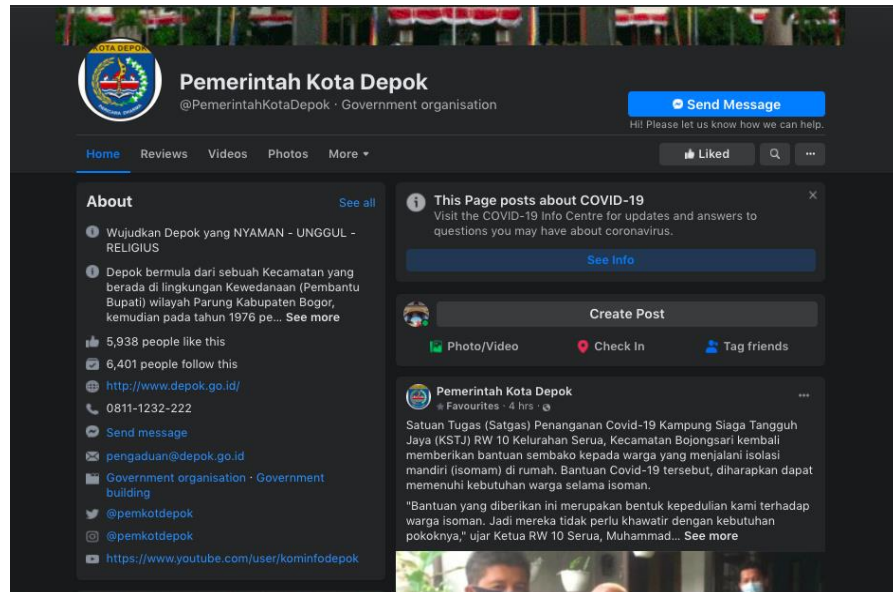
Karakteristik	Facebook	Twitter	Instagram
Jumlah Pengikut	6.401	51.000	40.700
Jadwal Konten	Adanya ruang yang cukup besar dalam menuliskan <i>caption</i> , waktu untuk mengunggah konten memerlukan jeda beberapa menit. Di khawatirkan konten yang diunggah sebelumnya tertutup dengan konten yang baru.	dinas lain dalam menyampaikan informasi.  Waktu untuk mengunggah konten dapat dilakukan dalam sekali waktu. Karena keterbatasan karakter, ruang untuk melihat sebuah <i>tweet</i> lebih kecil sehingga mudah untuk mencari informasi dengan sekali <i>scrolling</i> .	spesifik.  Adanya ruang yang cukup besar dalam menuliskan <i>caption</i> , waktu untuk mengunggah konten memerlukan jeda beberapa menit. Di khawatirkan konten yang diunggah sebelumnya tertutup dengan konten yang baru.

Sumber : Olahan Peneliti

### 1. Facebook

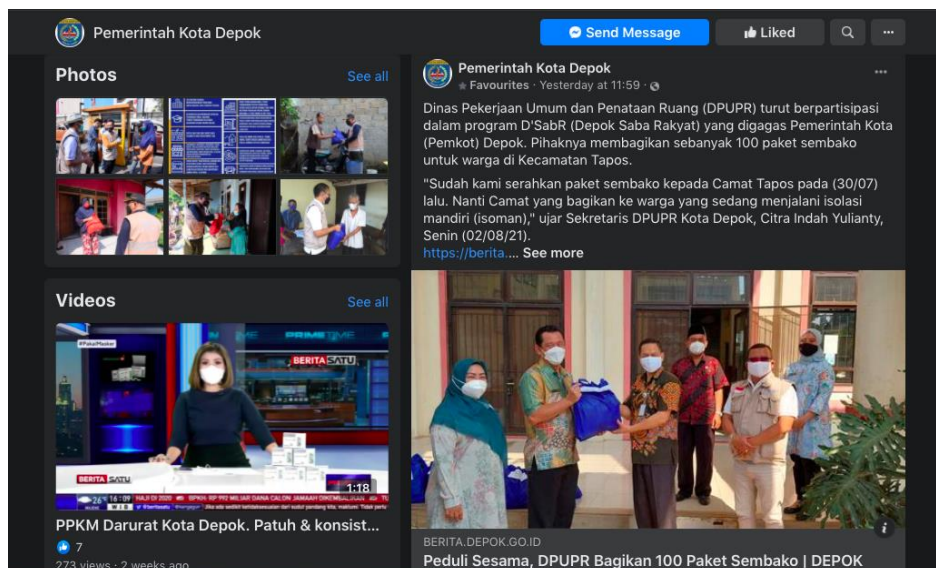
Facebook @PemerintahKotaDepok menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan Pemerintah Kota Depok. Sebuah laman *fanpage* dijadikan wadah untuk memberi informasi kepada para pengikutnya yang hingga tanggal 3 Agustus 2021, sudah ada 6.401 pengikut dan 5.938 yang menyukai *fanpage* Pemerintah Kota Depok.

Pada gambar 1 menjelaskan tampilan Facebook Pemerintah Kota Depok. Pada sisi kanan menampilkan unggahan informasi seputar Kota Depok, termasuk informasi mengenai *Covid-19*. Pada sisi sebelah kiri menampilkan *tagline* yang diikuti dengan sedikit profil mengenai Kota Depok. Tidak lupa juga Pemerintah Kota Depok mencantumkan website Kota Depok, kontak, dan media sosial lain yang dimiliki.



Gambar 1 Facebook Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Facebook Pemerintah Kota Depok)

Jika laman *fanpage* digeser ke bagian bawah, terlihat ada kolom foto dan video yang pernah diunggah oleh Pemerintah Kota Depok. Kolom tersebut akan mengikuti halaman jika terus di geser ke bagian bawah. Pada tiap konten yang diunggah, gambar atau pun video dibuatkan narasi sesuai dengan informasi yang disampaikan. Tautan [berita.depok.go.id](http://berita.depok.go.id) juga di sematkan untuk mengarahkan pengguna ke dalam laman situs berita tersebut. Dan melihat berita lebih lengkap tentang konten yang diunggah pada media sosial.



Gambar 2 Beranda Facebook Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Facebook Pemerintah Kota Depok)

## 2. Twitter

Media sosial twitter @Pemkotdepok merupakan Akun resmi dari Pemerintah Kota Depok. Akun @Pemkotdepok ini berisi informasi seperti berita



terkini menyangkut Kota Depok, kegiatan acara, himbauan, pencapaian, dan lain sebagainya. Jumlah pengikut dari akun @Pemkotdepok sebanyak 51.100 dan jumlah *tweet* mencapai 50.000. Dapat dilihat dari gambar di atas, akun Pemerintah Kota Depok mencantumkan #AyoPakaiMasker pada kolom nama. Pemerintah Kota Depok juga mencantumkan berbagai macam layanan pada bagian bio mulai dari *Call Center*, Sms Center, dan email pengaduan untuk memfasilitasi keluhan dari masyarakat. Tidak lupa juga akun media sosial lain yang dimiliki dan tautan website.

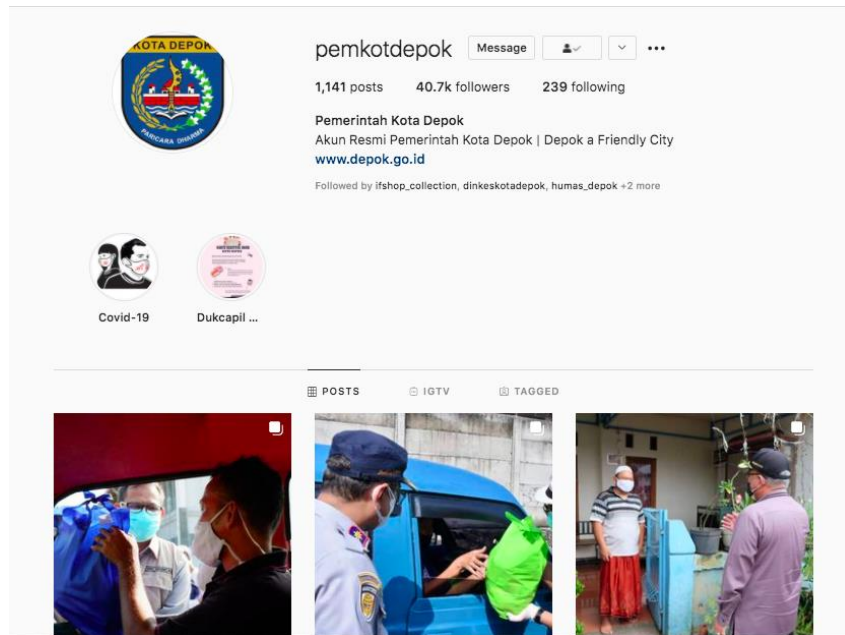


Gambar 3 Twitter Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Twitter Pemerintah Kota Depok)

Setiap foto atau video yang diunggah oleh akun @Pemkotdepok selalu diikuti dengan *caption* atau penjelasan singkat mengenai foto atau video yang diunggah. Didalam *caption* tersebut juga diikuti dengan tagar (#) untuk memudahkan pengguna menemukan informasi terkait. Beberapa tagar yang digunakan adalah #DepoktanggapCovid, #PemkotDepok dan lainnya. Hal tersebut dilakukan semerta-merta untuk terus mengingatkan masyarakat tetap patuh pada aturan yang sudah ditentukan oleh pemerintah.

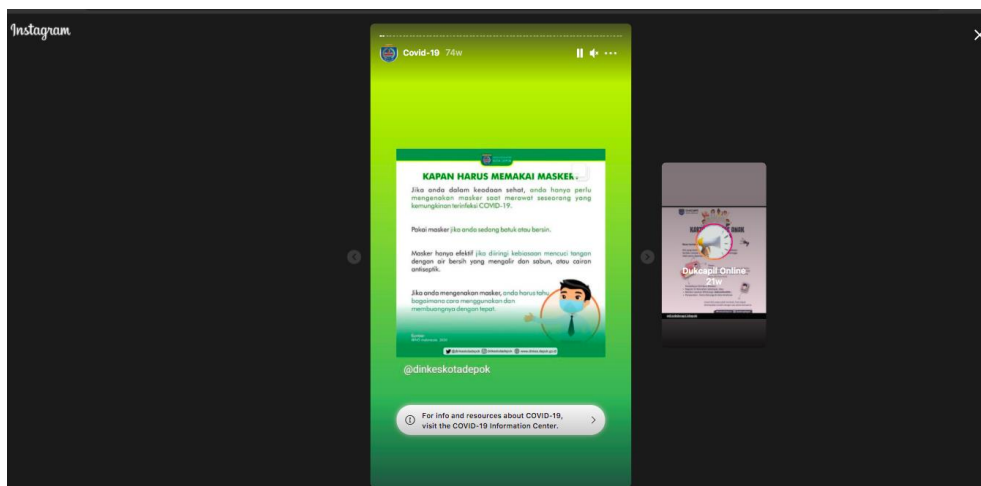
### 3. Instagram

Diambil pada bulan agustus 2021, akun instagram @Pemkotdepok sudah memiliki 40.700 lebih pengikut, dengan jumlah postingan sebanyak 1.141. Jika dilihat pada bagian bio pada akun Pemerintah Kota Depok, terdapat *tagline* Depok *Friendly City* dan tautan berisi website resmi.



Gambar 4 Instagram Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Instagram Pemerintah Kota Depok)

Pada bagian bawah bio, Pemerintah Kota Depok juga memakai fitur *highlight* untuk menyimpan informasi tentang *Covid-19*. Fitur ini masih berhubungan dengan fitur *story* yang hanya dapat dilihat dalam waktu 24 jam saja. Sedangkan fitur *highlight* adalah kumpulan dari beberapa *story* yang dapat disimpan pada profil penggunaanya pada waktu yang lama tanpa ada batasan waktu. *Highlight* atau sorotan yang ada pada akun Pemerintah Kota Depok berisikan informasi-informasi mengenai cara *screening* awal penderita *Covid-19* dan cara pencegahan. Pemerintah Kota Depok juga mencantumkan informasi dari berbagai akun lainnya yang masih berhubungan dengan kota Depok.



Gambar 5 Informasi yang Disimpan pada Fitur *Highlight* Instagram Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Instagram Pemerintah Kota Depok)

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok (Diskominfo Depok) merupakan salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang terbentuk karena ada pengembangan dari kantor lama yaitu Kantor Arsip, Perpustakaan dan Telematika Kota Depok yang dibentuk sesuai Peraturan Daerah Kota Depok Nomor 16 Tahun 2003 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah. Kemudian dibagi menjadi Kantor Arsip dan Perpustakaan Kota Depok. Peran yang dijalankan oleh Diskominfo ini terkait dengan diseminasi kegiatan dan kebijakan dari Pemerintahan kepada masyarakat Kota Depok dan Dinas-Dinas terkait.

Dalam menjalankan tugas publikasi, Diskominfo memiliki tiga bidang yaitu, Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Aplikasi dan Informatika, dan Statistik dan Persandian. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) menjalani tugas sebagai Humas yang berwenang dalam penyusunan perencanaan, pelaksanaan, pembinaan dan penyedia bahan kebijakan. Bidang IKP ini memiliki dua sub bagian, yaitu Pengelola Informasi dan Komunikasi Publik. Jika dipahami dalam tugas pokok dan fungsi, maka Diskominfo Bidang Informasi dan Komunikasi Publik merupakan lembaga humas Kota Depok.

Dua peran yang dipangku oleh Bidang IKP menunjukkan bahwa sebagaimana tugas humas yang seharusnya dijalankan. Dengan menyiapkan informasi dan mengolahnya kepada publik, dan menerima segala buah pikiran publik yang nantinya akan diolah kedalam sebuah kebijakan yang disampaikan kepada lembaga terkait. Hal ini dilakukan oleh Bidang IKP untuk melakukan tanggungjawabnya terhadap Pemerintah Kota Depok dengan mempertahankan citra positif.

Dimulai dengan mengadakan diskusi dengan mendatangkan pihak terkait dan memaparkan bagaimana skema kerja yang akan dijalankan. Dari diskusi tersebut, Bidang IKP Diskominfo Kota Depok merealisasikan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Dengan melakukan diseminasi program, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi diakhir kegiatan. Dengan demikian, tugas IKP di bawah naungan Diskominfo Kota Depok merupakan Humas bagi Pemerintah Kota Depok. Kegiatan *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Humas membangun interaksi yang baik antara publik dengan pemerintahan. Dengan membantu pemerintahan dalam menyampaikan kebijakan sesuai tujuan yang sudah ditetapkan dan menyerap aspirasi dan buah pikiran rakyat yang akan dikembangkan menjadi tujuan bersama.

Melalui wawancara dan dokumentasi, data yang diperoleh telah menghasilkan temuan mengenai kegiatan Humas Diskominfo dalam menyebarkan informasi *Covid-19* melalui media sosial.

Media sosial menurut Ron Jones (2020:8) di mana penggunaanya dapat berkomunikasi dengan pengguna lain untuk bertukar informasi, mengedukasi dan ditandai dengan aktivitas online. Akun media sosial milik Pemerintah Kota Depok dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Depok. Media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Kota Depok untuk menyebarkan informasi terkait *Covid-19* ada berbagai macam dan jenisnya.



Gambar 6 Halaman Situs Pemerintah Kota Depok  
(Sumber : Laman Situs Website Pemerintah Kota Depok)

Penggunaannya yang dirasa cukup cepat dan mudah, media sosial yang menyajikan informasi dari berbagai sumber memiliki peran yang penting ditengah pandemi *Covid-19*. Akan tetapi, sumber-sumber yang ada pada media sosial ini masih ditemukan beberapa informasi yang dirasa belum cukup berdasar.

Bapak Nasrudin selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo mengatakan :

*“Peran media sosial di tengah pandemi sangatlah vital. Di era teknologi seperti sekarang ini, orang cenderung mencari informasi yang cepat, dan salah satunya melalui media sosial. Tetapi informasi yang didapat dari media sosial belum tentu bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya.”*  
(22/09/2021)

Situs [depok.go.id](https://www.depok.go.id) dan juga media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Depok dikelola oleh Diskominfo. Tidak hanya media sosial milik Pemerintah Kota Depok saja yang menyebarkan informasi terkait *Covid-19*, Diskominfo Kota Depok juga dibantu oleh media sosial milik swasta untuk ikut serta dalam diseminasi informasi *Covid-19* kepada masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar jangkauan yang dituju lebih luas lagi. Hal ini dapat dilihat bahwa Diskominfo sebagai pengelola media sosial Pemerintah Kota Depok memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk masyarakat, tapi juga menjalin komunikasi dengan Dinas-Dinas lain yang terkait. Bapak Nasrudin menambahkan :

*“Selain website [depok.go.id](https://www.depok.go.id), ada juga [berita.depok.go.id](https://www.berita.depok.go.id) untuk mengakses berita. Media cetak dan media elektronik, baik media milik pemerintah maupun media swasta. Termasuk media sosial milik pemerintah dan media sosial swasta seperti *instagram*, *facebook*, dan *twitter* turut serta mensosialisasikan tentang *Covid-19* beserta penanganannya di Kota Depok.”* (22/09/2021)

Pemilihan media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Kota Depok sudah disusun dengan matang. Nasrudin mengatakan bahwa pemilihan media sosial yang di gunakan berdasarkan data. Pada tahun 2019, pengguna media sosial mencapai 56%, dan itu menjadi alasan penggunaan media sosial bagi Diskominfo Kota Depok. Terlebih lagi dengan semakin berkembangnya jaman,

media sosial menjadi salah satu faktor berkembangnya komunikasi efektif dua arah antar pemerintahan dan juga masyarakatnya. Penggunaan media sosial di masa pandemi seperti ini dirasa sangat efektif karena seluruh masyarakat dunia diharuskan tetap di rumah. Dengan data tersebut, Diskominfo Kota Depok memilih media sosial untuk digunakan dalam mengedukasi seluruh lapisan masyarakat mengenai penanganan *Covid-19*. Karena informasi ini bersifat homogen, di mana semua kalangan masyarakat membutuhkan informasi tersebut. Diskominfo Kota Depok juga mengatakan bahwa informasi ini tidak ada batasan usia. Berikut kutipan wawancara yang dikatakan oleh Bapak Nasrudin :

*“Jadi kita tidak asal-asalan cara memilih media yang tepat untuk menyampaikan informasi publik. Kita by data, data itu data tahun 2019 ya 2019 awal lah. Di Kota Depok itu sekitar 56% pengguna medsos. Jadi alasan itu lah kenapa kita memilih untuk melakukan diseminasi melalui medsos. Kami juga mengamati, ada sebagian masyarakat yang hanya mengakses informasi hanya lewat media sosial. Pemerintah Kota Depok memanfaatkan media sosial tersebut untuk mengedukasi seluruh lapisan masyarakat Dan karena informasi terkait Covid-19 ini tertuju untuk semua kalangan, tidak ada batasan usia. Pandemi yang sedang dirasakan ini berdampak bagi semua kalangan, tidak terkecuali.” (22/09/2021)*

Diskominfo Kota Depok ingin memaksimalkan pemakaian media sosial untuk menjangkau masyarakatnya. Informasi yang disosialisasikan mengenai Covid-19 bersifat transparan dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan adanya media sosial di era modern ini, Pemerintah Kota Depok merasa terbantu. Internet juga membuat masyarakat lebih aktif dalam mengawasi jalannya layanan publik yang diberikan pemerintah. Memaksimalkan teknologi merupakan sebuah inovasi untuk membangun komunikasi yang sepadan antara rakyat dan pemerintah. Berikut manfaat yang dirasakan :

1. Mendorong efisiensi pemerintahan: Dapat membantu proses pengambilan data, media sosial digunakan untuk menjangkau masyarakat mudah dan cepat.
2. Memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun: Semakin mudahnya masyarakat mendapatkan informasi, maraknya oknum yang tidak bertanggungjawab atas berita hoax yang disebarkannya. Hal tersebut menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga atau organisasi terkait. Lebih personal dan komunikatif, media sosial memudahkan penggunaannya untuk menumbuhkan rasa percaya diri.
3. Menghadapi perkembangan jaman: Instansi Pemerintah saat ini menghadapi tantangan tertentu berupa penghematan anggaran, menuanya staf yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini dapat diatasi dengan mempersiapkan perencanaan dapat mengatasi masalah di kemudian hari.

- Sarana komunikasi di saat krisis dan bencana alam: Seperti saat pandemi sekarang ini keharusan jaga jarak ketika berinteraksi membuat interaksi lebih banyak dilakukan melalui media sosial. Bagi instansi pemerintah, media sosial harus memainkan peran yang jelas dalam strategi komunikasi krisis.



Gambar 7 Tangkapan Layar Media Sosial Milik Pemerintah Kota Depok (Sumber : Laman Media Sosial Pemerintah Kota Depok)

Semakin berkembangnya jaman, komunikasi melalui media sosial memang sangat dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari. Maraknya media sosial yang bermunculan dengan fitur yang semakin canggih, Diskominfo Kota Depok memilih Facebook, Twitter dan Instagram sebagai media sosial yang paling aktif digunakan untuk menyebarkan informasi Covid-19. Dari tangkapan layar di atas, Facebook dan juga Twitter milik Pemerintah Kota Depok menyediakan tautan hampir di setiap unggahannya yang langsung terkoneksi dengan situs berita.depok.go.id. Sedangkan untuk instagram, pemilihan tagar pada setiap unggahan digunakan untuk memudahkan pengguna Instagram dalam mencari berita tentang Kota Depok. Bapak Nasrudin mengatakan :

*“Semua aktif digunakan untuk menyebarkan informasi. Tapi untuk sekarang ini IG lebih banyak diminati oleh kaum milenial. Masyarakat yang membutuhkan informasi, tidak semuanya mengikuti media sosial Pemerintah Kota Depok. Karena media sosial yang kita punya semuanya terbuka untuk umum, jadi masyarakat dapat memilih sendiri informasi mana yang akan mereka baca.” (22/09/2021)*

Media sosial Instagram lebih banyak diminati oleh kaum milenial. Kebutuhan informasi dari setiap masyarakat berbeda-beda, tidak semua masyarakat mengikuti media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Depok. Media sosial dapat dipilih sesuai kebutuhan para penggunanya, berkomunikasi dengan cara memberikan komentar, umpan balik, berdiskusi, dan menentukan atau *voting*. Mempunyai ciri khasnya sendiri, media sosial menghubungkan tidak hanya komunikasi dua arah, namun dapat berafiliasi dengan situs dan sumber lainnya. Karena media sosial ini bersifat terbuka, jadi setiap masyarakat dapat memilih berita sesuai kebutuhan masing-masing individu.

Pandemi *Covid-19* yang masih melanda hingga saat ini, membuat Pemerintah Kota Depok terus menggunakan media sosial sebagai salah satu cara mensosialisasikan informasi tentang *Covid-19*. Selain memilih beritanya masing-masing, pengguna media sosial juga bisa memilih medianya sendiri sesuai dengan kegemaran tiap individu. Diskominfo mengoperasikan media sosialnya setiap hari dengan mengunggah konten informasi agar tetap *up-to-date* dan lebih riil dari segi waktu seperti apa yang dikatakan oleh Bapak Nasrudin :

*“Oh iya, Pemerintah Kota Depok setiap hari mengoperasikan media sosial, agar informasi yang disampaikan ke masyarakat selalu update. Dengan demikian masyarakat bisa mengetahui perkembangan pelaksanaan program dan kegiatan pemerintah Kota Depok. Kita ada namanya prime time ya kan prime time itu ya nanti tau lah apa sih prime time. Jadi kita juga mempunyai strategi kapan kita munculkan berita itu. Kapan, apa kita berita-berita seperti apa yang kita munculkan di jam berapa kan gitu kan. Jadi kita sudah atur bagaimana untuk mengupload berita-berita itu. Jadi tergantung dari apa isi berita dan waktu prime time. Atau momen-momen tertentu.”*

Diskominfo menjadikan *prime time* atau bisa disebut juga waktu di mana sebuah siaran sedang berada pada jam yang paling banyak dilihat oleh penontonnya. Pada waktu tersebut biasanya masyarakat sedang aktif menggunakan media sosial sebelum memulai aktivitas atau untuk sekedar mengistirahatkan diri dari kegiatan yang sedang dilakukan. Pengunggahan konten pun dilihat dari berita-berita mana saja terkait *Covid-19* yang sesuai pada jam tersebut. Sebisa mungkin Diskominfo Kota Depok akan selalu memperbarui informasi-informasi tersebut agar masyarakat tidak ketinggalan berita yang sedang ada di Kota Depok.

Media sosial merupakan wadah atau tempat untuk siapa saja melakukan interaksi. Dilihat dari akun Facebook, Twitter dan Instagram, ada beberapa unggahan informasi yang sama. Salah satu fitur yang digunakan dalam



penyebaran informasi pada media sosial Pemerintah Kota Depok yaitu fitur yang dapat mengunggah sekaligus pada media sosial lainnya. Karena media sosial Pemerintah Kota Depok terhubung satu sama lain. Saat konten sudah siap diunggah, admin akan memilih akun Pemerintah Kota Depok lainnya agar memudahkan dalam pengunggahan konten informasi.

## 2. Konten Media Sosial Pemerintah Kota Depok

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Kota Depok adalah yang bertanggungjawab untuk membuat konten. Pada bidang tersebut, ada tiga tim yang ikut serta dalam pembuatan konten yaitu, tim jurnalis, tim media sosial dan tim desain grafis. Setiap informasi terkait *Covid-19* yang akan dibuat menjadi sebuah konten, Diskominfo Kota Depok sudah menetapkan tujuan dan sasaran khalayaknya terlebih dahulu. Bapak Nasrudin menambahkan :

*“ya, konten ada yang namanya tim kreatif kita. Ada tim konten ya kan, lalu bagaimana bekerjanya tim konten itu. Yaa sesuai arahan pimpinan, ya kan, sesuai arahan pimpinan kemudian kita melihat pergerakan medsos seperti apa ya kan. Kita juga memantau, memantau medsos, masyarakat nih, yaitu tadi ada dari apa kanal-kanal pengaduan ya kan, kanal-kanal pengaduan lewat twitter, facebook. Ya kita pantau apa keinginan masyarakat lalu kita sampaikan ke pimpinan lalu pimpinan menyampaikan solusinya seperti apa. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Kota Depok (khususnya tim jurnalis, tim media sosial, dan tim desain grafis).”*  
(22/09/2021)

Tim yang dikhususkan pada Diskominfo Kota Depok membuat konten sesuai arahan dari pimpinan. Informasi yang didapat tersebut tentunya dari sumber yang valid seperti tim jurnalis dan juga juru bicara tentang *Covid-19*. Setiap harinya Diskominfo memantau pergerakan apa saja yang terjadi pada media sosial Pemerintah Kota Depok. Melihat apa ada pertanyaan atau informasi yang sekiranya perlu ditanggapi. Sebelum konten diunggah, Pemerintah Kota Depok dan Diskominfo menyusun strategi tergantung dari situasi apa yang relevan dengan masyarakat Kota Depok.

Akun media sosial Pemerintah Kota Depok mayoritas tidak ada perbedaan pada bahasa dan visual. Hanya saja pada Twitter lebih padat untuk penggunaan kata-kata karena ada kebijakan keterbatasan karakter ketika melakukan *tweet*. Dan tidak ada perbedaan konten atau informasi yang diunggah pada tiap akun media sosial Pemerintah Kota Depok. Dari konten yang sudah diunggah pada akun Pemerintah Kota Depok, pasti ada beberapa pengguna media sosial yang menanyakan akan informasi tersebut. Pertanyaan tersebut mengenai validitas data atau informasi yang tertera pada konten. Ibu Damayanti, selaku Pranata Humas pada Diskominfo Kota Depok menjelaskan :

*“Tidak Ada. Perbedaan hanya pada penulisan di media twitter karena keterbatasan karakter. Bahasa pun dibuat lebih ringkas namun tetap sopan. Dan pada twitter berita atau informasi yang di unggah lebih cepat atau sekaligus karena setiap tweet mudah untuk dilihat, tinggal di scroll saja. Sedangkan facebook dan instagram, proses pengunggahan*



*membutuhkan jeda beberapa menit agar konten yang berisi informasi dan berita tidak terlewat.” (22/09/2021). Lalu Ibu Damayanti menambahkan “perbedaannya kalo twitter tadi saya bilang ya, karena keterbatasan karakter. Jadi format tetep, tapi apa namanya sesuai alurnya aja gitu. Kalo facebook sama instagram kan narasi bisa banyak, kalau twitternya kan kita bisa lebih santai lagi tapi sopan tetep.” (22/09/2021)*

Perbedaan konten pun juga tidak ada yang signifikan pada media sosial Pemerintah Kota Depok. Selain penulisan, Diskominfo juga memberitahu mengapa pada akun Twitter Pemerintah Kota Depok lebih banyak mengunggah konten dalam satu waktu. Alasan tersebut dikarena kan sebuah *tweet* akan mudah untuk dilihat karena tidak butuh banyak space untuk *scrolling* informasi pada sebuah akun. Sedangkan untuk Instagram dan Facebook Pemerintah Kota Depok memerlukan jeda beberapa menit agar konten yang berisikan informasi tidak terlewatkan. Kuantitas ruang penulisan menjadikan salah satu alasan mengapa antara media sosial Pemerintah Kota Depok memiliki perbedaan waktu dalam pengunggahan konten informasi. Dari data yang didapatkan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok, media sosial dipilih sebagai salah satu sarana penyebaran *Covid-19* berdasarkan data penggunaan media sosial di Depok. Tujuan dari penggunaan media sosial ini juga untuk lebih mudah dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

## **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti amati, pada media sosial milik Pemerintah Kota Depok sudah menyebarkan informasi terkait *Covid-19* dengan memanfaatkan sesuai aturan yang ada. Pemilihan media sosial yang dipakai Diskominfo untuk mengelola akun media sosial Pemerintah Kota Depok dipilih secara tepat karena informasi ini mencakup seluruh masyarakat yang ada di Kota Depok. Diskominfo melihat dari data bahwa sekitar 56% penduduk menggunakan media sosial. Pada situs [wantikanas.go.id](http://wantikanas.go.id), trafik penggunaan media sosial dari anak perusahaan Facebook pun naik 40% persen selama pandemi. Fenomena tersebut terjadi karena pengguna media sosial ingin tetap saling berinteraksi satu sama lain sejak peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diberlakukan.

Dari alasan itu lah, mengapa Pemerintah Kota Depok memanfaatkan media sosial untuk diseminasi informasi. Media sosial ini juga diharapkan bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait *Covid-19*. Untuk media sosial yang dipilih pun semua aktif dalam menyebarkan informasi, namun kaum milenial saat ini lebih tertarik dengan penggunaan Instagram sebagai media sosial yang paling sering digunakan. Pemilihan Instagram sebagai media penyebaran informasi pemerintahan kota juga dilakukan oleh Pemkot Administratif Jakarta Timur (Abidin dan Soegiarto 2021) dan Pemkot Bandung (Rizkiananda 2021). Instagram termasuk media sosial dengan kategori jejaring sosial dengan kemudahan akses dan pembagian informasi (Prihatiningsih, 2017). Selain itu Instagram juga memiliki berbagai macam fitur yang mudah untuk diaplikasikan. Kelebihan-kelebihan Instagram

tersebut juga membuat Instagram tidak hanya digunakan oleh instansi/lembaga pemerintahan saja namun juga digunakan untuk melakukan gerakan protes petani (Pratiwi *et al.* 2019), promosi festival pariwisata (Pratiwi dan Madanacaragni 2020) dan kampanye sosial dalam sepak bola (Pratiwi *et al.* 2020).

Media sosial merupakan medium pada internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara ideal. Konsep ini berkaitan dengan informasi apa saja yang diunggah oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok terkait *Covid-19*. Informasi yang diunggah ini merupakan cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok untuk berinteraksi dengan masyarakat luas secara efisien dan efektif. Karena pandemi *Covid-19* masih terjadi hingga saat ini, media sosial dioperasikan setiap hari agar informasi yang disampaikan ke masyarakat selalu *up to date*. Informasi yang diunggah terkait protokol kesehatan, rumah sakit rujukan, informasi ketersediaan vaksinasi, dan lain-lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa informasi yang disebar pada akun Pemkot Depok tidak melulu informasi terkait kegiatan pemerintahan kota. Hal yang tak jauh berbeda juga dilakukan oleh akun media sosial Kota Administrasi Jakarta Timur. Melalui akun Instagram @protokol\_jaktim, akun tersebut tidak hanya berisi tentang informasi terkait kegiatan yang dilakukan pimpinan kota saja, namun juga informasi yang bersifat umum seperti perayaan hari besar nasional dan agama. Selain itu akun tersebut juga mempublikasi mengenai informasi-informasi yang sedang viral dan ramai diperbincangkan khalayak nasional (Abidin dan Soegiarto 2021).

Untuk perbedaan konten pada setiap media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Depok, tidak ada perbedaan yang signifikan. Perbedaan hanya pada waktu pengunggahan konten. Pada media sosial Twitter, adanya keterbatasan karakter yang mengharuskan penggunaannya menulis dengan singkat. Admin dari akun Pemerintah Kota Depok memanfaatkan ruang yang ada pada "cuitan" Twitter dengan tetap memakai bahasa yang baik dan sopan.

Setelah melakukan dokumentasi, peneliti melihat bahwa media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok ini bisa mengunggah lebih banyak konten pada akun Twitter @pemkotdepok dalam sekali waktu. Dengan keterbatasan karakter yang dimiliki, pengguna Twitter akan dengan mudah *scrolling* mencari sebuah berita. Twitter juga dapat disiasati dengan membuat sebuah utas pada twit yang diunggah agar informasi lebih jelas dan terperinci. Sedangkan pada Instagram dan Facebook, konten diunggah satu per satu dengan jeda waktu beberapa saat agar konten sebelumnya tidak tertutup oleh konten lainnya. Jadi pengguna Instagram dan Facebook tidak terlewat berita sebelumnya yang sudah diunggah oleh Diskominfo Kota Depok. Dinamika pada setiap media sosial membuat penggunaannya dapat memilih sendiri media mana yang dipilih untuk memenuhi asupan informasi hariannya sesuai tingkat urgencitas dan kualitasnya.

Penyajian konten yang informatif mampu menimbulkan interaksi yang baik diantara pengunggah dan khalayak sasarannya. Hal ini akan menciptakan hubungan yang baik diantara instansi/lembaga pemerintahan dengan

masyarakat. Pada tahapan selanjutnya, kondisi seperti ini mampu meningkatkan citra instansi atau lembaga ke arah yang lebih positif (Abidin & Soegiarto 2021). Berbeda halnya dengan yang terjadi pada komunitas online. Interaksi yang mereka lakukan tujuannya adalah untuk meningkatkan kekerabatan dan keakraban diantara anggotanya (Pratiwi dan Maqamah 2018).

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Diskominfo Kota Depok menyebarkan informasi mengenai *Covid-19* melalui media sosial, yaitu Facebook, Instagram, dan juga Twitter. Tidak memiliki perbedaan yang signifikan, konten yang diunggah pada media sosial Pemerintah Kota Depok memiliki kesamaan satu dengan lainnya. Pesatnya perkembangan teknologi, Diskominfo Kota Depok terbantu dengan peluang yang cukup besar dipengaruhi oleh keadaan saat ini yang mengharuskan tiap individu tetap di rumah. Demi tercapainya pelayanan yang baik kepada masyarakat, keterbukaan dan kecepatan informasi merupakan sebuah keharusan yang dimiliki oleh Pemerintah. Turut membantu dan mengawasi berjalannya kegiatan pemerintah, masyarakat diharapkan untuk berperan aktif untuk mendapatkan informasi *Covid-19* di media sosial. Pemilihan media sosial sebagai salah satu media yang digunakan, dipilih oleh Diskominfo sesuai data yang tertera. Peran media sosial ini dianggap vital sebab orang cenderung mencari informasi yang cepat dan efisien untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat Kota Depok.

### **SARAN**

Berdasarkan pembahasan hingga simpulan yang tertera di atas terkait penggunaan media sosial oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok dalam menyebarkan informasi *Covid-19*, peneliti memiliki saran yaitu bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan lagi dengan melihat sudut pandang yang berbeda yaitu dengan mendalami persepsi masyarakat tentang pemanfaatan media sosial yang dilakukan Diskominfo Kota Depok. Bagi Diskominfo Depok dapat lebih memperhatikan konten pada masing-masing media sosial dengan ditegaskan kembali bentuk dan strategi komunikasi pemerintah mengenai konten informasi *Covid-19*. Sehingga pengguna media sosial di Kota Depok lebih memahami apa isi konten tersebut. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam memahami informasi yang diberikan oleh Pemerintah Kota Depok.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, KZ, dan Soegiarto, A. 2021. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 12 (2).
- Cahyani, A. M. 2020. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10 (1).

- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada Pusat.
- Furqon, MA., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., Rakhmawati, NA. 2018. Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 17 (2).
- Gianini. GT. 2010. *Marketing Public Relations: A Marketers's Approach to Public Relations and Social Media*. New Jersey : Pearson.
- Kriyantono, R. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Moleong, LJ. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulawarman, & Nurfitri, AD. 2017. Perilaku Media Sosial Beserta Implikasi Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, Vol. 25 (1), 36-44.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. 2020. Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol.11 (1).
- Prihatiningsih, W. 2017. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication VIII*, No. 1.
- Pratiwi, A. dan Maqamah, NH. 2018. Komunikasi Verbal dan Nonverbal Pada Komunitas Game *Clash of Clans* (Studi CMC pada Komunitas Indo ShadowsArmy). *Jurnal Sains Terapan*, Vol. 8 (1).
- Pratiwi, A., Sarwoprasodjo, S., Soetarto, E., dan Pandjaitan, NK. 2019. Strategi Komunikasi Gerakan Perlawanan Petani. *Jurnal Pekommas*, Vol. 4 (2), 165-176.
- Pratiwi, A., Kaligis, RAW, Anshari, F. 2020. Narrative Analysis of Campaign of Persija Players on the Video #JagaGBK. *Profetik : Jurnal Komunikasi*, 12 (2), 193-211.
- Pratiwi, A. dan Madanacaragni, MG. 2020. Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @Cgmbogor\_Fest). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3 (1), 117-145.
- Rakhmadi, Heri., Ghofur, Amir & Oddi, A. (2015). *PR in Government "Bunga Rampai Program Kehumasan di Pemerintahan"*. Jakarta : Bamboedoea Komunikasi.
- Rizkiananda, VA. 2021. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Pemerintah Kota (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Program Bandung Juara Pemerintah Kota Bandung di Instagram). Skripsi. Bandung : Universitas Telkom.