

**PENGELOLAAN INSTAGRAM  
@EXPLORE\_SIANTAR SEBAGAI MEDIA  
KOMUNIKASI DAN INFORMASI MASYARAKAT DI  
KOTA PEMATANGSIANTAR**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**SATRIA KESUMA  
2003110214**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **SATRIA KESUMA**  
N P M : 2003110214  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024  
Waktu : 08.15 s.d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : **JUNAIDI, S.Pdi., M.Si** (.....)  
PENGUJI II : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom** (.....)  
PENGUJI III : **Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

### PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP.  Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

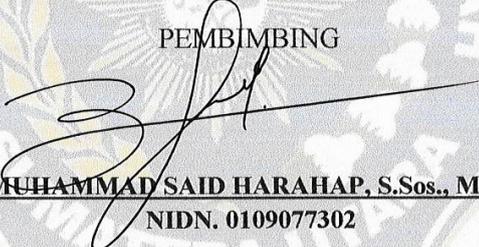
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **SATRIA KESUMA**  
N P M : 2003110214  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **PENGELOLAAN INSTAGRAM @EXPLORE  
\_SIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
DAN INFORMASI MASYARAKAT DI KOTA  
PEMATANG SIANTAR**

Medan, 24 Oktober 2024

PEMBIMBING

  
**Dr. MUHAMMAD SAID HARA HAP, S.Sos., M.I.Kom**  
NIDN. 0109077302

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI

  
**AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom**  
NIDN. 0127048401

  
  
**Dr. ARIFFIN SALEH, S.Sos, M.SP**  
NIDN. 0030017402

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya **SATRIA KESUMA**, NPM. 1903100027, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, menciplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Agustus 2024

Yang menyatakan



**SATRIA KESUMA**

**PENGELOLAAN INSTAGRAM @EXPLORE\_SIANTAR SEBAGAI  
MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI MASYARAKAT DI KOTA  
PEMATANGSIANTAR**

**SATRIA KESUMA  
2003110214**

**ABSTRAK**

Instagram sebagai media komunikasi dan informasi merupakan salah satu media sosial yang paling diminati dengan cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di Pematangsiantar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan akun Instagram @Explore\_Siantar harus merancang konsep dan tujuan yang jelas dan informatif. Menjadikan pengelolaan akun Instagram menjadi media komunikasi dan informasi dengan mempromosikan tempat-tempat lokal seperti menampilkan berbagai tempat menarik serta menjadikan jendela dunia terhadap keindahan dan kekayaan budaya Kota Pematangsiantar. Media sosial, terutama Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan dan mempromosikan tempat-tempat lokal dan dapat berkontribusi dalam pengembangan komunitas lokal.

**Kata kunci:** Komunikasi, Informasi, Pengelolaan, Media Sosial, Instagram

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“PENGELOLAAN INSTAGRAM @EXPLORE\_SIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI MASYARAKAT DI KOTA PEMATANGSIANTAR”**. sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian proposal ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom, selaku wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos, M.I.kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Muhammad Said Harahap, S,Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan nasihat selama membimbing mahasiswa.
8. Ayahanda Mesdi dan Ibunda tercinta Murni yang telah mengasuh dan membesarkan peneliti dengan rasa cinta dan kasih sayang, yang memberikan dorongan serta semangat selama peneliti menjalani Pendidikan ini.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Soosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Seluruh sahabat yaitu U'um Ummayah, Ridho Hasbullah, Rizky Affandi, Mhd Fauzan Hakik, Farhan Alam yang telah memberikan bantuan saran – saran dan dukungan serta motivasinya.

Akhirnya peneliti mengharapkan proposal ini bermanfaat bagi kita semua.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya pada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat.

Medan, Agustus 2024

Penulis

**SATRIA KESUMA**  
**2003110214**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 URAIAN TEORITIS .....</b>	<b>7</b>
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi .....	8
2.1.2 Tahap Penetapan Komunikasi .....	9
2.2 Informasi.....	10
2.2.1 Syarat – Syarat Informasi .....	11
2.3 Pengelolaan.....	12
2.3.1 Tujuan Pengelolaan .....	13
2.3.2 Fungsi Pengelolaan.....	13
2.4 Media Sosial .....	14
2.5 Instagram .....	17
2.5.1 Sejarah Instagram .....	17
2.5.2 Pengertian Instagram .....	17
2.5.3 Keunggulan Instagram.....	18
2.5.4 Fitur – Fitur Instagram.....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	18

3.2	Kerangka Konseptual.....	18
3.3	Defenisi Konsep.....	19
3.4	Kategorisasi Penelitian .....	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6	Teknik Analisis Data .....	23
3.7	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	24
3.8	Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	25
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>26</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	26
4.1.1	Data Informan.....	27
4.1.2	Hasil Wawancara Informan.....	27
4.1	Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>		<b>44</b>
5.1	Simpulan .....	44
5.2	Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Instagram @Explore_Siantar.....	20
--	----

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kerangka Konseptual .....	18
Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian .....	21

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi komunikasi dan informasi semakin canggih dan berkembang pesat. Dengan semakin canggihnya teknologi komunikasi juga semakin memudahkan kita dalam melakukan kehidupan sehari-hari, terutama dalam mencari dan menerima informasi dengan menggunakan internet. Teknologi komunikasi menjadi perangkat yang semakin memudahkan orang-orang untuk menjalankan atau mengerjakan berbagai kegiatan di kehidupan sehari-hari.

Perkembangan komunikasi telah banyak memberikan perubahan pada pola komunikasi. Salah satu hal yang dipengaruhi oleh teknologi yaitu munculnya media baru atau yang biasa dikenal internet. Internet merupakan media yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari segala hal yang ingin diketahui ataupun hanya untuk eksistensi, salah satunya blog, Instagram, maupun youtube. Internet memberikan sensasi baru dengan dapat memberikan jenis interaksi sosial baru dengan interaksi sebelumnya. Jika pada zaman dulu masyarakat hanya dapat berinteraksi dengan cara bertatap muka, akan tetapi sekarang masyarakat dapat berinteraksi tanpa bertemu secara langsung, seperti yang kita lakukan interaksi secara online dimana kita berkomunikasi tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini dalam melakukan interaksi sosial (Vermesan et al., 2020).

Kemudahan akses internet kemudian melahirkan salah satu layanan yaitu jejaring sosial. Media sosial merupakan sarana yang dipergunakan untuk

berinteraksi dengan teman, saudara maupun kolega, yang awalnya dirancang untuk kebutuhan internal. Media sosial dapat dikatakan sebagai media online karena dalam penggunaannya membutuhkan internet. Di dalam media sosial interaksi tidak hanya melalui tulisan, namun interaksi dapat juga dilakukan dengan menggunakan visual dan video (Putra et al., 2018).

Masyarakat Indonesia sangat senang berkomunikasi melalui internet karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi sehingga terbentuklah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan masyarakat lain dengan menggunakan jaringan internet. Media sosial saat ini digunakan juga untuk mencari informasi, bahkan beberapa media sosial telah mengadakan fitur khusus untuk berita. Berbagai macam media sosial tersebar dan digunakan di seluruh dunia. Masyarakat Indonesia mengikuti perubahan media, terutama media online yaitu media sosial membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial (Andarsih & Mayangsari, 2018).

Salah satu media sosial yang paling diminati saat ini adalah Instagram. Instagram berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Penggunaan media sosial dianggap menjadi gerakan yang tepat dan sesuai, Hal ini disebabkan oleh mudahnya dalam mengakses, murah, dan juga cepat. Penilaian tepat disebabkan dengan informasi yang diperoleh akan lebih terbaru dan dapat dibuka secara berulang dan tepat sasaran, memperoleh langsung *feedback* melalui pemanfaatan sarana chat online, dan juga kolom komentar.

Kota Pematangsiantar merupakan salah satu Kota di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, yang merupakan *enklave* dari Kabupaten Simalungun. Karena letak Pematangsiantar yang strategis, kota ini dilalui oleh Jalan Raya Lintas Sumatera. Kota Pematangsiantar memiliki wisata, budaya dan kuliner yang berlimpah, namun usaha pemerintah daerahnya dalam menginformasikan hal itu kurang. Pemerintah Kota Pematangsiantar masih terlalu fokus pada media lama seperti billboard (papan iklan), spanduk, umbul-umbul, banner, dan baliho yang menghabiskan banyak dana namun jangkauannya sempit. Kegelisahan ini akhirnya ditindaklanjuti oleh @Explore\_Siantar, @Explore\_Siantar dikelola oleh Pemuda Asal Kota Pematangsiantar bernama M Deny Gusman Salayan sebab keinginan untuk lebih mengenalkan Kota Pematangsiantar dan sebagai ruang berkomunikasi masyarakatnya untuk ikut berpartisipasi dalam membangun Kota Pematangsiantar yang lebih baik. Keterbatasan info dari pemerintah yang cukup sulit di akses. Sulitnya menyuarakan aspirasi terhadap pemerintahan dan media sosial pemerintahan yang seringkali tidak *up to date* dalam mengabarkan kebijakan dan informasi menjadi kegelisahan. Di dasari hal tersebut terbentuklah @Explore\_Siantar sebagai *cyberspace* masyarakat Kota Pematangsiantar.

@Explore\_Siantar bergerak di dua akun media sosial yaitu Instagram dan

Facebook. Instagram yang mempunyai fitur *share post* ke media sosial lain menjadikan @Explore\_Siantar lebih sering mengunggah postingannya di instagram, sebab lebih cepat dan mudah. Akun instagram @Explore\_Siantar memposting segala sesuatu tentang Kota Pematangsiantar, baik kuliner, acara, destinasi wisata, potensi wisata, maupun kekayaan budaya. @Explore\_Siantar sudah mempunyai 154.000 lebih *followers* yang setiap harinya bertambah dan memiliki 10.100 postingan. Setiap harinya akun @Explore\_Siantar memposting gambar dan video berbeda dan beragam melalui *feed* ataupun *instastory*. Setiap hari juga selalu ada *followers* yang menandai @Explore\_Siantar dalam fotonya sehingga konten juga selalu baru. @Explore\_Siantar mempunyai semangat berbagi informasi. Informasi memiliki peran yang sangat penting terlebih masyarakat sedang menuju era masyarakat informasi (*Information society*) atau masyarakat ilmu pengetahuan (*knowledge society*). Akan tetapi segala bentuk kemudahan akses informasi dengan hadirnya internet bukanlah suatu masalah atau hambatan. Oleh karena itu, baik komunikator maupun komunikan perlu selektif dengan semakin banyaknya varian pesan yang ada. Kita juga harus selektif terhadap suatu informasi., dan memastikan bahwa informasi yang kita dapatkan adalah informasi yang baik dan bermanfaat. Terlebih dengan hadirnya internet (termasuk jejaring sosial) sebagai media baru, memberikan beragam kemungkinan mendapatkan informasi yang tidak baik. Karena itulah, kita harus lebih selektif, teliti, dalam menerima informasi. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini akan menjelaskan bagaimana **Pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Masyarakat Di Kota**

## **Pematangsiantar.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti kemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah “Bagaimana pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di kota Pematangsiantar?”.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di kota Pematangsiantar.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

#### **1) Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dalam penelitian yang akan datang dan memperkaya referensi dalam bidang komunikasi politik. Peneliti juga berharap, penelitian ini dapat melengkapi penelitian penelitian terdahulu terkait pengelolaan instagram sebagai media komunikasi.

#### **2) Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan terhadap pihak pihak yang membutuhkan penelitian pengelolaan instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi kepada masyarakat kota Pematangsiantar.

### 3) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai sumber pengetahuan di ranah akademis, terutama di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisi tentang penjelasan dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

### **BAB II: URAIAN TEORITIS**

Pada uraian teoritis menjelaskan dan menguraikan teori tentang ilmu komunikasi, informasi, strategi komunikasi, dan Instagram.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada uraian teoritis menjelaskan dan menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konseptual, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisi data, waktu dan lokasi penelitian, deskripsi ringkas objek penelitian.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang hasil penelitian dan tentang pembahasan penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

Bagian penutup isi merupakan uraian dan pengejlasan tentang simpulan dan saran.

## BAB 2

### URAIAN TEORITIS

#### 2.1 Komunikasi

Menurut (Effendy, 2001) komunikasi (*communication*) berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksudnya bila seseorang mengadakan kegiatan komunikasi dengan suatu pihak, maka orang tersebut cenderung berusaha untuk persamaan arti dengan pihak yang menjadi lawan komunikasinya atau menyamakan dirinya dengan yang diajaknya berkomunikasi. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran, kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan” (Mulyana, 2016).

Komunikasi adalah suatu proses pengalihan informasi (pesan) dari seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Komunikasi sendiri memiliki beberapa fungsi tergantung tujuan suatu komunikasi tersebut di antaranya, sebagai informasi, hiburan, pendidikan, dan membentuk opini publik. Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lawrence D. Kincaid, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Komunikasi dapat dilakukan dengan langsung dan tidak langsung, tergantung pada kebutuhan dan tuntutan serta tujuan yang ingin dicapai. Dalam komunikasi bahwa komunikator merupakan hal yang penting dalam proses penyebaran informasi, penerimaan informasi yang baik dapat diterima oleh komunikan bergantung pada baik atau buruknya komunikaor dalam menyampaikan pesan dan menggunakan media. Dengan demikian, untuk mengefektifkan interaksi melalui berkomunikasi dibutuhkan strategi yang tepat (Tenerman & Yenni, 2022).

### **2.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi**

Harold Lasswell mengatakan dalam karyanya berjudul “*The Structure and Function of Communication in Society*” yang dikutip dalam buku Onong Uchana Effendy mengatakan bahwa cara yang baik dalam menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who say what, in which channel, to whom, with what effect?*” (siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa). Pernyataan ini menunjukkan bahwa komunikasi terdiri dari 5 unsur yaitu :

- 1) Komunikator (*communicator, sender, source*), komunikator yang menyampaikan informasi pada sejumlah orang atau hanya seorangan.
- 2) Pesan (*message*), pesan atau informasi yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- 3) Media (*channel*), saluran komunikasi tempat berlalunya informasi dari komunikator kepada komunikan.
- 4) Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*), komunikan yang menerima informasi dari komunikator.

- 5) Efek (*effect, impact, influence*), tanggapan atau seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa informasi atau pesan.

### **2.1.2 Tahap Penetapan Komunikasi**

Adapun tahapan-tahapan dalam penetapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara yaitu :

- 1) Menetapkan komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Karena itu jika proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

- 2) Menetapkan target sasaran

Untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat, para peneliti sering kali memulai dengan cara memetakan (*scanning*) karakteristik masyarakat.

- 3) Penetapan tim kerja

Untuk melaksanakan proses atau program komunikasi, diperlukan tim kerja yang dapat memahami tugas-tugas komunikasi yang akan dilaksanakan.

- 4) Teknik menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

- 5) Memilih media dan saluran komunikasi

Media atau saluran komunikasi dibagi menjadi dua yaitu, media lama

(media cetak) dan media baru (internet).

6) Penyebarluasan media komunikasi

Penyebarluasan berita sangat menentukan keberhasilan suatu program, sebab jika tidak selain buang waktu dan tenaga juga bisa menjadi pemborosan dari segi uang. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik, dan jangkauan media itu sendiri.

7) Penyusunan jadwal kegiatan (*time schedule*)

Menetapkan jadwal kegiatan (*time schedule*) untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan kita lakukan.

8) Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penelitian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Efektivitas suatu program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi.

## **2.2 Informasi**

Informasi menurut adalah hasil dari pemrosesan data yang relevan dan memiliki manfaat bagi penggunanya (Lumbangaol & Ridho, 2020). Informasi merupakan sebuah data yang dikelola menjadi sesuatu yang lebih bernilai tinggi bagi penerima guna untuk membantu membuat sebuah pengambilan keputusan (Lim & Ridho, 2021).

Arus informasi semakin mudah disebarkan. Begitu pula teknologi yang

menghantarkan informasi yang begitu cepat perkembangannya. Publik sebagai sasaran atau target penyediaan informasi tentu sangat diuntungkan dengan perkembangan teknologi komunikasi masa kini (Hidayat & Ginting, 2018).

Informasi adalah sebuah konsep yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkupnya masing-masing dan terekam pada sejumlah media. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa Informasi adalah kumpulan data yang telah diolah, diproses, dan dimodifikasi sehingga data tersebut memiliki arti atau makna bagi penggunanya (Ayub, 2019).

### **2.2.1 Syarat – Syarat Informasi**

Menurut (Saleh, 2018) Syarat – Syarat Informasi yaitu:

#### **1) Informasi Harus Akurat**

Sebuah informasi harus akurat karena dari sumber informasi hingga penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut. Informasi dikatakan akurat apabila informasi tersebut tidak bias atau menyesatkan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya.

#### **2) Informasi Harus Tepat Waktu**

Informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, datangnya tidak boleh terlambat (usang). Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai nilai yang baik, karena informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan.

#### **3) Informasi Harus Relevan**

Informasi dikatakan berkualitas jika relevan bagi pemakainya. Hal ini

berarti bahwa informasi tersebut harus bermanfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.

### **2.3 Pengelolaan**

Pengelolaan berasal dari kata kelola, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti memimpin, mengendalikan, mengatur, dan mengusahakan agar lebih baik, lebih maju, serta bertanggung jawab atas pekerjaan tertentu. Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan (Salim, 2001).

Pengelolaan bisa diartikan sebagai manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan (Handyaningrat, 2011).

Menurut pengertian lain, pengelolaan adalah *substantifa* dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian, pengelolaan menghasilkan sesuatu dan sesuatu itu merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya (Arikunto, 1998).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengelolaan adalah suatu cara atau proses yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan agar berjalan efektif dan efisien.

### **2.3.1 Tujuan Pengelolaan**

Tujuan pengelolaan adalah segenap sumber daya yang ada seperti: sumber daya manusia, peralatan atau sarana yang ada dalam suatu organisasi dapat digerakkan sedemikian rupa, sehingga dapat menghindarkan dari segenap pemborosan waktu, tenaga dan materi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Terdapat beberapa tujuan pengelolaan, yaitu:

- 1) Untuk pencapaian tujuan organisasi berdasarkan visi dan misi.
- 2) Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Pengelolaan dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.
- 3) Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satu cara yang umum yaitu efisien dan efektivitas.

### **2.3.2 Fungsi Pengelolaan**

Menurut George R Terry juga mengemukakan fungsi pengelolaan antara lain *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (menggerakkan), dan *Controlling* (pengawasan) (Terry, 2013).

- 1) Perencanaan (*Planning*) adalah pemilihan fakta-fakta dan usaha menghubungkan fakta satu dengan lainnya, kemudian membuat perkiraan dan peramalan tentang keadaan dan perumusan tindakan untuk masa yang akan datang yang sekiranya diperlukan untuk mencapai hasil yang dikehendaki.

- 2) Pengorganisasian (*Organizing*) diartikan sebagai kegiatan mengaplikasikan seluruh kegiatan yang harus dilaksanakan antara kelompok kerja dan menetapkan wewenang tertentu serta tanggung jawab sehingga terwujud kesatuan usaha dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Penggerakan (*Actuating*) adalah menempatkan semua anggota daripada kelompok agar bisa bekerja secara sadar untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan perencanaan dan pola organisasi.
- 4) Pengawasan (*Controlling*) diartikan sebagai proses penentuan yang dicapai, pengukuran dan koreksi terhadap aktivitas pelaksanaan dan bilamana perlu mengambil tindakan korektif terhadap aktivitas pelaksanaan dapat berjalan menurut rencana.

#### **2.4 Media Sosial**

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah melahirkan berbagai inovasi baru dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah hadirnya media sosial. Media sosial merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia dalam menjalankan segala rutinitas dalam kehidupan sehari-hari (Lubis, Hidayat(B), Hardiyanto, Ananda, & Anfasa, 2022).

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti Tengah, perantara atau pengantar. Van Dijk dalam Nasrullah (2014) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator)

online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Di dunia digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu bentuk komunikasi pemasaran. Contohnya adalah periklanan atau pemasaran produk. Hal ini dikarenakan hampir semua orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi satu sama lain. Media sosial memudahkan masyarakat mendapatkan informasi. Media sosial juga banyak digunakan untuk mempromosikan hiburan, bahkan untuk membantu karir dan promosi bisnis. Media sosial yang dibutuhkan adalah Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram dan masih banyak platform media sosial lainnya .

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2014) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *User-Generated Content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Menurut Nasrullah (2014) media sosial memiliki karakteristik khusus yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi diperlukan karena untuk bisa terjalinnya komunikasi maka diperlukan penghubung dengan computer.

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi hal penting di media sosial karena pengguna media

sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

### 3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

### 4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk interaksi antara pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan dan pengikut, tetapi harus dibangun dengan interaksi antara pengguna.

### 5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

### 6. Konten oleh pengguna (*User-Generated Content*)

Pada media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna pemilik akun. *User-generated content* merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

Saat ini, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang paling kuat dan/atau paling banyak digunakan, terutama di kalangan anak muda. Efektif atau tidaknya kita berkomunikasi di media sosial dapat mempengaruhi tatanan sosial saat ini. Itu sebabnya penting untuk menjaga kemampuan komunikasi yang baik

saat menggunakan media sosial ( (Harahap & Mujahiddin, 2017).

## **2.5 Instagram**

### **2.5.1 Sejarah Instagram**

*Instagram* awalnya dikembangkan untuk *platform IOS* oleh *startup* bernama *Burbn, Inc* yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolusioner instagram*. Peluncuran *instagram* pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjangkit 25 ribu pengguna di hari pertama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna *instagram* dengan cepat meningkat menjadi satu juta orang. Pada 3 April 2012, *instagram* resmi rilis untuk sistem operasi Android, aplikasi media sosial ini berhasil diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari (Burhanudin et al., 2019).

*Instagram* sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012 (Widjaja & Winarso, 2019).

### **2.5.2 Pengertian Instagram**

*Instagram* berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “*foto instan*”. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial,

termasuk milik instagram sendiri. Penyebaran foto melalui Instagram memiliki fungsi bukan hanya sekadar ilustrasi atau pun pendukung sebuah berita semata tetapi juga membuat pemberitaan menjadi lengkap, akurat dan menarik (Harahap M. S., 2021).

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya (Atmoko, 2012).

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna dan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan merespon suka terhadap foto atau video yang dibagikan.

### **2.5.3 Keunggulan Instagram**

Instagram memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu mudah dipahami, tidak ada batasan waktu, mudah digunakan, serta mudah dalam memberikan hal-hal yang bersifat baru. Keunggulan Instagram menurut (Sugiarto, 2018) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Mudah Dipahami

Semua orang dapat membagikan foto atau video dengan orang lain dengan mudah. Gambar adalah bahasa universal, sehingga mudah untuk cepat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

2) Waktu Tayang 24 Jam Instagram aktif 24 jam penuh.

Jadi setiap konten yang diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimanapun mereka berada oleh pengguna lain.

3) Kemudahan Penggunaan

Tampilan dan penggunaan instagram sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup *scroll* layar untuk melihat foto baru, double tap untuk melakukan like. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

4) Mudah Menyampaikan Hal Baru

Rasa keingintahuan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi tentang suatu hal yang baru salah satu alasan instagram lebih menonjolkan gambar daripada teks untuk menyampaikan produk baru dengan konsep unik agar mudah dipahami.

#### **2.5.4 Fitur – Fitur Instagram**

Ada beberapa fitur yang menarik yang ada pada instagram yaitu :

1) Judul pada foto atau *caption*

Bertujuan untuk menginformasikan pesan yang ingin disampaikan dan memperkuat karakter sebuah postingan

2) *Hashtag*

Tanda pagar yang berfungsi untuk mengelompokkan tema agar lebih spesifik pada media sosial serta mempermudah pengguna untuk mencari sebuah topik yang saling berkaitan. Tanda pagar ini juga digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempermudah dalam mempromosikan barang jasa atau sebuah tempat wisata agar memudahkan calon pembeli atau pengunjung mendapatkan informasi

3) *Follow*

Fitur untuk mengikuti sebuah akun atau menambahkan pertemanan pada sebuah akun, sedangkan followers merupakan pengguna yang sudah mengikuti sebuah akun tertentu.

4) *Comment*

Fitur yang disediakan untuk memberikan pemikiran, gagasan, ide, melalui kata-kata yang bersifat positif maupun negatif, baik itu kritik, saran, ataupun sanjungan.

5) Tanda Suka (*like*)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

6) *Mentions*

Merupakan sebuah fitur yang berfungsi untuk menambahkan akun lain dengan menyematkan tanda aroba (@) kemudian dimasukkan ke dalam pemilik akun tersebut.

7) *Instagram Story*

*Instagram story* adalah fitur yang ditawarkan untuk mengunggah foto atau video dalam 15 detik namun hanya bertahan 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video yang diunggah tidak ditampilkan kembali.

8) *Instagram TV*

*Instagram TV* adalah fitur untuk mengunggah video yang berdurasi lebih dari satu menit.

## BAB 3

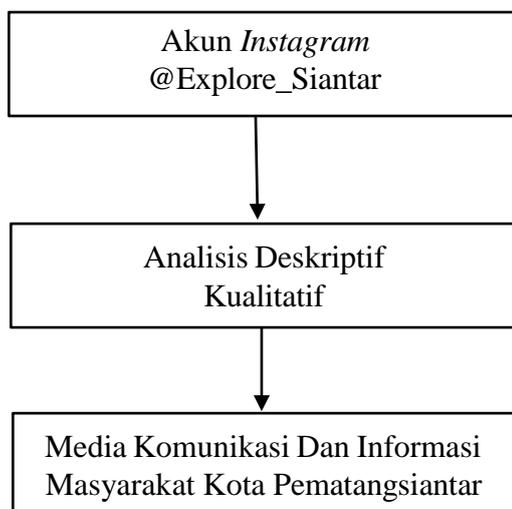
### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk mengaktualisasikan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat kota Pematangsiantar. Penelitian kualitatif menekankan pada data berupa kata-kata tertulis dan gambar secara sistematis, faktual dan akurat mengenai realita yang akan diselidiki untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam bentuk uraian agar memperoleh hasil dan kesimpulan. Peneliti berusaha untuk memaparkan gambaran akan fenomena tanpa perlu melakukan hipotesis dan menemukan kebenaran dalam mencari informasi secara mendalam dan jelas.

#### 3.2 Kerangka Konseptual

**Tabel 3.1 Kerangka Konseptual**



**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

### **3.3 Defenisi Konsep**

#### **1) Akun *Instagram* @Explore\_Siantar**

Akun instagram @Explore\_Siantar pertama kali dibuat oleh seorang pemuda bernama M Deny Gusman Salayan asal Kota Pematangsiantar. Pada awalnya akun ini dibuat untuk berbagi tentang lokasi wisata atau spot foto yang ada di daerah Kota Pematangsiantar dan Sekitarnya. Namun seiring berkembangnya media sosial terutama pada aplikasi instagram, akun @Explore\_Siantar mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam hal followers atau pengikut. Karena semakin berkembangnya akun instagram ini mulai dijadikan wadah untuk berbagi dan bertukar informasi.

Dengan jumlah *followers* yang semakin meningkat maka sang pemilik akun atau admin pertama yang membuat instagram inipun memutuskan untuk ikut juga membagikan informasi tentang wisata di Kota Pematangsiantar dan sekitarnya. Setelah semakin berkembang instagram ini juga mulai memiliki banyak pemegang admin agar bisa memanage semua informasi yang akan dibagikan melalui akun @Explore\_Siantar. Selain itu, @Explore\_Siantar selalu memberikan informasi terupdate yang ada di Kota Pematangsiantar. Saat ini jumlah *followers* @Explore\_Siantar sudah mencapai 157.000 *followers* dan akan terus bertambah, @Explore\_Siantar sudah mempost 10.198 kali.

**Gambar 3.1 Instagram @Explore\_Siantar**



**Sumber:**

[https://www.instagram.com/explore\\_siantar?igsh=MWQ3ZWJldG5pdHBqYg==](https://www.instagram.com/explore_siantar?igsh=MWQ3ZWJldG5pdHBqYg==)

## **2) Analisis Deskriptif Kualitatif**

Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan keilmuan. Metodologi kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan di masyarakat. Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan dan menggambarkan data-data secara sistematis, jelas, faktual serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

## **3) Media Komunikasi Dan Informasi Masyarakat Kota Pematang Siantar**

@Explore\_Siantar merupakan salah satu media komunikasi dan informasi masyarakat Kota Pematangsiantar untuk menyampaikan informasi secara praktis, mudah di akses dan dapat dengan cepat diketahui masyarakat. Saat ini, hampir seluruh masyarakat sudah memiliki akun Instagram sehingga hanya instagram yang praktis untuk digunakan sebagai media berkomunikasi oleh masyarakat.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

**Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi</b>	<b>Kategori</b>
Akun <i>Instagram</i> @Explore_Siantar	Akun instagram @Explore_Siantar pertama kali dibuat oleh seorang pemuda asal Kota Pematangsiantar	Informatif
Analisis kualitatif	Jenis penelitian Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan keilmuan komunikasi	Faktual
Media Komunikasi Dan Informasi Masyarakat Kota Pematangsiantar	@Explore_Siantar merupakan salah satu Media Komunikasi Dan Informasi Masyarakat Kota Pematangsiantar untuk menyampaikan informasi secara praktis, mudah di akses dan dapat dengan cepat diketahui masyarakat.	Manfaat

**Sumber: Olahan Peneliti, 2024**

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan riset Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik ini digunakan peneliti untuk mendapatkan jawaban terbaik dari pertanyaan penelitian. Analisis data ini adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasi ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Adapun proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data, artinya peneliti dalam mengumpulkan data juga menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

#### **1) Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data dan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti. Teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung. Tampaknya pengamatan langsung merupakan alat yang ampuh untuk mengetes suatu kebenaran. Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakannya kepada subyek, tetapi karena ia hendak memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, jalan yang ditempuh adalah mengamati sendiri yang berarti mengalami langsung peristiwanya.

#### **2) Dokumentasi**

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Dalam menganalisis data untuk mengetahui bagaimana @Explore\_Siantar menjadi media komunikasi pemerintah Kota Pematangsiantar

kepada masyarakat Pematangsiantar hingga masyarakat lain. Melakukan pengamatan apakah @Explore\_Siantar dapat mempermudah masyarakat mengetahui informasi.

### **3) Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2018).

Wawancara dalam memperoleh data kualitatif dapat dibedakan menjadi tiga pendekatan dasar yaitu wawancara informal, wawancara dengan pedoman umum dan wawancara dengan pedoman terstandart yang terbuka. Penelitian ini menggunakan wawancara dengan pedoman umum yaitu peneliti hanya mencantumkan poin-poin penting yang akan membantu mengarahkan proses wawancara agar tetap fokus dan dilakukan secara bertahap dengan tujuan agar peneliti dapat lebih dahulu melakukan percakapan yang baik dengan responden penelitian. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan, keterbukaan, dan hubungan yang hangat pada diri responden terhadap peneliti. Wawancara lanjutan dilakukan sesuai dengan kesediaan responden penelitian tetapi tetap pada kontrol peneliti.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Analisis data model interaktif, dikemukakan oleh (Miles & Huberman, 1984). Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu (Nugrahani, 2014) :

### **1) Reduksi Data**

Komponen pertama dalam analisis data kualitatif adalah reduksi data. Dalam reduksi data peneliti melakukan proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penggalian data di lapangan. Proses reduksi ini dilakukan secara terus menerus sepanjang penelitian masih berlangsung, dan pelaksanaannya dimulai sejak peneliti memilih kasus yang akan dikaji.

### **2) Sajian Data**

Komponen kedua dalam analisis kualitatif adalah sajian data. Sajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data ini merupakan suatu rakitan organisasi informasi, dalam bentuk deskripsi dan narasi yang lengkap, yang disusun berdasarkan pokok-pokok temuan yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan menggunakan bahasa peneliti yang logis, dan sistematis, sehingga mudah dipahami.

### **3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.**

Makna adalah hal penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus berusaha menemukan makna berdasarkan data yang telah digali secara teliti, lengkap, dan mendalam. Bagaimana cara menarik simpulan untuk memperoleh makna peristiwa yang ditelitinya, perlu dipikirkan dengan hati-hati.

## **3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **1) Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2024 sampai Agustus 2024.

## **2) Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Karena objek penelitian ini adalah pada akun instagram @Explore\_Siantar maka penelitian ini dilakukan melalui media sosial atau online.

### **3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian**

Akun instagram @Explore\_Siantar adalah salah satu media online yang menjadi media komunikasi Kota Pematangsiantar. Akun instagram @Explore\_Siantar menjadi akun pertama yang menginformasikan tentang Kota Pematangsiantar dan sekitarnya di media sosial. Setelah diupload, postingan banyak menarik komentar masyarakat. Dari peristiwa ini menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peran akun @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi pemerintah Kota Pematangsiantar.

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara untuk mengetahui tentang pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di Kota Pematangsiantar.

Penelitian ini menemukan bahwa berdasarkan pengamatan yang dilakukan, Instagram bertujuan untuk mengeksplorasi dan mempromosikan tempat-tempat menarik di Pematangsiantar. Dengan cara melakukan postingan foto maupun video yang sudah terstruktur dan konsisten untuk menetapkan jadwal postingan yang teratur. Menampilkan berbagai tempat menarik di Pematangsiantar, seperti restoran, kafe, tempat wisata, dan acara lokal, untuk meningkatkan kesadaran dan menarik kunjungan dari masyarakat maupun wisatawan. Hal ini menjadi prioritas utama karena Instagram akan memberikan wawasan berharga untuk menyesuaikan strategi dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Salah satu strategi penting dalam mengelola konten agar tetap relevan dan menarik bagi pengikut @explore\_siantar adalah menggunakan tren terbaru yang relevan dengan konten untuk meningkatkan visabilitas dan jangkauan. Ini sangat membantu untuk menarik audiens baru yang tertarik dengan topik yang sedang tren. Biasanya tempat wisata maupun kuliner lokal selalu menjadi daya tarik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan.

#### **4.1.1 Data Informan**

Proses pengumpulan data yang peneliti lakukan dimulai dari Rabu, 10 Juli 2024 dengan tatap muka dan menggunakan metode wawancara terstruktur. Untuk proses wawancara peneliti membuat 10 pertanyaan untuk informan. Pada bagian tahap wawancara ini dilakukan dengan 1 informan yang dianggap memiliki representasi dan kompetensi terhadap objek penelitian. Informan yang berjumlah 2 orang merupakan sebagai admin Instagram @Explore\_Siantar. Adapun data informan hasil penelitian ini yaitu:

##### Informan I

1. Nama : M Denny Gusman Salayan
2. Jenis kelamin : Laki Laki
3. Usia : 32 Tahun

##### Informan II

1. Nama : Ragel Maulana
2. Jenis Kelamin : Laki Laki
3. Usia : 25 Tahun

#### **4.1.2 Hasil Wawancara Informan**

Peneliti mendapatkan data tentang Pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di Kota Pematangsiantar melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara. Untuk lebih jelasnya dibawah ini peneliti akan menguraikan temuan yang peneliti temukan dilapangan. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah ditulis pada Bab 1 yaitu untuk menganalisis bagaimana pengelolaan Instagram

@Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di Kota Pematangsiantar.

Komunikasi merupakan kegiatan proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih secara timbal balik dari pemberi informasi atau komunikator kepada penerima informasi atau komunikan. Media merupakan salah satu komponen dalam komunikasi yang dapat memperlancar kegiatan komunikasi. Media komunikasi adalah suatu media yang memfasilitasi terjadinya komunikasi. Salah satu media komunikasi yang sedang banyak digunakan adalah media sosial.

Dalam hal ini ketika peneliti menanyakan kepada informan terkait bagaimana awal mula membuat dan mengelola akun Instagram @Explore\_Siantar. Informan I bernama Denny menjawab :

“Membuat dan mengelola akun Instagram seperti @Explore\_Siantar dimulai dengan merancang konsep dan tujuan yang jelas. Akun ini mungkin bertujuan untuk mengeksplorasi dan mempromosikan tempat-tempat menarik di Siantar, sehingga penting untuk merencanakan jenis konten yang akan diposting, seperti foto, video, dan deskripsi yang informatif. Setelah menentukan konsep, langkah selanjutnya adalah membuat akun dengan nama yang sesuai dan mengisi profil dengan bio yang menarik serta foto profil yang representatif.

Konten berkualitas tinggi adalah kunci utama, jadi pastikan untuk memposting gambar dan video yang menarik dari berbagai lokasi di Siantar. Konsistensi juga penting, jadi tetapkan jadwal posting yang teratur. Selanjutnya, interaksi dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung akan membantu

membangun komunitas yang aktif. Promosi melalui penggunaan hashtag yang relevan dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat meningkatkan jangkauan akun. Terakhir, memantau kinerja postingan dengan alat analitik Instagram akan memberikan wawasan berharga untuk menyesuaikan strategi dan meningkatkan keterlibatan audiens”.

Dan Informan II yang bernama Ragel menjawab :

“Sebagai seorang admin Instagram, saya memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mengembangkan kehadiran online. Untuk mencapai tujuan tersebut, saya perlu memiliki strategi yang matang. Mulai dari menentukan tujuan yang jelas, mengenal audiens dengan baik, hingga membuat konten yang menarik dan relevan. Selain itu, memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram seperti Instagram Insights sangat penting untuk mengukur kinerja akun. Dengan menganalisis data yang ada, saya dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan membuat keputusan yang lebih data-driven. Jangan lupa untuk selalu berinteraksi dengan followers, menjawab komentar, dan membangun komunitas yang solid”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Apa tujuan utama dari akun @Explore\_Siantar dalam konteks menjadi media komunikasi dan informasi bagi masyarakat di Kota Pematangsiantar”. Kemudian Informan I bernama Denny menjawab :

“ Tujuan utama dari akun @Explore\_Siantar ini untuk promosi tempat-tempat local seperti menampilkan berbagai tempat menarik di Pematangsiantar. Seperti restoran, kafe, tempat wisata, dan acara lokal, untuk meningkatkan

kesadaran dan menarik kunjungan dari masyarakat maupun wisatawan. Kemudian untuk memberikan informasi dan berita local, dengan menyediakan update terkini tentang berita dan acara lokal, membantu masyarakat tetap terinformasi tentang perkembangan terbaru di kota Pematangsiantar. Dan yang terakhir sumber inspirasi dan rekomendasi, dengan demikian dapat memberikan rekomendasi tentang tempat-tempat dan aktivitas yang patut dicoba, serta berbagi cerita menarik yang dapat menginspirasi pengikut untuk mengeksplorasi lebih jauh kota mereka”.

Dan informan II yang bernama Ragel menjawab :

“Tujuan utama akun Instagram @Explore\_Siantar adalah untuk menjadi jendela bagi dunia terhadap keindahan dan kekayaan budaya Kota Pematangsiantar. Melalui platform ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan potensi wisata lokal, baik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar daerah. Selain itu, akun ini juga berfungsi sebagai media informasi yang akurat dan terkini tentang berbagai aspek kehidupan di Pematangsiantar, mulai dari event-event terkini, perkembangan infrastruktur, hingga kuliner khas. Dengan demikian, akun ini tidak hanya berperan dalam mempromosikan pariwisata, tetapi juga membangun rasa memiliki dan kebanggaan terhadap Kota Pematangsiantar di kalangan masyarakat. Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, diharapkan akun @Explore\_Siantar dapat berkontribusi dalam pengembangan Kota Pematangsiantar menjadi destinasi wisata yang lebih baik dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Bagaimana strategi

Anda dalam mengelola konten agar tetap relevan dan menarik bagi pengikut @Explore\_Siantar”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“Strategi yang digunakan dalam mengelola konten agar tetap relevan dan menarik adalah dengan cara kenali audiens, mengetahui siapa pengikut akun, minat mereka, demografi, dan preferensi konten. Gunakan data analitik Instagram untuk melacak tren dan pola interaksi audiens. Konten berkualitas dan beragam, pastikan konten yang dibagikan berkualitas tinggi dan beragam. Gabungkan foto dan video menarik dengan informasi berguna seperti ulasan tempat atau tips lokal. Rencanakan dan jadwalkan konten, buat kalender konten untuk posting secara teratur dan konsisten. Gunakan tren dan hashtag populer, gunakan tren dan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan. Interaksi dengan pengikut, aktif dalam berinteraksi melalui komentar, pesan langsung, dan Stories. Kolaborasi dan keterlibatan komunitas, berkolaborasi dengan influencer, bisnis, atau organisasi untuk menarik perhatian lebih banyak audiens. Monitor dan analisis kinerja, pantau performa konten dengan alat analitik Instagram untuk mengevaluasi kesuksesan dan mengoptimalkan strategi berdasarkan data”.

Informan II yang bernama Ragel menjawab :

“Untuk menjaga relevansi dan daya tarik akun @Explore\_Siantar, diperlukan strategi konten yang matang. Pemahaman mendalam terhadap minat dan preferensi pengikut adalah kunci utama. Dengan menyusun kalender konten yang terstruktur, variasi konten dapat dipertahankan, mulai dari foto, video, hingga reels. Kualitas konten juga menjadi faktor penting, baik dari segi visual maupun tulisan. Kolaborasi dengan influencer lokal dapat memperluas jangkauan

dan meningkatkan kredibilitas akun. Analisis data secara berkala melalui Instagram Insights sangat penting untuk mengukur efektivitas strategi yang diterapkan. Dengan terus beradaptasi dan melakukan eksperimen, akun @Explore\_Siantar dapat menjadi rujukan utama bagi siapa saja yang ingin mengenal lebih dekat Kota Pematangsiantar.

Dengan menerapkan strategi ini, akun @Explore\_Siantar tidak hanya akan menarik lebih banyak pengikut, tetapi juga membangun komunitas yang solid dan loyal”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Bagaimana Instagram explore\_siantar berkolaborasi dengan pemerintah atau lembaga lainnya untuk meningkatkan infrastruktur digital dan pendidikan di Kota Pematangsiantar?”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“Kolaborasi antara akun Instagram @Explore\_Siantar dan pemerintah atau lembaga lainnya untuk meningkatkan infrastruktur digital dan pendidikan di Kota Pematangsiantar dapat dilakukan dengan berbagai cara strategis. Pertama, akun ini dapat membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga pendidikan untuk mempromosikan program-program terkait, seperti pelatihan digital dan seminar edukasi. Melalui kampanye bersama, @Explore\_Siantar bisa menyebarkan informasi mengenai inisiatif pemerintah dan lembaga, serta menyelenggarakan event online seperti webinar yang menarik perhatian masyarakat. Konten edukasi seperti tutorial digital dan sumber daya pendidikan juga dapat dipublikasikan untuk membantu masyarakat meningkatkan keterampilan mereka. Selain itu, akun ini dapat berkolaborasi dalam proyek komunitas, menginformasikan tentang

proyek pengembangan infrastruktur digital, dan menyosialisasikan program pelatihan. Menampilkan testimoni dan studi kasus tentang keberhasilan proyek yang berkaitan dengan infrastruktur digital dan pendidikan juga bisa memberikan inspirasi dan informasi berharga kepada audiens. Terakhir, penggunaan survei dan polling untuk mengumpulkan feedback dari pengikut dapat membantu dalam merancang program yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan langkah-langkah ini, @Explore\_Siantar dapat memainkan peran penting dalam mendukung dan mempromosikan kemajuan di bidang digital dan pendidikan di Pematangsiantar”.

Informan II yang bernama Ragel menjawab :

“Instagram @Explore\_Siantar memiliki potensi besar untuk menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat dalam upaya meningkatkan infrastruktur digital dan pendidikan di Kota Pematangsiantar. Dengan jangkauan yang luas, akun ini dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi, mengedukasi masyarakat, dan menggalang dukungan.

Beberapa bentuk kolaborasi yang dapat dilakukan antara lain kampanye kesadaran digital, pemetaan infrastruktur digital, promosi program pemerintah, penggalangan dana, dan forum diskusi online. Melalui kampanye kesadaran digital, akun ini dapat memberikan edukasi tentang pentingnya literasi digital dan cara memanfaatkan teknologi secara bijak. Selain itu, akun ini juga dapat berperan aktif dalam mempromosikan program pemerintah yang bertujuan meningkatkan kualitas pendidikan dan akses terhadap teknologi.

Manfaat kolaborasi ini sangatlah besar. Tidak hanya meningkatkan akses

masyarakat terhadap teknologi, tetapi juga mempercepat proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program. Selain itu, kolaborasi ini juga dapat membangun citra positif Kota Pematangsiantar sebagai kota yang peduli dengan perkembangan teknologi dan pendidikan. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, Instagram @Explore\_Siantar dapat menjadi katalisator perubahan positif di Kota Pematangsiantar”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Bagaimana Anda mengukur keberhasilan @Explore\_Siantar sebagai media platform komunikasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan?”. Kemudian informan I Bernama Denny menjawab:

“Untuk mengevaluasi keberhasilan @Explore\_Siantar sebagai platform komunikasi, metode evaluasi kunci perlu diterapkan. Analisis metrik kinerja seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, dan tayangan konten di Instagram memberikan gambaran penerimaan konten dan jangkauannya. Evaluasi interaksi pengikut, termasuk komentar dan feedback, membantu memahami kualitas komunikasi. Survei langsung kepada audiens mengumpulkan umpan balik kepuasan konten. Pencapaian tujuan kampanye dan analisis konten juga penting. Pertumbuhan, retensi pengikut, dan hasil kolaborasi menunjukkan kontribusi akun dalam mencapai tujuan komunikasi”.

Informan II Bernama Ragel menjawab:

“Untuk menilai kesuksesan @Explore\_Siantar, perlu dilihat berbagai *Key Performance Indicator* (KPI) seperti pertumbuhan pengikut, tingkat keterlibatan, jangkauan konten, dan dampak terhadap perilaku pengguna. *Likes*, komentar,

*shares*, *click-through rate*, dan waktu di profil penting untuk menilai efektivitas konten. Analisis dengan Instagram *Insights* dan *Google Analytics* diperlukan untuk evaluasi dan penyesuaian strategi. Dengan menerapkan metode evaluasi ini, @Explore\_Siantar dapat secara efektif mengukur dan menilai keberhasilannya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Apa harapan dan rencana Anda kedepan untuk mengembangkan @Explore\_Siantar sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dan berdaya guna bagi masyarakat Kota Pematangsiantar?”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“Rencana pengembangan @Explore\_Siantar mencakup langkah-langkah penting untuk meningkatkan komunikasi efektif di Kota Pematangsiantar. Ini melibatkan keterlibatan audiens melalui konten interaktif dan relevan, serta memperluas kolaborasi dengan berbagai pihak. Acara atau kampanye yang melibatkan masyarakat, promosi teknologi terbaru, peningkatan kualitas konten, dan penerapan *feedback* pengikut juga menjadi fokus utama. Dengan langkah ini, diharapkan @Explore\_Siantar dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat”.

Informan II bernama Ragel menjawab:

“Visi kami adalah menjadikan @Explore\_Siantar sebagai pusat informasi dan komunitas bagi siapa saja yang tertarik dengan Kota Pematangsiantar. Untuk mencapai visi ini, kami akan terus berupaya diversifikasi konten dengan menghadirkan format yang lebih menarik seperti video, live Instagram, dan Reels. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak seperti pemerintah, UMKM lokal,

dan *Influencer* akan terus ditingkatkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas akun.

Analisis data yang mendalam akan menjadi kunci dalam pengambilan keputusan. Dengan memanfaatkan Instagram *insights* dan *tools* analisis lainnya, kami akan dapat mengidentifikasi tren, preferensi audiens, dan waktu posting yang optimal. Untuk meningkatkan *engagement*, kami akan lebih aktif dalam membalas komentar, mengadakan kontes dan *giveaway*, serta melibatkan pengikut dalam pembuatan konten melalui polls dan *Q&A*. Fokus pada kualitas konten juga akan menjadi prioritas utama. Dengan menyajikan visual yang menarik, tulisan yang informatif, dan menjaga konsistensi dalam tema, kami berharap dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

Dengan strategi yang komprehensif ini, kami yakin @Explore\_Siantar dapat menjadi sarana komunikasi yang lebih efektif dan berdaya guna bagi masyarakat Kota Pematangsiantar”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Bagaimana Anda berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait atau komunitas lokal dalam menyebarkan informasi melalui @Explore\_Siantar?”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“@Explore\_Siantar dapat berkolaborasi dengan pihak terkait atau komunitas lokal dalam menyebarkan informasi dengan beberapa langkah strategis. Pertama, menjalin kemitraan dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan bisnis lokal. Kedua, mengorganisir *event* atau kampanye kolaboratif yang melibatkan komunitas lokal. Ketiga, memanfaatkan konten buatan pengguna

untuk mempromosikan partisipasi aktif. Keempat, bekerja sama dengan influencer lokal untuk mencapai audiens yang lebih luas. Kelima, menyediakan ruang untuk *feedback* dan dialog dengan komunitas melalui fitur komentar, polling, atau pesan langsung. Langkah-langkah ini dapat membangun hubungan yang kuat dengan pihak dan komunitas lokal serta menyebarkan informasi secara efektif. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, @Explore\_Siantar dapat membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak dan komunitas lokal, serta menyebarkan informasi secara efektif dan berdampak positif bagi masyarakat Pematangsiantar”.

Informan II Bernama Ragel menjawab:

“Kolaborasi adalah kunci keberhasilan dalam mengembangkan @Explore\_Siantar. Dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah, UMKM lokal, komunitas, *Influencer*, media lokal, dan komunitas online, kita dapat memperluas jangkauan, meningkatkan kredibilitas, dan menciptakan konten yang lebih beragam. Strategi komunikasi yang efektif seperti penggunaan bahasa yang mudah dipahami, visual yang menarik, dan *call to action* yang jelas akan mendukung keberhasilan kolaborasi ini. Dengan demikian, kita dapat memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi masyarakat, serta mendorong mereka untuk terlibat aktif dalam mempromosikan Kota Pematangsiantar.

Melalui kolaborasi yang kuat, kita dapat membangun ekosistem yang saling mendukung dan berkontribusi pada pengembangan pariwisata dan ekonomi lokal.

Dengan terus berinovasi dan beradaptasi, kita dapat menjadikan @Explore\_Siantar sebagai platform yang semakin relevan dan bermanfaat bagi

masyarakat Kota Pematangsiantar”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam mengelola @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi bagi masyarakat Kota Pematangsiantar?”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“Mengelola @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi bagi masyarakat Kota Pematangsiantar menghadapi beberapa tantangan terbesar. Pertama, menjaga konsistensi dan relevansi konten bisa menjadi tantangan besar. Kedua, menghadapi keterbatasan sumber daya adalah tantangan yang signifikan. Ketiga, menghadapi persaingan dan saturasi informasi di media sosial. Keempat, menangani umpan balik negatif atau kontroversi. Kelima, mengukur dan menganalisis efektivitas dari strategi dan konten yang diterapkan bisa menjadi tantangan. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan perencanaan yang matang dan adaptasi yang cepat.”.

Informan II Bernama Ragel menjawab :

“Mengelola akun media sosial seperti @Explore\_Siantar sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat Kota Pematangsiantar memang penuh tantangan. Perubahan algoritma yang cepat, persaingan yang ketat, dan keterbatasan sumber daya adalah beberapa kendala yang sering dihadapi. Selain itu, tantangan spesifik seperti keterbatasan informasi, kurangnya partisipasi masyarakat, dan infrastruktur internet yang belum merata juga perlu dipertimbangkan. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan komitmen yang kuat untuk terus belajar, berinovasi, dan beradaptasi. Dengan fokus pada kualitas konten,

membangun jaringan yang kuat, dan menerima masukan dari masyarakat, diharapkan @Explore\_Siantar dapat terus berkembang dan menjadi sumber informasi yang relevan dan terpercaya bagi masyarakat Kota Pematangsiantar”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan yaitu “Apa pesan atau nasihat yang ingin Anda sampaikan kepada masyarakat Kota Pematangsiantar terkait peran dan manfaat dari mengikuti @Explore\_Siantar di Instagram sebagai sumber informasi lokal?”. Kemudian informan I bernama Denny menjawab:

“Pesan yang ingin saya sampaikan kepada masyarakat Kota Pematangsiantar terkait peran dan manfaat dari mengikuti @Explore\_Siantar di Instagram adalah sebagai berikut:

Mengikuti @Explore\_Siantar di Instagram adalah cara yang efektif untuk tetap terhubung dengan perkembangan terbaru dan informasi penting mengenai Kota Pematangsiantar. Akun ini dirancang untuk menjadi sumber utama yang memberikan wawasan mendalam tentang berbagai tempat menarik, acara lokal, serta berita terkini di kota kita.

Dengan mengikuti @Explore\_Siantar, Anda tidak hanya mendapatkan informasi yang relevan dan terkini, tetapi juga memiliki kesempatan untuk terlibat dalam komunitas lokal melalui konten yang kami sajikan. Kami berkomitmen untuk memberikan konten berkualitas yang memperkaya pengetahuan Anda tentang kota ini, mempromosikan bisnis lokal, dan meningkatkan partisipasi Anda dalam berbagai kegiatan komunitas.

Jadi, mari manfaatkan akun ini sebagai platform untuk mengeksplorasi, berbagi, dan berkontribusi pada perkembangan Pematangsiantar. Dengan

dukungan Anda, kita dapat bersama-sama membangun komunitas yang lebih terhubung dan informasi yang lebih bermanfaat.

Mengikuti @Explore\_Siantar bukan hanya tentang mendapatkan informasi, tetapi juga tentang menjadi bagian dari upaya bersama untuk memajukan dan merayakan kekayaan Kota Pematangsiantar”.

Informan II Bernama Ragel menjawab:

“Bagi masyarakat Kota Pematangsiantar, mengikuti akun Instagram @Explore\_Siantar dapat memberikan banyak manfaat. Akun ini berfungsi sebagai sumber informasi lokal yang memperkenalkan berbagai tempat menarik, acara, dan aktivitas di kota. Dengan mengikuti @Explore\_Siantar, Anda bisa mendapatkan update terbaru tentang destinasi yang mungkin belum Anda ketahui, menemukan rekomendasi lokal, dan terhubung dengan komunitas yang memiliki minat serupa. Selain itu, akun ini juga membantu mempromosikan dan mendukung bisnis serta usaha lokal. Dukungan Anda terhadap akun ini tidak hanya memperkaya pengetahuan tentang kota tetapi juga berkontribusi pada pengembangan komunitas lokal”.

#### **4.1 Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan informan yang merupakan Admin Instagram @Explore\_Siantar, ditemukan beberapa temuan penting terkait pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di Kota Pematangsiantar. Pembahasan hasil penelitian ini akan difokuskan pada beberapa aspek utama, yaitu pengelolaan pada akun Instagram, dimana informan membuat dan mengelola akun Instagram

@Explore\_Siantar dimulai dengan merancang konsep dan tujuan yang jelas. Sehingga penting untuk merencanakan jenis konten yang akan diposting, seperti foto, video, dan deskripsi yang informatif. Promosi melalui penggunaan *hashtag* yang relevan dan kolaborasi dengan *Influencer* lokal dapat meningkatkan jangkauan akun. Selain itu memantau kinerja postingan dengan alat analitik Instagram agar dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan membuat keputusan yang lebih *data-driven*.

Dalam pembahasan selanjutnya tujuan utama dari akun Instagram, tujuan utama dari akun @Explore\_Siantar ini untuk promosi tempat-tempat lokal seperti menampilkan berbagai tempat menarik di Pematangsiantar serta untuk menjadikan jendela bagi dunia terhadap keindahan dan kekayaan budaya kota Pematangsiantar. Seperti restoran, kafe, tempat wisata, dan acara lokal, untuk meningkatkan kesadaran dan menarik kunjungan dari masyarakat maupun wisatawan. Kemudian untuk memberikan informasi dan berita lokal, dengan menyediakan *update* terkini tentang berita dan acara lokal, membantu masyarakat tetap terinformasi tentang perkembangan terbaru di kota Pematangsiantar.

Untuk strategi dalam mengelola konten agar relevan yaitu dengan cara mengenali pengikut pada akun Instagram, konten berkualitas dan variatif, merencanakan dan penjadwalan konten, menggunakan tren dan *hashtag* populer, berkolaborasi dengan *Influencer* lokal, dan berinteraksi dengan pengikut, pembisnis maupun organisasi komunitas.

Berkolaborasi bersama pemerintah maupun lembaga lainnya, agar dapat memainkan peran penting dalam mendukung dan mempromosikan kemajuan

dibidang digital dan Pendidikan di Pematangsiantar, dapat mempercepat proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program sehingga mendapatkan citra positif kota Pematangsiantar sebagai kota yang peduli dengan perkembangan teknologi dan pendidikan.

Mengukur keberhasilan akun Instagram sebagai platform komunikasi dalam mencapai tujuan dengan cara analisis merik kinerja seperti jumlah pengikut, evaluasi interaksi pengikut termasuk komentar dan *feedback* yang diterima, analisis kualitas konten memastikan bahwa materi yang diposting sesuai dengan tujuan dan evaluasi hasil kolaborasi dengan pihak ketiga membantu dalam mencapai tujuan komunikasi dan informasi yang luas. Serta menggunakan alat analisis seperti Instagram *insights* dan *google analytics*, agar mendapatkan data yang diperlukan untuk mengukur kinerja akun secara akurat.

Harapan dan rencana untuk mengembangkan akun Instagram menggunakan langkah strategis dengan meningkatkan keterlibatan pengikut, memperluas jangkauan dan kolaborasi, mempromosikan teknologi terbaru dan inovasi, meningkatkan kualitas konten, dan mengimplementasikan *feedback* dari pengikut. Berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti pemerintah, UMKM, dan *Influencer* akan terus ditingkatkan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas akun.

Tantangan yang dihadapi dalam mengelola akun Instagram seperti menjaga konsistensi dan relevansi konten, menghadapi keterbatasan sumber daya, menghadapi persaingan dan keterbatasan informasi serta kurangnya partisipasi masyarakat, menangani umpan balik negative atau kontroversi, mengukur dan

menganalisis efektivitas. Dengan terus fokus pada kualitas konten, membangun jaringan yang kuat, dan menerima masukan dari masyarakat, diharapkan @Explor\_Siantar dapat terus berkembang dan menjadi sumber informasi yang relevan dan terpercaya bagi masyarakat Kota Pematangsiantar.

Pesan dan nasihat terkait peran dan manfaat dalam mengikuti @Explore\_Siantar di Instagram adalah cara yang efektif untuk tetap terhubung dengan perkembangan terbaru dan informasi penting mengenai Kota Pematangsiantar. Akun ini dirancang untuk menjadi sumber utama yang memberikan wawasan mendalam tentang berbagai tempat menarik, acara lokal, serta berita terkini di kota kita. Dengan mengikuti @Explore\_Siantar, Anda tidak hanya mendapatkan informasi yang relevan dan terkini, tetapi juga memiliki kesempatan untuk terlibat dalam komunitas lokal melalui konten yang kami sajikan. Mengikuti @Explore\_Siantar bukan hanya tentang mendapatkan informasi, tetapi juga tentang menjadi bagian dari upaya bersama untuk memajukan dan merayakan kekayaan Kota Pematangsiantar.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan dari penelitian mengenai pengelolaan Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat Di Kota Pematangsiantar, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Mengelola akun Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi dengan merancang konsep dan tujuan yang jelas, sehingga penting untuk merencanakan jenis konten yang akan diposting, seperti foto, video, dan deskripsi yang informatif. Promosi melalui penggunaan *hashtag* yang relevan dan kolaborasi dengan *Influencer* lokal dapat meningkatkan jangkauan akun. Dan memantau kinerja postingan dengan alat analitik Instagram agar dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan membuat keputusan yang lebih *data-driven*.
2. @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat Kota Pematangsiantar untuk promosi tempat-tempat lokal seperti menampilkan berbagai tempat menarik di Pematangsiantar serta untuk menjadikan jendela bagi dunia terhadap keindahan dan kekayaan budaya kota Pematangsiantar. Seperti restoran, kafe, tempat wisata, dan acara lokal, untuk meningkatkan kesadaran dan menarik kunjungan dari masyarakat maupun wisatawan. Kemudian untuk memberikan informasi dan berita lokal, dengan menyediakan *update* berita terkini, membantu

masyarakat tetap terinformasi tentang perkembangan terbaru di Kota Pematangsiantar.

3. Instagram @Explore\_Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat Kota Pematangsiantar melakukan evaluasi interaksi kepada pengikut, termasuk dengan berkomentar dan memberikan *feedback*, membantu memahami kualitas komunikasi, dan survei langsung kepada audiens, mengumpulkan umpan balik kepuasan konten serta pencapaian tujuan kampanye dan analisis konten juga penting. Pertumbuhan, retensi pengikut, dan hasil kolaborasi menunjukkan kontribusi akun dalam mencapai tujuan pengelolaan akun Instagram sebagai media komunikasi dan informasi.
4. Membangun kepercayaan masyarakat menjadi aspek penting dengan memberikan informasi yang efektif, menunjukkan konten interaktif dan relevan, serta memperluas kolaborasi dengan berbagai pihak.
5. Pentingnya media sosial sebagai media komunikasi dan informasi bagi masyarakat, dimana penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan dan mempromosikan tempat-tempat lokal dan dapat berkontribusi dalam pengembangan komunitas lokal.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Terus meningkatkan pengembangan keterampilan dalam melakukan pembuatan konten agar terus menarik, terutama konten berkualitas dan beragam dengan gabungan video yang menarik dengan informasi yang berguna seperti ulasan tempat ataupun tips lokal. Penggunaan tren serta *hashtag* terpopuler, ini menjadi daya tarik pengikut untuk selalu melihat konten yang diposting.
2. Mengoptimalkan untuk selalu aktif berkolaborasi dan keterlibatan komunitas, berkolaborasi dengan *Influencer*, bisnis atau organisasi untuk menarik perhatian lebih banyak pengikut agar dapat mengembangkan akun *@Explore\_Siantar* lebih jauh.
3. Mengoptimalkan untuk selalu menjadi sumber inspirasi bagi *content creator* lokal serta menjadi wadah bagi masyarakat untuk berinteraksi dan berbagi informasi, serta menjadikan akun ini sebagai media untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya serta tradisi lokal melalui konten yang relevan, sehingga masyarakat lebih memahami dan menghargai kekayaan budaya mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andarsih, Y. S., & Mayangsari, I. D. (2018). Strategi Komunikasi Program Bandung Cleanaction dalam Mengkampanyekan Gerakan Pungut Sampah (GPS). *Dialektika, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). 1-12.
- Arikunto, S. *Pengelolaan Kelas dan Siswa*. Jakarta: CV Rajawali. 1988.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Ayub, S. H., Hassim, N., Yahya, A. H., Hamzah, M., & Bakar, M. Z. A. (2019). Exploring the characteristics of healthy lifestyle campaign on social media: A case study on FIT Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 322–336.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender). *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 10(2). 236-246.
- Handayani, S. (2011). *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Harahap, M. S. (2021). *Peristiwa dalam Bingkai Foto Jurnalistik*. Medan: UMSU Press.
- Harahap, M. S., & Mujahiddin. (2017). Model Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pemuda. *Jurnal Interaksi* 1(2), 146-147.
- Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa di Kota Medan. *Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTMA)*. 1(1). 1-5.
- Lim, M., & Ridho, M, R. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Point Of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada CV Powershop. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 4(2), 46–55.
- Lubis, F. H., Hidayat(B), F. P., Hardiyanto, S., Ananda, F. R., & Anfasa, I. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial pada Remaja. *Atlantis Press*, 178.
- Lumbangaol, M, H., & Ridho, M, R. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan dan Penyewaan Properti Berbasis Web di Kota Batam. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*. 3(1). 83-92.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cyber Media)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books

- Putra, G, L, A, K., & Yasa, G, P, P, A. (2019). Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*. 1(1). 1-13.
- Rudianto, R. & Anshori, A. (2021). Komunikasi Organisasi Antar Budaya Di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara. *Jurnal Interaksi* 5(1) 11-19.
- Sugiarto, M. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Tenerman, & Yenni, E. (2022). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah di Desa Pematang Johar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 492.
- Thariq, M. (2018). Interpersonal Communication Role For Self-Concept of Children And Families. *BIRCI-Journal*. 1(2)1-13.
- Thariq, M. (2018). Profesionalisme Jurnalis Lokal dalam Peliputan Pemilu di Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika Research And Learning In Communication Study*. 4(2). 95-111.
- Thariq, M. & Anshori, A. (2017). Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indkos. *Jurnal Interaksi*. 1(2). 1-14.
- Terry, G. R., & Rue, L. (2013). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Vermesan, O., Bahr, R., Ottella, M., Serrano, M., Karlsen, T., Wahlstrom, T., Sand, H, E., Ashwathnarayan, M., & Gamba, M, T. (2020). Internet of robotic things intelligent connectivity and platforms. *Frontiers in Robotics and AI*. 7(1). 1-13.
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. Yayasan Barcode.

## LAMPIRAN

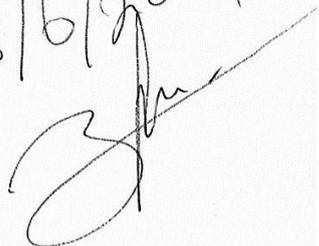


Wawancara dengan Bapak M Denny Gusman Salayan



Wawancara dengan Bapak Ragel Maulana

## PEDOMAN WAWANCARA

Dec Pemb  
25/6/2024  


### A. Identitas Informan

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :  
Keterangan :

### B. Daftar Pertanyaan untuk pemilik Akun Instagram @eksplore\_siantar

1. Bagaimana awal mula Anda untuk membuat dan mengelola akun Instagram @eksplore\_siantar ?
2. Apa tujuan utama dari akun @eksplore\_siantar dalam konteks menjadi media komunikasi dan informasi bagi masyarakat di kota Pematang siantar ?
3. Bagaimana strategi anda dalam mengelola konten agar tetap relevan dan menarik bagi pengikut @eksplore\_siantar ?
4. Bagaimana Anda menilai interaksi dan respons masyarakat terhadap konten yang di unggah di @eksplore\_siantar ? Adakah tren atau topik tertentu yang paling diminati atau dibicarakan ?
5. Bagaimana Instagram eksplore\_siantar berkolaborasi dengan pemerintah atau lembaga lainnya untuk meningkatkan infrastruktur digital dan pendidikan di Kota Pematangsiantar
6. Bagaimana Anda mengukur keberhasilan @eksplore\_siantar sebagai media platform komunikasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan ?
7. Apa harapan dan rencana Anda kedepan untuk mengembangkan @eksplore\_siantar sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dan berdaya guna bagi masyarakat Kota Pematangsiantar ?
8. Bagaimana Anda berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait atau komunitas lokal dalam menyebarkan informasi melalui @eksplore\_siantar ?
9. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam mengelola @eksplore\_siantar sebagai media komunikasi dan informasi bagi masyarakat Kota Pematangsiantar ?
10. Apa pesan atau nasihat yang ingin Anda sampaikan kepada masyarakat Kota Pematangsiantar terkait peran dan manfaat dari mengikuti @eksplore\_siantar di instagram sebagai sumber informasi lokal ?

hal : Permohonan Penggantian Judul Skripsi  
Lampiran : .... Lembar

Medan, 20 Juni 2024

Kepada :  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dengan hormat,  
Bersama surat ini, saya bermaksud mengajukan permohonan revisi judul Skripsi yang telah diajukan sebelumnya.

Nama : Satria Kesuma  
NPM : 2003110214  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Dosen Pembimbing : Dr. Muhammad Said Harahap, S.Sos., M.I.Kom

Judul Skripsi yang sebelumnya diajukan:

**“PENGELOLAAN INSTAGRAM @EXPLORESIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR”**

Saya bermaksud merevisi judul menjadi:

**“PENGELOLAAN INSTAGRAM @EXPLORESIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI MASYARAKAT DI KOTA PEMATANG SIANTAR”**

Adapun alasan revisi judul ini karena kurang spesifik.

Demikian Surat permohonan ini saya ajukan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

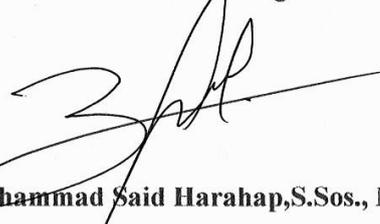
Menyetujui

Pemohon



Satria Kesuma

Pembimbing



Dr. Muhammad Said Harahap, S.Sos., M.I.Kom

Dekan/Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos., M.Ikom



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/01/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
https://fkip.umstu.ac.id fkip@umstu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-I

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Medan, 21 Februari ..... 2024.

Kepada Yth. Bapak/Ibu  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : SATRIA KESUMA  
N P M : 200210214  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
SKS diperoleh : 142,0... SKS, IP Kumulatif 3,62...

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	PENANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @eksploasiantik SERAGA MEDIA INFORMASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR	
2	PENGELOLAAN INSTAGRAM @eksploasiantik SERAGA MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR	 6 Maret 2024
3	POLA KOMUNIKASI EXPRESSIVE MESSAGE LOGIC DALAM MEMBAUNSI KEPERCAYAAN DIRI SUDAH di SMA YP. KELUARGA	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

117.20.311

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tanggal 6 Maret ..... 2024

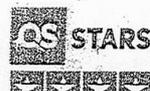
Ketua  
Program Studi.....

(..... SATRIA KESUMA .....)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi.....

NIDN: .....

NIDN: .....



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysian Qualifications Agency



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 452/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **06 Maret 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **SATRIA KESUMA**  
N P M : 2003110214  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024  
Judul Skripsi : **PENGELOLAAN INSTAGRAM @EKSPLORESIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR**

Pembimbing : **Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 117.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 06 Maret 2025.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 25 Sya'ban 1445 H  
06 Maret 2024 M

Dekan,

  
**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**  
NIDN. 0030017402



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPIPT/XII/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.  
**Bapak Dekan FISIP UMSU**  
di  
Medan.

Medan, .....2024

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SATRIA KERUMA  
N P M : 2003110214  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

Penyelesaian Infogram @Explore Siantar sebagai media komunikasi dan informasi masyarakat di kota Pematangsiantar

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Foto copy Surat **Penetapan Judul Skripsi** (SK-1);
2. Foto copy Surat **Penetapan Pembimbing** (SK-2);
3. **DKAM (Transkrip Nilai Sementara)** yang telah disahkan ;
4. Foto copy **Kartu Hasil Studi (KHS)** Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda **Bukti Lunas Beban SPP** tahap berjalan;
6. Tanda **Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi**;
7. **Proposal Skripsi** yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam **MAP warna BIRU**.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(Dr. Muhammad Sa'id Harahap, S.Sos., M.I.Kom)

NITENT.

Pemohon,

  
(Satria Keruma)



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 902/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 06 Juni 2024  
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
21	M. FAJAR ICHSAN THARIQ	2003110016	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE TERHADAP TINDAK PELECEHAN SEKSUAL DALAM FILM LIKE AND SHARE DAN DEAR DAVID
22	SATRIA KESUMA	2003110214	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	PENGLOLAAN INSTAGRAM @EKSPLORESIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR
23	HAFNIRZA BR TARIGAN	2003110228	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	KOMUNIKASI DAKWAH GURU DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI ISLAM PADA PESERTA DIDIK TK RA AL-MUKHLISIN KABUPATEN KARO
24	NABILA SALWA MARPAUNG	2003110119	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT MEDAN MARELAN TENTANG PROGRAM KECAKAPAN WIRAUSAHA MELALUI LKP SALON LELY DALAM MENINGKATKAN KETERAMPILAN WARGA
25	MHD WIZMI ALFANSYAH PUTRA	2003110048	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH GAYA NARASI DALAM "PODCAST WARUNG KOPI" TERHADAP RESPONS SISWA DI SMA NEGERI 1 SEI RAMPAH

Medan, 27 Dzulhaidah 1445 H  
06 Juni 2024 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Untuk mengetahui surat ini agar disebutkan  
tanggal dan tenggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.facebook.com/umsu.ac.id) [@umsu.ac.id](https://www.instagram.com/umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.youtube.com/channel/UC...) [umsu.ac.id](https://www.tiktok.com/@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPS**

Nama Lengkap : SATRIA KERUMA

N P M : 2003110214

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengelolaan Instagram @explore\_siantar sbbagai media komunikasi dan informasi masyarakat di kota pematangsiantar

No.	Tanggal	Kegiatan advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	06/02/2024	Diskusi judul skripsi dan masalah yang diteliti	
2.	20/4/2024	Diskusi dan revisi proposal penelitian	
3.	06/05/2024	Diskusi dan acc proposal penelitian	
4.	13/05/2024	Diskusi hasil seminar proposal dan revisi	
5.	20/06/2024	Diskusi bab 1-3	
6.	25/06/2024	Diskusi Draft wawancara	
7.	10/07/2024	Diskusi bab 4-5	
8.	12/08/2024	Diskusi dan revisi	
9.	14/08/2024	Diskusi dan acc bab 4-5	



(Dr. A. Masrizal, S.Sos.,M.P.,S.Sos.,MSP.)  
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Akhbar Andriana, S.Sos.,M.I.,-kom)  
NIDN: 0127040401

Medan, ..... 20

Pembimbing,

(Dr. M. Saifurrahman, M.Kom)  
NIDN: 0109077302



STARS





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR

Nomor : 1514/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024  
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
26	ELSA	2003110050	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	PERAN KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PROGRAM PEMBANGUNAN DI SUBUHJAN KABUPATEN PADANG LAWAS
27	ASTRI DAMAYANTI	2003110282	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN
28	BELLA SYAHFITRI	2003110150	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	PENGARUH TREND "HI KIDS" PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP POLA PERILAKU SISWA DI SEKOLAH AMALIAH SUNGGAL
29	SATRIA KESUMA	2003110214	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. JUNAIDI, S.Pai, M.Si	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	PENGLOLAAN INSTAGRAM @EKSPLORASIANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SIANTAR
30	MUHAMMAD YUSUF IMFAZU	2003110172	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.Si	STUDI ETNOGRAFI POST TRUTH TENTANG PERCAKAPAN POLITIK PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PADA MASYARAKAT KELURAHAN TERJUN KOTA MEDAN

Notulis Sidang:

1.

Ditandatangani oleh:

Rektor

Wakil Rektor I

Wakil Rektor II

Wakil Rektor III

Wakil Rektor IV

Wakil Rektor V

Wakil Rektor VI

Wakil Rektor VII

Wakil Rektor VIII

Wakil Rektor IX

Wakil Rektor X

Wakil Rektor XI

Wakil Rektor XII



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Medan, 22 Shafar 1446 H  
27 Agustus 2024 M

Panitia Ujian

