



Peran Media Instagram Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak sebagai Sumber Informasi Pegawai

Yusuf Lukman Hakim^{1*}, Suryanto²

¹⁻²Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang, Indonesia

*Penulis korespondensi: yusufhakim13@email.com

Abstract. *This study aims to find out how Instagram is used by the Demak Regency Trade, Cooperatives, Small and Medium Enterprises Office as a source of information for employees. The research uses a qualitative method with a case study approach conducted from 1–30 August 2025. Data was obtained through interviews, observations, and documentation of the agency's Instagram account. The results of the study show that Instagram is used as a means of publishing official activities and information, but it is not optimal due to limited human resources, a long upload process, and monotonous content. Based on the theory of Uses and Gratifications and Media Richness Theory, the effectiveness of digital communication requires the ability to present interesting and relevant information so that the message conveyed can meet the needs of internal audiences. Other findings show that some employees have not made Instagram the main source of information due to a lack of content updates and a lack of visual variation. Therefore, it is recommended that social media management be carried out more professionally through improving admin competence, content calendar planning, and better internal coordination to ensure the consistency and quality of published information. Thus, Instagram can function more optimally as an official communication medium.*

Keywords: *Department of Trade; digital communication; Instagram; information source; social media.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak sebagai sumber informasi bagi pegawai. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan selama 1–30 Agustus 2025. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap akun Instagram dinas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai sarana publikasi kegiatan dan informasi kedinasan, namun belum optimal karena keterbatasan sumber daya manusia, proses unggah yang lama, dan konten yang monoton. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications* dan *Media Richness Theory*, efektivitas komunikasi digital memerlukan kemampuan menyajikan informasi yang menarik dan relevan agar pesan yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan audiens internal. Temuan lain menunjukkan bahwa sebagian pegawai belum menjadikan Instagram sebagai sumber informasi utama karena kurangnya pembaruan konten dan minimnya variasi tampilan visual. Oleh karena itu, disarankan agar pengelolaan media sosial dilakukan lebih profesional melalui peningkatan kompetensi admin, perencanaan kalender konten, serta koordinasi internal yang lebih baik untuk memastikan konsistensi dan kualitas informasi yang dipublikasikan. Dengan demikian, Instagram dapat berfungsi lebih optimal sebagai media komunikasi kedinasan.

Kata kunci: Dinas Perdagangan; Instagram; komunikasi digital; media sosial; sumber informasi.

1. LATAR BELAKANG

Industri Media sosial kini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram yang memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi dan menyebarkan informasi secara cepat serta menjangkau audiens yang luas. Perubahan ini juga berdampak pada cara lembaga pemerintahan berkomunikasi dengan masyarakat. Pemerintah kini mulai menggunakan media sosial sebagai sarana resmi untuk menyampaikan berbagai informasi publik agar lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

Dalam dunia pemerintahan media sosial bukan hanya sekadar alat promosi melainkan juga instrumen komunikasi publik yang efektif. Pemerintah dapat menggunakan platform ini untuk menyampaikan program kerja kebijakan hingga kegiatan sosial secara transparan dan efisien. Kecepatan dan jangkauan media sosial menjadikannya saluran penting bagi penyebaran informasi di era digital yang menuntut keterbukaan dan partisipasi aktif dari semua pihak (Mergel, 2013).

Kebutuhan akan informasi kini menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia. Di zaman modern hampir setiap aktivitas manusia bergantung pada ketersediaan informasi yang relevan dan akurat. Informasi membantu seseorang mengambil keputusan dalam pekerjaan maupun kehidupan sehari-hari. Tanpa informasi yang cukup seseorang akan kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan dan tuntutan lingkungan sekitar (Effendy, 2017).

Menurut pandangan Winarsih informasi dibutuhkan oleh semua orang karena dengan mengetahui informasi seseorang dapat menentukan aktivitas yang akan dilakukan. Informasi juga berperan penting dalam mendukung produktivitas kerja terutama bagi pegawai instansi pemerintahan. Setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda bergantung pada bidang kerja dan tanggung jawabnya. Oleh karena itu penyampaian informasi harus dilakukan dengan cara yang tepat agar dapat dimanfaatkan secara optimal (Winarsih, 2013).

Dalam konteks ini Pemerintah Kabupaten Demak melalui akun Instagram resmi @dindagkopukmdemak telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi penting. Melalui akun tersebut berbagai kebijakan pemerintahan agenda kegiatan serta informasi edukatif bagi pegawai disampaikan secara rutin. Upaya ini mencerminkan komitmen pemerintah daerah dalam menciptakan transparansi dan keterbukaan informasi publik sekaligus memperkuat hubungan antara instansi dengan para pegawainya.

Keberadaan akun Instagram tersebut juga memiliki dampak positif terhadap partisipasi dan keterlibatan pegawai dalam aktivitas pemerintahan. Dengan memperoleh informasi secara cepat pegawai dapat memahami kebijakan yang sedang dijalankan dan berkontribusi lebih aktif dalam pelaksanaannya. Selain itu komunikasi dua arah yang tercipta di media sosial turut meningkatkan kepercayaan pegawai terhadap instansi tempat mereka bekerja (Aprilia & Prasetyo, 2021).

Meskipun demikian masih terdapat sejumlah tantangan dalam pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintahan. Beberapa kendala seperti keterbatasan akses jaringan kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam pengelolaan konten serta keterbatasan strategi komunikasi digital menjadi hambatan yang perlu diatasi (Dwityas & Briandana, 2017). Kondisi

ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial belum sepenuhnya optimal sebagai sumber informasi bagi para pegawai.

Berdasarkan hal tersebut penelitian mengenai peran media Instagram Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak sebagai sumber informasi pegawai menjadi penting dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi internal sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan strategi manajemen informasi yang lebih baik di lingkungan pemerintahan daerah.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan dua dasar pemikiran utama yaitu Teori Uses and Gratifications dan Konsep Media Richness Theory. Kedua teori ini saling melengkapi untuk memahami perilaku pengguna dalam memanfaatkan media sosial serta menilai efektivitas media dalam menyampaikan pesan. Melalui dua kerangka ini dapat dijelaskan bagaimana pegawai maupun instansi pemerintah menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi publik yang bersifat informatif dan interaktif sesuai dengan pandangan West dan Turner (2018).

Teori Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menjelaskan bahwa individu menggunakan media berdasarkan motif tertentu untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan hubungan sosial. Dalam konteks penelitian ini teori tersebut menggambarkan bahwa pegawai dan instansi pemerintah memanfaatkan Instagram untuk memperoleh informasi terkait kegiatan lembaga, memperkuat hubungan antarpegawai, serta membangun citra positif lembaga di hadapan publik. Pengguna tidak hanya menerima pesan secara pasif tetapi secara aktif memilih dan menafsirkan konten sesuai kebutuhannya. Dengan demikian aktivitas komunikasi yang terjadi melalui akun Instagram Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak merupakan wujud nyata dari pemenuhan kebutuhan informasi sebagaimana dijelaskan oleh Katz et al. (1974).

Konsep Media Richness Theory yang dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1986) menegaskan bahwa setiap media memiliki tingkat kekayaan informasi yang berbeda. Media dikatakan kaya apabila mampu menyampaikan pesan secara cepat, jelas, dan mengurangi ambiguitas dalam komunikasi. Instagram termasuk media dengan tingkat kekayaan tinggi karena memiliki kemampuan memadukan berbagai elemen komunikasi seperti teks, gambar, video, dan fitur interaktif. Melalui fitur-fitur tersebut pesan dapat disampaikan secara lebih

efektif dan menarik dibandingkan media konvensional. Dalam hal ini penggunaan Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak dapat dipahami sebagai upaya meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kepada pegawai dan masyarakat dengan memanfaatkan media yang kaya secara visual dan interaktif sebagaimana dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1986).

Kedua teori ini memiliki keterkaitan dalam menjelaskan fenomena komunikasi digital di instansi pemerintah. Teori Uses and Gratifications menyoroti aspek kebutuhan dan motivasi pengguna sedangkan Media Richness Theory menekankan pada kemampuan media dalam mengoptimalkan penyampaian pesan. Kombinasi keduanya membantu menjelaskan bahwa pemanfaatan Instagram bukan sekadar aktivitas berbagi informasi tetapi juga strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan publik. Dengan demikian pemahaman terhadap kedua teori ini memperkuat analisis tentang bagaimana Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi kelembagaan yang efektif dan relevan dengan kebutuhan audiensnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2008) yang menyebutkan bahwa penelitian kualitatif bergantung pada informasi yang diperoleh dari partisipan, dengan ruang lingkup penelitian yang terbuka, pertanyaan bersifat umum, serta analisis data yang dilakukan secara subjektif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam tentang gejala sosial yang diteliti. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami secara lebih luas bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram digunakan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Demak sebagai sumber informasi bagi para pegawai. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat menangkap makna dari pengalaman para pegawai yang terlibat langsung dalam aktivitas komunikasi digital di instansi tersebut.

Pendekatan penelitian ini menggunakan jenis studi kasus. Menurut Mulyana (2002), studi kasus merupakan uraian dan penjelasan yang komprehensif mengenai berbagai aspek suatu individu, kelompok, organisasi, program, atau situasi sosial tertentu. Arikunto (1989) menegaskan bahwa studi kasus dilakukan secara intensif dan mendalam terhadap suatu lembaga atau gejala tertentu. Oleh karena itu, metode ini dianggap paling tepat karena mampu menjelaskan secara detail proses dan bentuk pemanfaatan Instagram sebagai sumber informasi di lingkungan instansi pemerintah. Melalui studi kasus, peneliti dapat memahami realitas sosial

yang terjadi dalam konteks alami tanpa intervensi, sehingga hasilnya lebih representatif terhadap kondisi yang sebenarnya.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa purposive sampling digunakan ketika peneliti ingin memilih informan yang dianggap paling mengetahui masalah penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang terdiri atas pegawai Sekretariat Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Demak yang berperan langsung dalam pengelolaan akun media sosial instansi. Jumlah tersebut dipilih karena dianggap cukup untuk memperoleh informasi yang mendalam dan terfokus mengenai pola pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan sumber informasi pegawai di lingkungan instansi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung aktivitas pemanfaatan Instagram oleh instansi. Menurut Moleong (1988), observasi memungkinkan peneliti memahami apa yang dirasakan dan dialami oleh subjek penelitian. Selain observasi, wawancara dilakukan secara terstruktur dan semi terbuka agar peneliti dapat memperoleh informasi yang kaya dan autentik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang terdiri atas tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi dilakukan dengan menyaring data relevan, penyajian dilakukan dalam bentuk uraian naratif, dan kesimpulan ditarik secara berkelanjutan selama proses penelitian berlangsung untuk memastikan hasil yang diperoleh valid dan konsisten dengan temuan lapangan. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan mulai tanggal 1 hingga 30 Agustus 2025 di lingkungan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Demak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak

Akun Instagram Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak dibuat sekitar tahun 2018 dengan unggahan pertama berupa foto kegiatan pelatihan pada 15 Februari 2018. Aktivitas akun ini meningkat pada tahun 2019 yang menandakan adanya perubahan dari fase pengenalan menjadi fase aktif. Kondisi ini menggambarkan bahwa lembaga pemerintahan memerlukan waktu dalam mengadopsi media sosial karena faktor kesiapan sumber daya manusia dan pemahaman terhadap teknologi sebagaimana dijelaskan

oleh Mickoleit (2014) bahwa institusi publik membutuhkan tahapan bertahap dalam menyesuaikan diri terhadap penggunaan media digital.

Pada awal pengelolaan akun hanya ada satu orang admin yang bertugas yaitu pegawai dari bagian sekretariat yang merangkap sebagai pengelola media sosial. Ketika beban kerja meningkat dan kebutuhan informasi semakin banyak maka akses pengelolaan mulai dibuka untuk beberapa pegawai yang dianggap mampu. Keputusan tersebut menunjukkan adanya kesadaran organisasi terhadap pentingnya manajemen konten dalam menjaga konsistensi pesan dan efektivitas penyampaian informasi kepada publik internal. Hal ini sejalan dengan pendapat Setiawan (2021) yang menyebut bahwa tata kelola media sosial di lembaga pemerintah memerlukan pembagian peran yang jelas agar komunikasi digital dapat berjalan terarah.

Instansi ini kemudian memilih Instagram sebagai media utama dibandingkan dengan Facebook atau situs web. Instagram dianggap lebih efektif karena memiliki jangkauan yang luas dan interaksi yang tinggi di kalangan pegawai. Selain itu aplikasi ini dinilai lebih mudah digunakan dan lebih populer di masyarakat. Pilihan ini memperlihatkan bahwa instansi menyesuaikan strategi komunikasinya dengan perilaku pengguna media digital. Menurut Rahadi (2019) keputusan untuk menggunakan platform komunikasi publik harus mempertimbangkan kebiasaan pengguna serta pola interaksi yang sudah terbentuk agar pesan dapat tersampaikan secara maksimal.

Pemanfaatan Instagram juga diperkuat oleh fitur yang semakin beragam seperti foto dan video, siaran langsung, pesan langsung, cerita harian, sorotan dan reel. Fitur-fitur tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Penggunaan fitur-fitur ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai tempat dokumentasi kegiatan tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara instansi dan para pegawai. Zavattaro dan Bryer (2016) menjelaskan bahwa penggunaan fitur interaktif dalam media sosial memungkinkan lembaga publik membangun dialog yang lebih terbuka dengan audiensnya. Dengan demikian media sosial tidak lagi berfungsi hanya sebagai alat penyampaian informasi melainkan juga sebagai ruang partisipatif.

Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak juga menerapkan pembatasan akses pada akun agar tidak semua pegawai dapat mempublikasikan konten. Langkah ini bertujuan untuk menjaga keamanan dan konsistensi pesan lembaga. Namun pengaturan seperti ini juga memiliki kelemahan karena membatasi partisipasi pegawai lain yang mungkin memiliki informasi penting untuk disebar. Kartikawangi, Nurkamto, dan Rachmawati (2020) menjelaskan bahwa lembaga publik perlu menyeimbangkan antara

kontrol administratif dan fleksibilitas partisipatif agar media sosial tetap efektif sekaligus terjaga kredibilitasnya.

Pemilihan Instagram juga didasari oleh kenyataan bahwa sebagian besar pegawai telah akrab dengan platform tersebut sehingga komunikasi menjadi lebih efisien. Dari sisi strategi komunikasi digital hal ini menunjukkan bahwa efektivitas media bergantung pada kesesuaian antara karakter pengguna dan media yang digunakan. Mickoleit (2014) menyebut bahwa faktor kebiasaan pengguna merupakan variabel penting dalam menentukan keberhasilan kanal komunikasi digital di lembaga publik.

Aktivitas unggahan yang mulai meningkat sejak 2019 memperlihatkan transformasi peran media sosial dari fungsi pasif menjadi aktif. Pengelola akun tidak hanya mempublikasikan kegiatan rutin tetapi juga mulai mengedepankan konten interaktif yang melibatkan audiens. Hal ini sesuai dengan model komunikasi publik berbasis partisipasi yang menempatkan audiens bukan hanya sebagai penerima informasi tetapi juga sebagai pihak yang berperan dalam membentuk opini dan interaksi digital sebagaimana dijelaskan Zavattaro dan Bryer (2016).

Walaupun demikian pemanfaatan beberapa fitur seperti sorotan belum maksimal. Pada halaman Instagram instansi ini baru terdapat satu sorotan berisi jam layanan padahal banyak kegiatan yang seharusnya bisa diarsipkan agar informasi tetap terlihat oleh pengikut. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meski adopsi sudah berjalan namun optimalisasi fitur masih perlu ditingkatkan. Setiawan (2021) menyebut bahwa optimalisasi fungsi media sosial merupakan langkah penting agar media digital benar-benar berperan sebagai sumber informasi dan komunikasi publik yang efektif.

Secara keseluruhan pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak sudah menunjukkan arah yang positif meskipun belum maksimal. Dari perspektif teori komunikasi pemerintahan digital keberhasilan media sosial ditentukan oleh kemampuan lembaga mengubah media tersebut menjadi ruang kolaborasi yang mendorong keterbukaan dan partisipasi pegawai. Dinas ini telah memulai proses itu namun masih perlu memperkuat kapasitas pengelolaan dan evaluasi agar fungsi media sosial sebagai sumber informasi pegawai dapat berjalan lebih baik di masa depan.

Optimalisasi Fitur Instagram sebagai Media Informasi Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak

Pemanfaatan fitur Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak menunjukkan adanya upaya untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif di lingkungan kerja pemerintahan. Fitur utama seperti unggahan

foto, video pendek, serta penggunaan *caption* informatif menjadi sarana utama untuk menyampaikan berbagai kegiatan dan kebijakan instansi. Strategi ini berperan penting dalam memperkuat citra institusi dan membangun keterbukaan informasi publik. Menurut Effing dan Spil (2016) strategi komunikasi digital yang baik pada lembaga publik memerlukan pemanfaatan fitur media sosial yang sesuai dengan karakter audiens dan tujuan organisasi.

Pada praktiknya akun Instagram @dindagkopukmdemak sering digunakan untuk menampilkan dokumentasi kegiatan seperti rapat koordinasi, sosialisasi, dan pendampingan usaha kecil menengah. Foto dan video yang diunggah bukan hanya bersifat dokumentatif tetapi juga komunikatif karena menyampaikan pesan mengenai transparansi aktivitas instansi. Menurut Mergel (2013) konten visual dalam media sosial pemerintahan tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi namun juga membangun kepercayaan publik terhadap lembaga. Melalui visualisasi aktivitas yang konsisten lembaga dapat menegaskan keterlibatan dan kehadirannya di ruang publik digital.

Selain unggahan rutin akun ini memanfaatkan fitur cerita harian atau *Instagram Story* untuk menyampaikan informasi yang bersifat cepat seperti pengumuman acara atau pemberitahuan teknis. Fitur ini membantu menciptakan kedekatan komunikasi antara instansi dan pegawai karena menghadirkan pesan secara langsung dan singkat. Komunikasi semacam ini penting karena menumbuhkan persepsi bahwa lembaga responsif terhadap dinamika yang sedang terjadi. Sejalan dengan penelitian Zavattaro dan Bryer (2016) penggunaan fitur interaktif dalam media sosial memungkinkan pemerintah memperkuat hubungan dengan publik internal maupun eksternal melalui komunikasi dua arah.

Fitur sorotan atau *Highlight* di akun tersebut baru dimanfaatkan sebagian kecil padahal fitur ini berpotensi besar dalam menyusun arsip digital kegiatan instansi. Sorotan bisa dijadikan katalog informasi tetap seperti jam layanan, panduan publik, dan dokumentasi program kerja agar mudah diakses kapan saja. Kurangnya optimalisasi fitur ini menunjukkan bahwa instansi masih berada dalam tahap pengembangan strategi komunikasi digital. Mickoleit (2014) menjelaskan bahwa banyak lembaga publik di tingkat daerah masih menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan seluruh potensi fitur media sosial karena keterbatasan kapasitas teknis dan kurangnya panduan institusional yang jelas.

Fitur *Reels* atau video singkat berdurasi maksimal satu menit sebenarnya memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan audiens. Namun penggunaannya masih minim padahal algoritma Instagram cenderung lebih mempromosikan konten video yang interaktif. Penggunaan *Reels* yang kreatif dapat membantu menyampaikan pesan kebijakan publik dengan gaya yang ringan dan mudah dipahami. Menurut Graham dan Avery (2013) media sosial

memungkinkan lembaga publik menyampaikan pesan kebijakan dalam bentuk yang lebih populer tanpa kehilangan nilai informatif sehingga meningkatkan partisipasi audiens.

Selain itu fitur *Direct Message* juga mulai digunakan sebagai sarana komunikasi tertutup antara pegawai dan pengelola akun. Kanal ini berfungsi untuk menyampaikan pertanyaan teknis atau klarifikasi terhadap informasi yang diunggah. Kehadiran kanal komunikasi privat ini memperlihatkan bahwa media sosial bisa menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu penyebaran informasi terbuka dan komunikasi internal yang lebih personal. Rahadi (2019) menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital pemerintah sangat ditentukan oleh kemampuan membangun dua lapis hubungan yaitu hubungan publik yang terbuka dan hubungan internal yang mendukung kelancaran kerja organisasi.

Namun optimalisasi fitur tidak akan efektif tanpa dukungan perencanaan konten yang terstruktur. Saat ini unggahan akun masih bersifat reaktif mengikuti kegiatan harian tanpa perencanaan tema jangka panjang. Padahal menurut Setiawan (2021) strategi komunikasi publik yang berkelanjutan memerlukan perencanaan konten yang disusun berdasarkan kalender komunikasi agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dan memiliki arah yang jelas. Dengan perencanaan yang baik setiap fitur dapat dimanfaatkan secara maksimal sesuai fungsinya.

Secara keseluruhan optimalisasi fitur Instagram pada Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak masih perlu ditingkatkan agar media sosial tidak sekadar menjadi dokumentasi kegiatan namun juga berperan sebagai instrumen strategis dalam manajemen informasi pegawai. Dengan memperkuat kapasitas pengelola dan menyusun panduan penggunaan fitur yang sistematis lembaga dapat memperluas jangkauan komunikasi publiknya. Sejalan dengan konsep komunikasi pemerintahan digital lembaga yang mampu mengelola media sosial secara strategis akan memperoleh kepercayaan publik lebih besar karena transparansi dan keterbukaan informasi dapat terjaga dengan baik.

Kendala Pemanfaatan Instagram sebagai Sumber Informasi Pegawai Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak

Kendala utama dalam pemanfaatan Instagram sebagai sumber informasi di Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak terletak pada proses produksi konten yang masih terbilang kaku. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola akun, tampilan unggahan cenderung monoton dan belum menarik secara visual. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan desain serta kurangnya pelatihan pengelolaan media sosial. Dalam teori *Organizational Communication Flow* menurut Goldhaber (1993),

hambatan komunikasi sering kali muncul karena saluran penyampaian pesan belum optimal dalam mendukung bentuk pesan yang sesuai dengan kebutuhan penerima.

Masalah lainnya berkaitan dengan kecepatan penyebaran informasi. Setiap unggahan yang akan diterbitkan harus melalui proses verifikasi berlapis, mulai dari penyusunan naskah, penyuntingan foto, hingga persetujuan pejabat terkait. Mekanisme ini memperlambat arus informasi yang seharusnya cepat dan responsif. Dalam konteks komunikasi publik digital, Mergel (2013) menyatakan bahwa birokrasi komunikasi pada lembaga pemerintah kerap menjadi faktor penghambat inovasi digital karena masih mempertahankan struktur kontrol informasi yang hierarkis.

Selain faktor birokrasi, peran admin juga menjadi kendala signifikan. Pengelola akun Instagram bukanlah pegawai yang memiliki tanggung jawab penuh di bidang komunikasi melainkan staf yang memiliki tugas utama lain. Akibatnya pengelolaan akun tidak dapat dilakukan secara intensif. Admin hanya aktif jika memiliki waktu luang untuk memantau komentar atau menjawab pertanyaan dari pegawai. Kondisi ini menciptakan jeda komunikasi yang cukup panjang sehingga interaksi dua arah yang seharusnya menjadi keunggulan media sosial tidak dapat berjalan maksimal.

Keterlambatan penyebaran informasi juga dipengaruhi oleh pemisahan antara pihak yang memperoleh data lapangan dan pihak yang bertugas mengunggah konten. Informasi kegiatan sering kali tidak segera sampai ke admin karena harus melewati beberapa tahap internal. Menurut Westley dan MacLean (1957), dalam sistem komunikasi organisasi, hambatan sering muncul ketika alur informasi melewati terlalu banyak perantara. Akibatnya pesan menjadi tertunda dan kehilangan relevansi waktu.

Kendala berikutnya adalah proses pembuatan narasi pada unggahan. Narasi tidak dapat dibuat secara spontan karena harus melalui proses penyuntingan dan persetujuan terlebih dahulu. Sering kali admin menunggu naskah final dari pihak lain sebelum dapat memublikasikannya. Padahal narasi merupakan elemen penting dalam membangun konteks informasi agar tidak menimbulkan salah tafsir. Menurut Hallahan (2007), narasi dalam komunikasi publik memiliki fungsi framing yang menentukan bagaimana khalayak memahami pesan organisasi.

Masalah waktu juga menjadi faktor penghambat utama. Dinas tidak setiap hari menggunakan Instagram karena unggahan hanya dilakukan jika terdapat kegiatan atau informasi penting. Frekuensi unggahan yang rendah menyebabkan akun kehilangan kontinuitas komunikasi. Dalam penelitian Lovejoy dan Saxton (2012), keberlanjutan unggahan merupakan

faktor penting dalam menjaga keterlibatan audiens dan kredibilitas lembaga di ruang digital. Jika akun jarang aktif, tingkat interaksi akan menurun secara signifikan.

Jumlah admin yang terbatas juga memperkuat kendala tersebut. Hanya dua orang yang memiliki akses penuh terhadap akun sehingga beban kerja menjadi tinggi terutama saat kegiatan dinas berlangsung bersamaan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengelolaan media sosial di lembaga publik belum dianggap sebagai fungsi strategis yang memerlukan sumber daya khusus. Menurut Kavanaugh et al. (2012), institusi pemerintah yang berhasil memanfaatkan media sosial secara efektif biasanya memiliki tim komunikasi digital dengan peran yang jelas dan terlatih.

Kendala teknis lain muncul dari perbedaan persepsi antaradmin terhadap tujuan komunikasi. Beberapa admin menilai bahwa konten yang diunggah sudah cukup informatif sementara lainnya berpendapat bahwa pesan yang disampaikan belum memenuhi kebutuhan informasi pegawai secara menyeluruh. Perbedaan persepsi ini menunjukkan belum adanya standar komunikasi digital yang seragam. Dalam teori koordinasi organisasi yang dikemukakan oleh Weick (1995), inkonsistensi pemahaman antaraktor dalam sistem komunikasi dapat menimbulkan ketidakseimbangan informasi dan menurunkan efektivitas komunikasi internal.

Secara keseluruhan kendala pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak mencerminkan tantangan umum yang dihadapi lembaga publik dalam transformasi digital. Faktor struktural, teknis, dan sumber daya manusia menjadi penyebab utama belum optimalnya peran media sosial sebagai sumber informasi pegawai. Agar komunikasi digital berjalan efektif diperlukan strategi manajemen informasi yang lebih adaptif, pembagian peran yang jelas, dan pelatihan khusus bagi pengelola agar setiap pesan yang disampaikan tidak hanya cepat tetapi juga akurat dan menarik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media Instagram oleh Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak telah memberikan kontribusi penting sebagai sarana informasi bagi pegawai dan masyarakat. Instagram digunakan untuk menyampaikan kegiatan, pengumuman, serta program yang berkaitan dengan pelayanan publik. Namun efektivitas pemanfaatannya masih belum maksimal karena terkendala oleh keterbatasan sumber daya manusia, keterlambatan proses unggahan, dan kurangnya variasi konten yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial

oleh lembaga pemerintah masih memerlukan strategi komunikasi yang lebih terarah agar pesan dapat tersampaikan dengan cepat, tepat, dan sesuai kebutuhan audiens.

Berdasarkan teori Uses and Gratifications dan Media Richness Theory dapat dipahami bahwa pegawai sebagai pengguna media memiliki kebutuhan spesifik terhadap informasi yang disajikan, sementara efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kemampuan media dalam menyampaikan pesan secara jelas dan menarik. Dalam konteks ini akun Instagram Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut asalkan dikelola secara profesional dengan memperhatikan aspek kualitas konten dan konsistensi publikasi. Pemahaman terhadap kedua teori ini memperkuat kesadaran bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebar informasi tetapi juga sebagai ruang partisipasi dan interaksi yang mempererat hubungan antarpegawai dan masyarakat.

Saran yang dapat diberikan adalah perlunya peningkatan kapasitas pengelola media sosial di lingkungan Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Demak melalui pelatihan komunikasi digital dan desain konten agar informasi yang disampaikan lebih kreatif dan mudah dipahami. Selain itu perlu adanya sistem koordinasi yang lebih cepat antara pengelola akun dengan bidang-bidang terkait agar arus informasi dapat berjalan tanpa hambatan. Konsistensi dalam unggahan, penjadwalan konten, dan monitoring interaksi pengguna perlu diperkuat sehingga Instagram dapat berfungsi optimal sebagai sumber informasi kelembagaan yang modern, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilia, N., & Prasetyo, A. (2021). Pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan pelayanan publik. *Jurnal Komunikasi dan Kebijakan Publik*, 9(2), 101–112.
- Arikunto, S. (1989). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (3rd ed.). Pearson Education.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dwityas, N. A., & Briandana, R. (2017). Social media in government communication: A case study of Jakarta Smart City. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 23–38.

- Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. Remaja Rosdakarya.
- Effing, R., & Spil, T. A. M. (2016). The social strategy cone toward a framework for evaluating social media strategies. *International Journal of Information Management*, 36(1), 1–8.
- Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational communication*. Wm. C. Brown Publishers.
- Graham, M. W., & Avery, E. J. (2013). Government public relations and social media: Adapting and integrating approaches. *Public Relations Review*, 39(1), 23–28.
- Hallahan, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- Kartikawangi, D., Nurkamto, S., & Rachmawati, D. (2020). Focus group based evaluation of social media usage in Indonesia's digital government. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(3), 167–186.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Sage Publications.
- Kavanaugh, A. L., Fox, E. A., Sheetz, S. D., Yang, S., Li, L. T., Shoemaker, D. J., & Xie, L. (2012). Social media use by government: Managing social media in times of crisis. *Government Information Quarterly*, 29(4), 480–491.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353.
- Mickoleit, A. (2014). *Social media use by governments: A policy primer to discuss trends, identify policy opportunities and guide decision makers* (OECD Working Papers on Public Governance No. 26). OECD Publishing.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (1988). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Rahadi, D. R. (2019). Model of social media in the public sector: A literature study. *Journal of Management and Leadership*, 2(2), 58–66.
- Setiawan, A. (2021). The use of social media in public services delivery: A case in selected West Java local governments. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 11(2), 411–417.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Sage Publications.

- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Westley, B. H., & MacLean, M. S. (1957). A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*, 34(1), 31–38.
- Winarsih, S. (2013). *Kebutuhan informasi pegawai di era digital*. Pustaka Pelajar.
- Zavattaro, S. M., & Bryer, T. A. (2016). *Social media for government: Theory and practice*. Routledge.