

**POLA KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN  
INFORMASI KOTA MEDAN DALAM PENYAJIAN  
INFORMASI KEGIATAN WALIKOTA MEDAN DI  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**REZKY SAPUTRA MANIK**

**198530070**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/4/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)22/4/25

**POLA KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN  
INFORMASI KOTA MEDAN DALAM PENYAJIAN  
INFORMASI KEGIATAN WALIKOTA MEDAN DI  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/4/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)22/4/25

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informaasi Kegiatan Walikota Medan di Instagram

Nama : Rezky Saputra Manik

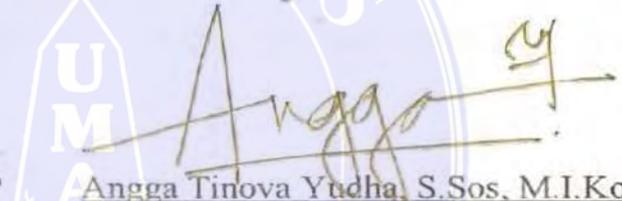
Npm : 198530070

Prodi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Pembimbing I

  
Angga Tinova Yudha, S.Sos, M.I.Kom

Pembimbing II



  
Dr. Weng Sonthafa, S.Sos, M.IP

Dekan FISIP UMA



  
Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 25 September 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/4/25

Access From (repository.uma.ac.id)22/4/25

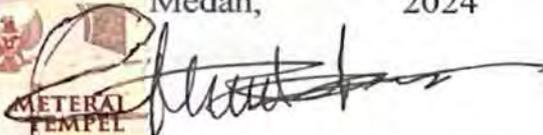
## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezky Saputra Manik  
NPM : 198530070  
Tempat/Tanggal Lahir : Duri, 24 Oktober 2000  
Alamat : Jl. Rokan Ujung, Duri, Riau

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informasi Kegiatan Walikota Medan di Instagram”** adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang nanti saya dapatkan.

Medan, 2024  
  
Rezky Saputra Manik

198530070

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezky Saputra Manik

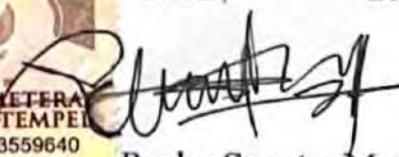
NPM : 198530070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Noneklusif (*Non-exclusif Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informasi Kegiatan Walikota Medan di Instagram”** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangakalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta, Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 2024  
  
Rezky Saputra Manik  
198530070

## ABSTRAK

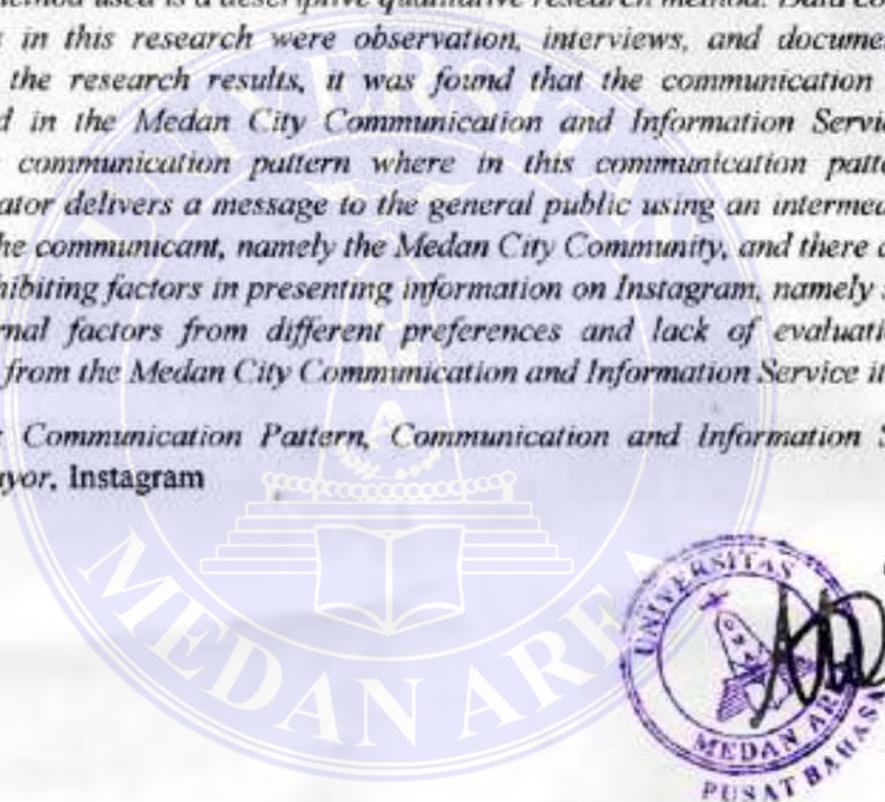
Penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan melakukan tugas dan tanggung jawabnya selaku bagian dari instansi pemerintah yang memberikan informasi mengenai seputra Kota Medan. Informasi ini disebarluaskan melalui berbagai media yang ada, diantaranya laman facebook, website, instagram, twitter serta youtube. Dalam pengelolaannya tersendiri Instagram yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan terdapat dua yaitu, Instagram @diskominfo Medan dan juga Instagram @pemko.Medan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi dan faktor penghambat Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi melalui instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon) oleh Hovland 1953 Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan, bahwa pola komunikasi yang terjalin di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan adalah pola komunikasi sekunder yang dimana pada pola komunikasi ini komunikator memberikan pesan kepada khalayak ramai menggunakan perantara atau media kepada komunikan yaitu Masyarakat Kota Medan, dan juga ada beberapa faktor penghambat dalam penyajian informasi di Instagram yaitu mulai dari faktor internal dari preferensi yang berbeda dan kurangnya evaluasi dan proyeksi dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan itu sendiri

**Kata Kunci:** *Pola Komunikasi, Dinas Komunikasi dan Informasi, Walikota Medan, Instagram*

## ABSTRACT

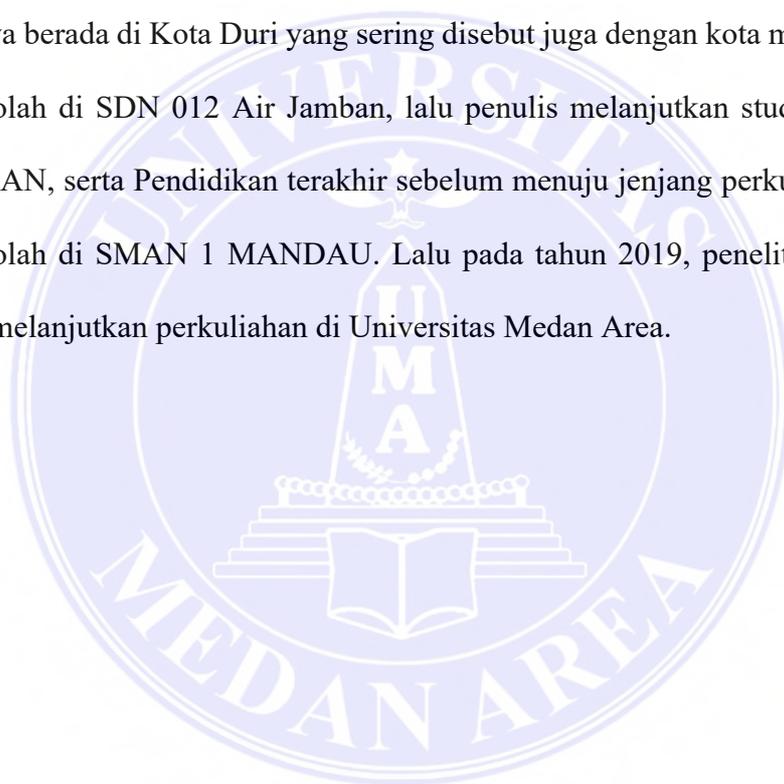
*The dissemination of information carried out through social media, the Medan City Communication and Information Service carries out its duties and responsibilities as part of a government agency that provides information about Medan City. This information is disseminated through various existing media, including Facebook pages, websites, Instagram, Twitter and YouTube. In its own management, Instagram managed by the Medan City Communication and Information Service consists of two, namely, Instagram @diskominfo Medan and also Instagram @pemko.medan. The purpose of this research was to determine the communication patterns and inhibiting factors of the Medan City Communication and Information Service in presenting information through Instagram. The theory used in this research is the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory by Hovland 1953. The research method used is a descriptive qualitative research method. Data collection techniques in this research were observation, interviews, and documentation. Based on the research results, it was found that the communication pattern established in the Medan City Communication and Information Service is a secondary communication pattern where in this communication pattern the communicator delivers a message to the general public using an intermediary or media to the communicant, namely the Medan City Community, and there are also several inhibiting factors in presenting information on Instagram, namely starting from internal factors from different preferences and lack of evaluation and projection from the Medan City Communication and Information Service itself*

**Keywords:** *Communication Pattern, Communication and Information Service, Medan Mayor, Instagram*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengenai daftar riwayat hidup, berikut sedikit penulis menceritakan bagaimana daftar Riwayat hidup penulis. Penulis bernama lengkap Rezky Saputra Manik. Anak pertama dari Ayah Ronald Lambok Manik dan Ibu Disma Siregar. Penulis memiliki 4 orang adik Perempuan, yang dimana penulis merupakan anak pertama sekaligus anak laki-laki satu-satunya. Penulis berasal dari Riau lebih tepatnya berada di Kota Duri yang sering disebut juga dengan kota minyak. Penulis bersekolah di SDN 012 Air Jamban, lalu penulis melanjutkan studinya di SMP KANAAN, serta Pendidikan terakhir sebelum menuju jenjang perkuliahan penulis bersekolah di SMAN 1 MANDAU. Lalu pada tahun 2019, peneliti memutuskan untuk melanjutkan perkuliahan di Universitas Medan Area.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pertama sekali penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, pertolongan, kekuatan, kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan Terhadap Penyajian Informasi Mengenai Walikota Medan Melalui Instagram**

Pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar- besarnya kepada Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing I memberikan saran bimbingan dalam penyusunan skripsi ini, kepada Bapak Angga Tinova Yudha S.I.Kom, M.I.Kom selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak pengarahan serta bimbingan penulisan skripsi ini Bapak, Rezki Aulia, S.I.Kom, M.I.Kom selaku sekretaris yang telah memberikan arahan Dan kepada kedua orang tua yang paling saya sayangi dan saya hormati di dunia ini, Bapak Ronald Lambok Manik dan Ibu Disma Siregar yang tak henti-hentinya selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang, dan motivasi renungan setiap harinya Keempat adik saya yang saya sayangi dan selalu saya rindukan. Nelly, Grace, Theresia, dan Geisha yang memberi dukungan dan selalu memberikan semangat kepada penulis. Serta kepada saudara, rekan seperjuangan dan teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Medan, Mei 2023

Rezky Saputra Manik  
NPM 198530070

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Media Baru .....	10
2.1.1. Media Sosial .....	12
2.1.2. Fungsi Media Sosial .....	13
2.1.3. Instagram .....	14
2.2. Pola Komunikasi.....	15
2.2.1. Jenis – Jenis Pola Komunikasi.....	17
2.2.2. Faktor Penghambat Komunikasi.....	18
2.3. Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon).....	20
2.4. Penyajian Informasi .....	22
2.5. Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan .....	24
2.6. Pelayanan Publik .....	26
2.6. Penelitian Terdahulu .....	27
2.7. Kerangka Berpikir .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>

3.1. Metode Penelitian .....	34
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.3. Sumber Data .....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5. Teknik Analisis Data .....	38
3.6. Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan.....	41
4.1.1. Visi dan Misi.....	42
4.2. Profil Walikota Medan Periode 2021-2024 .....	44
4.3. Hasil Penelitian .....	45
4.4. Pembahasan .....	60
4.4.1. Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informasi Kegiatan Walikota Medan di Instagram .....	60
4.4.2. Faktor Penghambat Dinas Komunikasi Dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informasi Kepada Masyarakat Melalui Instagram .....	64
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan .....	69
5.2. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1.1. Penelitaian Terdahulu.....	28
Table 2.2. Perbedaan dan Persamaan .....	30
Table 3.3. Kerangka Berfikir.....	33
Table 4.4. Waktu Penelitian .....	35



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Instagram Pemko Medan.....	5
Gambar 2.2. Instagram Diskominfo Kota Medan .....	6
Gambar 3.3. Contoh Postingan Kegiatan Walikota Medan .....	7
Gambar 4.4. (a) Postingan Instagram PEMKO Medan.....	66
Gambar 5.5. (b) Postingan Instagram PEMKO Medan.....	66



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Diera modern saat ini penyebaran informasi sangat cepat dan dibutuhkan guna untuk menunjang dalam segi mobilitas informasi di dalam masyarakat. Kebutuhan informasi didukung dengan perkembangan teknologi yang sangat massif, memungkinkan untuk mendapatkan berbagai macam informasi. Sebagai warga negara, sesuai dengan konstitusi UUD 1945 dalam pasal 28F dinyatakan bahwa “setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan jenis saluran yang tersedia.”

Pada era kemajuan teknologi saat ini, informasi merupakan hal krusial. Semua lapisan masyarakat untuk berkembang dan berinteraksi memiliki hak mendapatkan informasi. Sehingga informasi menjadi salah satu kebutuhan manusia yang penting sebagai sumber pengetahuan, pemahaman dan pengertian akan hal-hal yang terjadi di sekitar sehingga peran informasi sangatlah berharga bagi manusia.

Masyarakat memasuki era informasi, sehingga jaringan informasi perlu dibangun dan dikembangkan sebagai sarana penyalur informasi. Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami bila masyarakat harus bersikap selektif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam kehidupan sehari-harinya. Perkembangan informasi yang sangat pesat dengan kemajuan teknologi yang

mendukung, dapat mempermudah dalam memenuhi kebutuhan informasi. Ada beberapa jenis komunikasi salah satunya adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan melalui media massa (media cetak, media elektronik, media baru). Media massa adalah sarana komunikasi yang menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada khalayak yang luas dan heterogen (berbeda-beda) dengan menggunakan sistem cetak, elektronik maupun digital yang mampu mengatasi hambatan ruang dan waktu. Sehingga hal ini menjadi kelebihan komunikasi menggunakan media massa dibandingkan dengan komunikasi lain (kelompok atau publik).

Media massa mampu menyebarkan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007). Salah satu media massa yang digunakan dalam berkomunikasi untuk mendapatkan informasi saat ini adalah internet, karena merupakan jaringan global yang bebas hambatan. Dengan perkembangan yang pesat di bidang teknologi komunikasi, pemahaman mengenai teknologi komunikasi menjadi banyak sorotan untuk ahli-ahli komunikasi.

Everett M. Rogers (1986) yang melihat bahwa teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain. Definisi Rogers tersebut menunjukkan bahwa teknologi komunikasi mempunyai beberapa karakteristik yaitu:

1. Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras atau alat.
2. Teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu.

3. Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dari struktur di atas.
4. Teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras di bidang komunikasi. Sebagai perangkat keras, lebih lanjut dikatakan oleh Rogers (1986), teknologi komunikasi mengkondisikan penggunaannya untuk melakukan demasifikasi dalam mengontrol pesan, menyesuaikan diri dengan standar teknis pemakaian teknologi komunikasi serta meningkatkan interaksi dengan individu lain tanpa mengenal hambatan jarak. (Kurmia, 2005).

Teknologi komunikasi memunculkan media baru. McQuail (2010), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dari konvergensi semua aspek dari media
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan)
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media 'gateway' yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada web atau untuk mengakses web itu sendiri
6. Fragmentasi dari kaburnya 'institusi media'. (Hamidati & Junaedi, 2011)

Salah satu jenis media baru adalah media sosial. Media sosial dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat melalui telepon genggam dengan mengunduh aplikasi mobile tersebut. Dalam penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan melakukan tugas dan tanggung jawabnya selaku bagian dari instansi pemerintah melalui berbagai saluran

ataupun media yang ada, diantaranya laman facebook, website, instagram, twitter serta youtube.

Penelitian ini berfokus pada media sosial Instagram, yang dimana Instagram sendiri memiliki kualifikasi tersendiri sebagai media sosial yang paling populer yang saat ini digunakan oleh kalangan masyarakat.

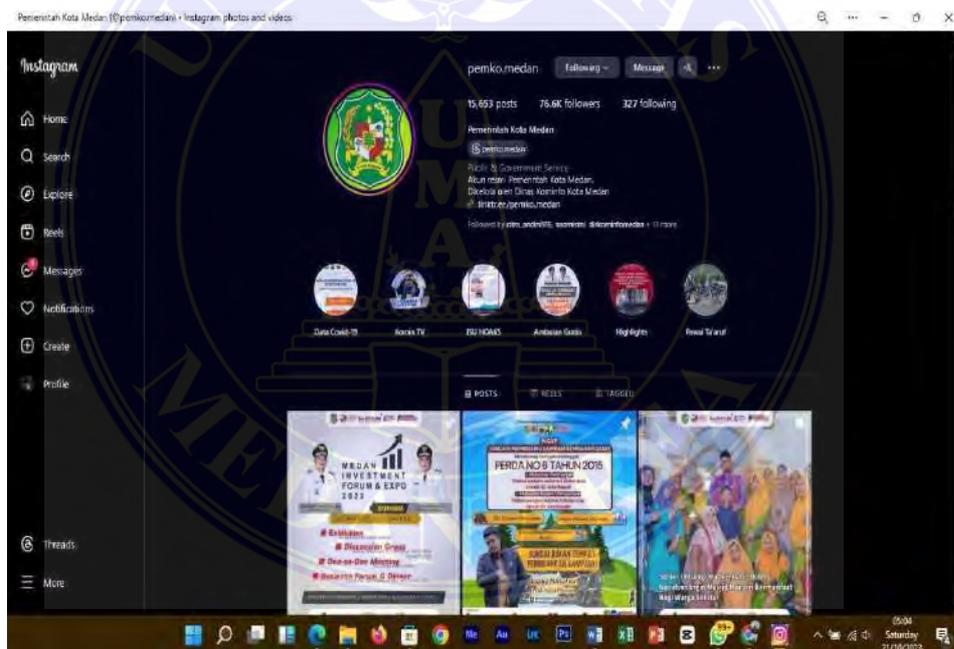
Menurut Macarthy (2015, p. 191), Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak. Banyak peminat dan kualitas konten yang dihasilkan dari segi visual dan audio, hal inilah yang mendasari selaku pengelolaan informasi dalam instansi pemerintahan yaitu Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan memilih Instagram sebagai salah satu media penyebaran informasi.

Di dalam penyajian informasi, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan ini berperan untuk memberikan pelayanan komunikasi dan informasi kepada masyarakat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, dan memperkokoh persatuan dan kesatuan. Salah satu memberikan pelayanan komunikasi disini sebagai pusat dalam penyajian informasi terkhususnya di Kota Medan.

Dalam pengelolaannya tersendiri Instagram yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan terdapat dua yaitu, Instagram @diskominfo Medan dan juga Instagram @pemko.medan. berdasarkan dari kedua Instagram yang di atas bentuk dari postingan serta berita atau informasi yang disampaikan hampir serupa. Hanya saja pada Instagram @pemko.medan lebih kearah bagaimana situasi dan kondisi kota Medan saat ini, baik itu dalam segi

informasi mengenai kegiatan, situasi Kota Medan saat ini, informasi Kegiatan Walikota Medan dan beragam informasi lainnya.

Didalam Instagram @diskominfomedan memberikan informasi yang diselingi dengan bagaimana perkembangan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan itu sendiri. Informasi yang disampaikan cukup jelas dan lugas berdasarkan dengan acuan penerimaan yang diterima dari beberapa dinas terkait. Penyebaran informasi melalui kedua Instagram ini sering dan sangat update dalam penyebarluasan informasi yang dilakukan baik itu melalui foto ataupun melalui video.



**Gambar 1.1. Instagram Pemko Medan**

Sumber: Instagram



**Gambar 2.2. Instagram Diskominfo Kota Medan**

Sumber: Instagram

Berdasarkan gambar diatas dijelaskan pula bahwa ada dua instagram yang dikelola langsung oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan. Yaitu yang pertama ada Instagram @pemko.medan dan yang kedua ada Instagram @diskominfomedan. Instagram @pemko.medan umumnya melakukan postingan yang berkaitan dengan bagaimana situasi dan keadaan terkini mengenai pemerintahan kota Medan. Baik itu mengenai informasi yang bersifat persuasif atau sebuah informasi yang memberikan informasi tentang Kota Medan

Instagram yang kedua yaitu @diskomnfomedan, selaku tugas dan wewenang dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan. Postingan yang dihadirkan di Instagram ini yaitu ada beberapa informasi mengenai kota Medan. Ada juga beberapa informasi yang terkait mengenai Diskominfo itu sendiri.

Menurut Jogiyanto dalam Yakub, bahwa kualitas informasi tergantung dari tiga hal yaitu relevan, tepat waktu dan akurat (Yakub, Pengantar Sistem Informasi).

Peneliti memaparkan bagaimana tugas dan wewenang dari Diskominfo Kota Medan, karena ingin mengetahui bagaimana bentuk penyajian informasi dan pola komunikasi yang terjalin dalam menyebarluaskan informasi tersebut di dalam internal Diskominfo Kota Medan. Dan juga penulis ingin mengetahui dalam penyebaran informasi yang dilaksanakan, apa faktor yang menjadi penghambat menyebarluaskan informasi tersebut. Hal ini ingin dibahas dan di lihat berdasarkan pengelolaan yang dilakukan melalui Instagram Pemerintah Kota Medan.



**Gambar 3.3. Contoh Postingan Kegiatan Walikota Medan**

Sumber: peneliti (2024)

Berdasarkan dari postingan Kegiatan Walikota Medan yang ada di salah satu Instagram yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan, terlihat bahwa mengenai informasi yang dilakukan cukup akurat dengan menjelaskan keterangan berupa kegiatan apa yang sedang dilakukan, dimana tempat pelaksanaan kegiatan tersebut, serta dijelaskan pula mengenai bagaimana bentuk dan pengaruh dari keberadaan Walikota Medan serta harapan kedepannya.

Penelitian ini dilakukan juga sebagai bahan evaluasi dan sebagai bahan pemberian informasi yang dilaksanakan guna untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Medan.

### **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang peneliti tuliskan, maka dengan itu fokus penelitian ini berfokus pada postingan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan di Instagram antara bulan Desember 2023 – Maret 2024.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan, adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi kegiatan Wali Kota Medan kepada masyarakat melalui instagram?
- b. Apa faktor penghambat Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi kepada masyarakat melalui instagram?

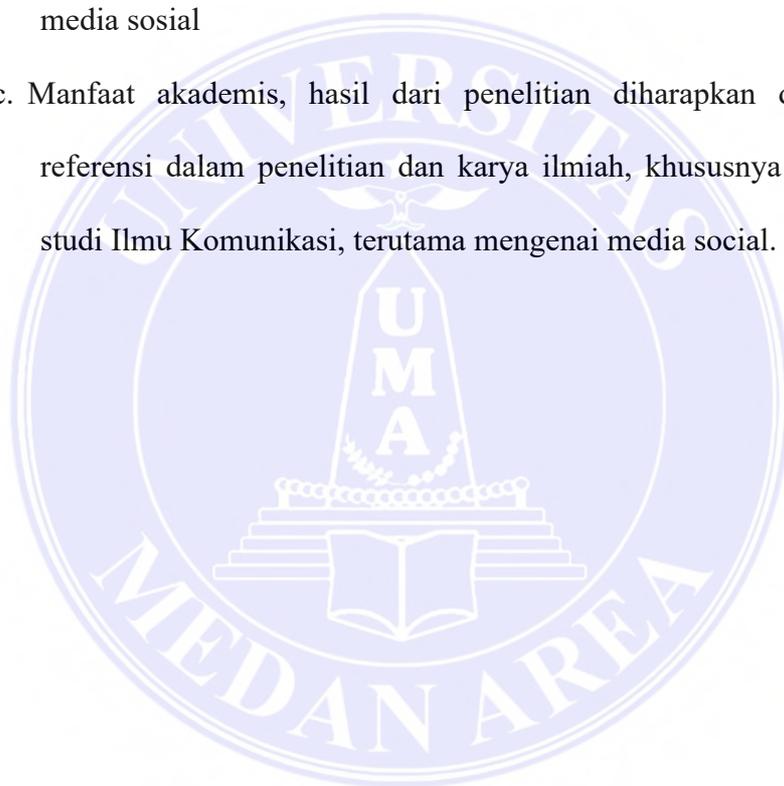
### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi terkhususnya melalui instagram.
- b. Untuk mengetahui apa faktor penghambat Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi melalui instagram.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi, dan juga sebagai bahan acuan dalam pengembangan informasi kedepannya.
- b. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada seluruh masyarakat kota Medan bagaimana bentuk pelayanan publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan melalui media sosial
- c. Manfaat akademis, hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian dan karya ilmiah, khususnya dalam bidang studi Ilmu Komunikasi, terutama mengenai media social.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Media Baru

Media baru dapat dijelaskan sebagai salah satu perkembangan teknologi komunikasi yang mengalami digitalisasi dan dapat diakses secara luas untuk digunakan sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011: 148). Livingstone (2003) menyatakan bahwa, pengakses yang diposisikan sebagai pengguna media baru diberi ruang oleh media baru untuk memilih informasi yang ingin mereka dapatkan dan terhubung dengan pengguna lain untuk terlibat dalam aktivitas interaktif di dalamnya. Media baru yang berkaitan dengan internet mengacu pada teknologi komunikasi yang sedang digunakan, serta pengaplikasiannya (Supriyatman, 2019: 143).

Selain menjadi sistem jaringan komputer yang terhubung ke seluruh penjuru dunia yang dikenal dengan internet, media sosial juga muncul sebagai bentuk media baru dan termasuk ke dalam internet (Zaini, 2021:3). Internet terus berkembang hingga akhirnya memunculkan media baru atau disebut *new media*, yaitu istilah teknologi komputer yang menekankan pada dibentuk budaya interaksi dalam komunikasi (Dewdney, 2006). Rusman (dalam Habibah 2021:353), menyatakan bahwa kata Yunani untuk teknologi adalah *techne* yang berarti keahlian, dan logika yang berarti pengetahuan. Akibatnya, teknologi dalam konteks ini mengacu pada perangkat keras yang dapat membantu mempermudah kegiatan masyarakat.

Tamburaka menegaskan bahwa media baru menggabungkan semua yang dimiliki media lama (Aziz, 2018: 124). Radio hanya dapat didengar, televisi hanya

dapat menggabungkan audio dan visual, surat kabar hanya dapat dibaca dengan kertas, tetapi internet menggabungkan tulisan, suara, dan gambar, secara nyata dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh media lain tersebut. Pengguna internet saat ini memiliki akses ke berbagai media online, antara lain *blog*, *website*, radio internet, siaran berita, *live streaming*, dan video yang dapat diunduh.

Dunia media baru ini, semua kualitas spesifik dari masing-masing media lama dapat dipadukan. Sumber baru yang menarik khalayak media untuk beralih dari media massa tradisional ke media baru adalah ragam informasi yang tersedia di internet. Media baru yang beragam telah menarik minat publik dan berdampak pada saluran komunikasi tradisional (lama) (Suryani, 2013: 41).

Kebiasaan komunikasi masyarakat telah berubah akibat adanya media baru yaitu internet. Tanpa memandang waktu atau jarak, media baru mampu memfasilitasi komunikasi dan pengumpulan informasi bagi penggunanya (Hawari, 2019). Denis McQuail (2011: 43) menjelaskan bahwa, fitur utama media baru adalah konektivitasnya, akses ke audiens tertentu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, keragaman penggunaan sebagai karakter yang terbuka, dan sifat di mana-mana.

Pramiyanti (2017:97) menegaskan bahwa, proses komunikasi di media baru berbeda dengan komunikasi di media konvensional atau media massa. Pengguna media baru dapat melakukan komunikasi timbal balik atau dua arah. Karena komunikator memiliki pilihan untuk membalas informasi yang diperoleh sebagai bentuk pertukaran informasi, media baru kemudian dapat memfasilitasi hubungan timbal balik. Fakta bahwa informasi dapat bervariasi baik dari segi bentuk maupun substansi menunjukkan kemampuan adaptasi media baru (Habibah, 2021: 356).

Hal ini sejalan dengan Rogers yang menyatakan bahwa ada tiga karakter utama sebagai tanda hadirnya media baru, yaitu *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*.

1. *Interactivity*, merupakan karakter yang menunjukkan bahwa media baru memiliki ciri untuk menanggapi komunikasi dari pengirim sehingga setiap individu berperan aktif dalam proses pertukaran informasi.
2. *Demassification*, merupakan karakter massa dari sebuah media baru yaitu kontrol dalam sistem komunikasi bergeser dari produsen media ke konsumen media.
3. *Asynchronous*, artinya media baru mampu mengirim dan menerima pesan pada waktu yang diinginkan oleh peserta komunikasi (Rogers E.M., 1986).

### 2.1.1. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut.

Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu. Seperti yang dikemukakan oleh Henderi, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk

membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007: 3).

Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568)

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, instagram, facebook, atau video di YouTube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Zarella, 2010, h. 2).

### **2.1.2. Fungsi Media Sosial**

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi.  
Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience*.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011: 5), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut:

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audensilah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual.

Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

### 2.1.3. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang lagi ngetrend akhir-akhir ini. Layaknya kamera Polaroid yang dulunya populer dengan sebutan foto instan, dua suku kata yang membentuk nama Instagram adalah *insta* dan *gram*. *Insta* berasal dari istilah *instan* yang memiliki fungsi tampilan foto langsung seperti

polaroid. Kata kedua yaitu kata gram yang berawal dari telegram dan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada individu lain dengan praktis dan cepat. Oleh karena itu, Instagram bisa mempublikasikan foto melalui internet dan pesan atau informasi yang dibagikan bisa langsung diterima (Putri, 2018: 42).

Bambang (dalam Untari, 2018: 274) berpendapat Instagram adalah perangkat lunak *smartphone* yang dibuat khusus untuk media sosial, salah satu platform digital yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan Twitter. Perbedaannya adalah Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi informasi satu sama lain melalui penggunaan foto. Fitur Instagram yang membantu menyempurnakan foto agar lebih menarik, kreatif dan lebih baik juga dapat menginspirasi pengguna dan menumbuhkan lebih banyak kreativitas.

Menurut data Goodstat hingga April 2022, salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak adalah Indonesia. Indonesia berada di urutan keempat setelah Brasil, Amerika Serikat dan India dengan 99,9 juta pengguna aktif bulanan di Instagram. Hingga pertengahan tahun 2022, sekitar 275,77 juta orang yang tinggal di Indonesia atau lebih dari sepertiga penduduk negara ini aktif menggunakan Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu jejaring media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram (PramborsFM.com)

## 2.2. Pola Komunikasi

Pola Komunikasi didefinisikan dalam dua bentuk suku kata yaitu pola dan komunikasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1088) bahwa pola adalah model, sistem, atau cara kerja. Pola dalam komunikasi dapat diartikan dalam bentuk atau gambaran komunikasi yang dilihat berdasarkan jumlah komunikannya.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “communicates” yang artinya berbagi atau menjadi bersama. Dengan demikian komunikasi berarti suatu upaya yang bertujuan untuk penyatuan informasi antara satu pihak dengan pihak yang lain guna untuk mendapat suatu keputusan bersama. Pengertian lain komunikasi yaitu sebagai bentuk penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain, melalui penggunaan simbol kata, gambar, angka, grafik dan sebagainya (Berelson dan Steiner (1964)

Menurut Djamarah (2004:1) pola komunikasi dapat diartikan sebagaimana yaitu dalam pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami. Menurut Effendy (dalam Gunawan 2013:225). Pola komunikasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan dan keterkaitannya dgn unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungan guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto dalam Santi & Ferry: 2015). Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwasannya, pola komunikasi adalah suatu bentuk atau proses yang dimana didalamnya terdapat berbagai macam komponen atau pihak yang saling memberikan suatu informasi yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

### 2.2.1. Jenis – Jenis Pola Komunikasi

Harold D. Lasswell membagi pola komunikasi kedalam 4 yaitu, pola komunikasi secara primer, sekunder, linier, dan sirkular. Berikut adalah pengertian dari masing-masing pola komunikasi.

#### a. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer merupakan suatu bentuk proses pola komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dalam menyampaikan suatu informasi menggunakan suatu lambang sebagai media, baik secara verbal maupun non verbal.

Proses komunikasi primer yang paling sering dan umum yang digunakan yaitu, secara lambang bahasa. Yang dimana dengan cara ini mampu mengungkapkan bagaimana pikiran komunikator kepada komunikan dengan baik.

#### b. Pola Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah bagaimana bentuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana lain sebagai media kedua setelah tetap memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan kedua media ini karna komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau dalam jumlah yang banyak.

#### c. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi secara linear disini dijelaskan bahwasannya, pola komunikasi yang dilakukan secara lurus yaitu dari satu titik kepada titik yang lain. Penyampaian informasi atau pesan oleh komunikator

diposisikan sebagai titik pusat, yakni dalam proses komunikasi ada terdapat komunikasi secara tatap muka dan adakalanya dilakukan dengan menggunakan media.

Dalam hal ini, pesan yang disampaikan akan efektif bila dilakukan dengan perencanaan sebelum dilaksanakannya komunikasi. Dalam bentuk penyampaian pola komunikasi linear, pada hakikatnya ada pada berkomunikasi menggunakan media. Tetapi, dalam komunikasi tatap muka juga tetap dilakukan prakteknya, yaitu apabila komunikannya pasif. Sebagai contoh ketika guru memarahi murid nya, dan muridnya hanya diam.

d. Pola Komunikasi Sirkuler

Pola komunikasi sirkuler ini dikembangkan oleh Charles E. Osgood dan Wilbur Schramm, yang menitik beratkan pembahasan pada perilaku pelaku-pelaku utama dalam proses komunikasi (Efenndy, 2000). Pola ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, di mana pesan disampaikan melalui proses encoding dan decoding.

Encoding adalah perpindahan yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan decoding adalah suatu perpindahan yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber. Hubungan antara encoding dan decoding adalah hubungan antara sumber dan penerima secara dalam dan saling mempengaruhi satu sama lain.

### 2.2.2. Faktor Penghambat Komunikasi

Komunikasi dikatakan efektif apabila orang berhasil menyampaikan apa yang dijelaskan, atau komunikasi dikatakan efektif apabila hal yang disampaikan oleh

pengirim diingat dan dipahami oleh si penerima, Tubbs dan Moss (dalam Mulyana, 2005). Effendy (2003) menyatakan bahwa beberapa ahli komunikasi menyampaikan bahwa tidak ada yang namanya komunikasi yang benar-benar terlaksana dengan efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi segala jenis bentuk yang menjadi penghalang akan mengganggu jalannya komunikasi (*noise*)

Hambatan komunikasi memiliki adalah segala sesuatu yang dapat mendistorsi pesan, hal apapun yang menghalangi penerima menerima pesan, DeVito (2009). Oleh karena itu peneliti mengambil kesimpulan bahwasannya hambatan komunikasi adalah sesuatu yang menjadi penghalang atau penghambat dalam berjalannya suatu proses komunikasi, hal ini dapat dipengaruhi oleh beragam factor mulai dari internal atau eksternal si komunikasikan atau dari faktor lain yang dapat mempengaruhi secara keseluruhan dalam proses komunikasi.

Wursanto (2005) menjelaskan ada tiga faktor yang menjadi penghambat komunikasi yaitu:

1. Hambatan yang bersifat teknis. Hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti:
  - a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi
  - b. Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai
  - c. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/ keadaan, dan kondisi peralatan.

2. Hambatan semantik Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.
3. Hambatan perilaku. Hambatan perilaku disebut juga hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti:
  - a. Pandangan yang sifatnya apriori
  - b. Prasangka yang didasarkan pada emosi
  - c. Suasana otoriter
  - d. Ketidakmauan untuk berubah
  - e. Sifat yang egosentris

Oleh karena itu, di dalam penelitian ini hal yang menjadi faktor penghambat Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyajian informasi melalui Instagram mengarah kedalam keseluruhan factor yang ada di atas sebagai tolak ukur dalam penyajian informasi yang dilakukan. Akan tetapi, tidak keseluruhan menjadi aspek yang menjadi bagian terpenting dalam hambatan komunikasi.

### **2.3. Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon)**

Dalam penelitian ini, teori dasar yang digunakan adalah model S-O-R. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Hovland, et. al pada tahun 1953. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Sebuah

perubahan dalam masyarakat tidak dapat dilakukan tanpa adanya bantuan serta dorongan dari pihak luar,

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada konsumen mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses tersebut akan menyebabkan komunikan mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendi, 2018:254-256).

Teori S-O-R merupakan teori komunikasi sebagai singkatan dari stimulus-organism- response. Menurut teori ini, media massa amat perkasa dalam mempengaruhi penerima pesan, teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Namun respon sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R

Pola komunikasi yang menitik beratkan pada komunikasi massa seperti ini, sangat baik dilakukan karena ada berbagai saluran atau media yang dapat diaplikasikan dalam penyebaran informasi, baik itu media cetak maupun media elektronik. Menurut McQuail, (2010:467) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya dapat menjangkau khalayak ramai dan dengan proses waktu yang efisien.

Oleh karena itu pada hal ini, peneliti menunjukkan bagaimana sikap dan respon masyarakat terhadap Kegiatan Walikota Medan yang terjadi di Kota Medan tergantung pada bagaimana proses komunikasi yang terjadi melalui media Instagram itu sendiri. Adapun keterkaitan model SOR (Stimulus, Organism, Respon) dalam penelitian ini adalah:

1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dalam sosial media Instagram
2. Organism yang dimaksudkan adalah Pegawai Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan
3. Respon yang dimaksud adalah tanggapan atau respon masyarakat terhadap informasi mengenai kegiatan Walikota Medan yang terjadi melalui Instagram itu sendiri

#### **2.4. Penyajian Informasi**

Penyajian informasi adalah penyediaan sumber informasi. Tanpa sumber yang dapat dipercaya, sebuah informasi tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hal ini seperti di sampaikan Deni Darmawan (2005) terdapat ciri-ciri informasi yang dapat memberikan makna bagi pengguna diantaranya yaitu amount of information (kuantitas informasi), quality of information (kualitas informasi), recency of information (informasi aktual, relevance of information (informasi yang relevan atau sesuai), accuracy of information ( ketepatan informasi) dan autehtnicity of information (kebenaran informasi). Sumber informasi dapat menjadi jaminan kebenaran suatu informasi. Sumber informasi dapat dilihat dari penulisan sumber referensi pada setiap informasi yang disajikan. Tentunya hal seperti ini menjadi tanggungjawab instansi pemerintahan guna untuk

menyampaikan informasi dengan yang sebenar-benarnya, sesuai dengan kaidah yang diinginkan. Dalam tugas pokok dan fungsi instansi pemerintahan juga harus memperhatikan setiap pemberitaan yang disebarluaskan kemasyarakat.

Dalam kaidahnya, penyajian informasi juga memiliki prinsip dalam implementasi yang diterapkan, beberapa diantaranya yaitu :

1. **Kejelasan:** Informasi harus disajikan dengan jelas dan mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang sederhana dan struktur yang logis penting untuk memastikan pesan tersampaikan dengan baik.
2. **Keterkaitan:** Informasi harus relevan dengan audiens dan disampaikan dengan cara yang menarik bagi mereka. Memahami audiens target adalah kunci dalam menentukan gaya penyajian dan konten.
3. **Konsistensi:** Penyajian informasi harus konsisten baik dalam hal pesan maupun visual. Konsistensi membantu membangun kepercayaan dan memudahkan audiens untuk mengenali dan mengingat informasi yang disampaikan.
4. **Visualisasi:** Menggunakan elemen visual seperti gambar dan video dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi. Visual yang baik juga dapat menarik perhatian dan membuat informasi lebih menarik.
5. **Interaksi:** Mendorong interaksi melalui fitur-fitur seperti komentar, likes, dan shares dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membuat informasi lebih dinamis dan engaging.

Hal diatas menjadi prinsip awal buat instansi pemerintah dalam penyebaran informasi yang diberikan, tentunya guna untuk mendapatkan tujuan awal dalam penyebaran berita mengenai kegiatan walikota Medan. Ini menjadi hal yang perlu

diperhatikan karena dalam penyebaran mengenai kegiatan Walikota Medan bukan cuman sekedar memberikan informasi saja, tapi ada keterkaitan dengan beberapa tugas dan wewenang dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan. Yaitu :

1. **Meningkatkan Kesadaran Publik:** Informasi yang disajikan di Instagram dapat membantu meningkatkan kesadaran publik tentang kegiatan dan kebijakan Walikota Medan, memastikan bahwa masyarakat selalu mendapat informasi terbaru.
2. **Transparansi Pemerintahan:** Penyajian informasi yang transparan dan terbuka melalui Instagram membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.
3. **Partisipasi Publik:** Dengan menyajikan informasi yang menarik dan relevan, pemerintah dapat mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dalam berbagai program dan kegiatan.
4. **Citra Positif:** Penyajian yang profesional dan konsisten dapat membantu membangun citra positif Walikota dan pemerintahan kota.

## 2.5. Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan

Dinas Komunikasi dan Informasi merupakan instansi pemerintahan yang bergerak di bidang komunikasi dan informasi, yang meliputi telekomunikasi, sarana komunikasi dan diseminasi informasi, telematika, serta pengolahan data elektronik. Diskominfo juga mempunyai fungsi mengkoordinasikan dan pembinaan Operasional Perangkat Daerah (OPD) dan melaksanakan tugas lain dari Kepala Daerah sesuai tugas pokok dan fungsinya.

Dinas Komunikasi dan Informasi merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah, yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan mempunyai tugas melaksanakan

urusan pemerintah daerah di bidang komunikasi dan informasi berdasarkan atas desentralisasi dan tugas bantuan. Dinas Komunikasi, Informasi mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintah daerah/kewenangan provinsi di bidang teknis aplikasi telematika, pendapat umum, hubungan kelembagaan, sarana komunikasi, diseminasi, pos, telekomunikasi, data informasi dan bina media massa serta tugas pembantuan.

Berdasarkan tugas pokok dan fungsi yang ada, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan memiliki tugas dan tanggung jawab diantaranya adalah sebagai pelaksana pelayanan komunikasi dan informasi kepada masyarakat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, dan memperkokoh persatuan dan kesatuan. Tentunya ini merupakan sebagai upaya dalam bentuk diseminasi informasi yang ada, baik itu sebagai pengelolaan untuk mengembangkan citra Pemerintahan Kota Medan, atau sebagai upaya dalam bentuk memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat sesuai dengan tata aturan yang berlaku di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan.

Berdasarkan website resmi dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan, penyebaran informasi dilakukan melalui berbagai media sosial. Penyebaran informasi dilakukan di hamper seluruh platform yang ada, diantaranya adalah Instagram, website resmi, X, bahkan sampai facebook. Tetapi pada dasarnya penyebaran informasi yang umum dan sering dilakukan adalah melalui Instagram. Selain karena efisiensi di dalam penyebarannya, di Instagram juga banyak pengunjung yang berinteraksi langsung.

Oleh karena itu, peneliti memilih Instagram karena didalam Instagram penyebaran informasi nya lebih cepat dan dapat langsung melihat bagaimana

respon masyarakat dalam informasi yang dilakukan, terkhususnya informasi mengenai kegiatan Walikota Medan. Informasi merupakan salah satu jenis sumber daya paling utama dan merupakan kebutuhan di dalam suatu instansi pemerintahan.

Informasi diberikan dan disebarakan selain bertujuan sebagai bahan informasi kepada masyarakat tentunya juga sebagai bahan evaluasi dan proyeksi atas tanggapan yang diberikan oleh masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informasi bertanggung jawab atas pengolahan data untuk dijadikan informasi yang bermanfaat guna menunjang peningkatan kualitas kehidupan masyarakat Kota Medan.

## **2.6. Pelayanan Publik**

Menurut Kurniawan (dalam Sinambela, 2006: 5) pelayanan publik diartikan sebagai pemberi pelayanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang

Menurut UU No 25 Tahun 2009, Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Ruang lingkup pelayanan publik menurut Undang-Undang Pelayanan Publik meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik serta pelayanan administratif yang diatur dalam peraturan perundang undangan. Dalam ruang lingkup tsb, termasuk pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan Informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan,

perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya. (Pasal 5 UU No 25 Tahun 2009) Dalam melaksanakan pelayanan publik pemerintah membentuk Organisasi Penyelenggara.

Penyelenggara adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Penyelenggara dan seluruh bagian organisasi penyelenggara bertanggung jawab atas ketidakmampuan, pelanggaran, dan kegagalan penyelenggaraan pelayanan.

Sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, bahwa setiap penyelenggara pelayanan publik, baik yang memberikan pelayanan kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung wajib menyusun, menetapkan, dan menerapkan Standar Pelayanan untuk setiap jenis pelayanan sebagai tolok ukur dalam penyelenggaraan pelayanan di lingkungan masing masing.

Sebagai tindak lanjut pelaksanaan Undang-Undang Pelayanan Publik tersebut, maka telah ditetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. PermenPAN RB tentang Pedoman Standar Pelayanan ini merupakan revisi dari PermenPANRB Nomor 36 Tahun 2012.

## **2.6. Penelitian Terdahulu**

**Table 1.1. Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Sumber
1	Firman Wahyudi (2016)	Pola Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Riau dalam Mencegah dan Menanggulangi Bencana Asap di Riau	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan pola komunikasi BPBD Provinsi Riau adalah pola roda. Pola roda terlihat karena penerapan pola komunikasi terstruktur dan terkoordinir oleh BPBD Riau. Pada saat mencegah bencana asap, pola roda tampak pada koordinasi yang dilakukan BPBD Riau. Pada saat menanggulangi bencana, pola roda digunakan juga dalam koordinasi dan komando serta briefing di Pos Komando BPBD Riau. Penggunaan media WhatApps memperkuat penggunaan pola roda. Seluruh stakeholder dapat berkomunikasi dengan semua unsur namun tetap berdasarkan struktur yang ada.	<a href="https://www.academia.edu/download/55830239/9379-18143-1-SM.pdf">https://www.academia.edu/download/55830239/9379-18143-1-SM.pdf</a>
2	Yuan Zahra Ramadhani Salsabila (2022)	Pola Komunikasi Organisasi Pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Oku Timur Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai	Deskriptif Kualitatif	Hasil temuan pada penelitian ini yaitu Pola komunikasi organisasi yang digunakan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten OKU Timur adalah pola komunikasi rantai, pola komunikasi roda, dan pola komunikasi bintang dengan bentuk komunikasi yang terbuka, fleksibel, dan bersifat dua arah dan pola komunikasi organisasi tersebut berkaitan dengan upaya peningkatan kinerja pegawai	<a href="http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/23575">http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/23575</a>

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Sumber
3	Bambang Arianto (2022)	Melacak Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 di Provinsi Banten	Kualitatif Eksplanatoris	Penelitian ini menemukan bahwa kompetensi tata kelola media sosial masih kurang bagi para aparatur pemerintahan di Banten. Selain itu Jurnal ini juga menyatakan bahwa media sosial telah berperan aktif sebagai salah satu saluran penunjang utama bagi upaya memperkuat pelayanan publik di Provinsi Banten.	<a href="https://www.researchgate.net/profile/Bambang-Arianto-2/publication/361664166_Melacak_Pelayanan_Publik_Berbasis_Media_Sosial_pada_Masa_Pandemi_COVID-19_di_Provinsi_Banten/links/65949a322468df72d3f6edaf/Melacak-Pelayanan-Publik-Berbasis-Media-Sosial-pada-Masa-Pandemi-COVID-19-di-Provinsi-Banten.pdf">https://www.researchgate.net/profile/Bambang-Arianto-2/publication/361664166_Melacak_Pelayanan_Publik_Berbasis_Media_Sosial_pada_Masa_Pandemi_COVID-19_di_Provinsi_Banten/links/65949a322468df72d3f6edaf/Melacak-Pelayanan-Publik-Berbasis-Media-Sosial-pada-Masa-Pandemi-COVID-19-di-Provinsi-Banten.pdf</a>
4	Rully Pramudita, Nadya Safitri, Solikin (2017)	Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Masyarakat di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung	Kuantitatif Deskriptif	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Untuk melakukan analisis terhadap sistem informasi ini akan digunakan sebuah metodologi yang di ambil dari Structured Systems Analysis And Design Method (SSDAM). Tahap yang dilakukan hanya sampai dengan memberikan masukan terhadap perbaikan dari sudut pandang prosedur, pelaku, data dan informasi di dalam pelaksanaan sistem informasi pelayanan pengaduan masyarakat di DISKOMIINFO Kota Bandung.	<a href="http://101.255.92.196/index.php/ISBI/article/download/685/577">http://101.255.92.196/index.php/ISBI/article/download/685/577</a>

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Sumber
5	Nazel Fahmi Ihza Erlangga (2022)	Efektivitas Media Sosial dalam Penyampaian Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah	Kualitatif Induktif	Adapun faktor penghambat yang terdapat dalam proses penyampaian informasi publik melalui media sosial yang di alam Diskominfo Kota Palu yaitu Sumber daya aparatur yang dimiliki dan kualitas sumber daya manusia yang masih kurang yang dimana banyaknya tugas yang harus dikerjakan sehingga menjadi penghambat dalam pemberian informasi kepada masyarakat. Hambatan yang di alami Diskominfo Kota Palu adalah hal penting dalam pemberian informasi melalui media sosial terutama tentang pentingnya sumber daya manusia yang belum maksimal pada bidang IT agar dapat memaksimalkan pemberian informasi melalui media sosial Masalah jarak dan waktu	Ihza Erlangga, N. F. (2022). <i>EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH</i> (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).

Sumber : Peneliti 2024

**Table 2.2. Perbedaan dan Persamaan**

NO	Nama Peneliti	Perbedaan	Persamaan
1	Firman Wahyudi (2016)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam pokok pembahasan yang dibahas yaitu bagaimana pola komunikasi nya hanya sebatas cara mencegah dan menanggulangi bencana	Persamaan dari penelitian ini adalah bagaimana dalam pembahasan peneliti membahas dan memfokuskan penelitian nya pada proses pola komunikasi yang terjadi di Badan Penanggulangan Bencana Daerah. Tentunya pola komunikasi ini menjadi bagian yang penting guna untuk melihat

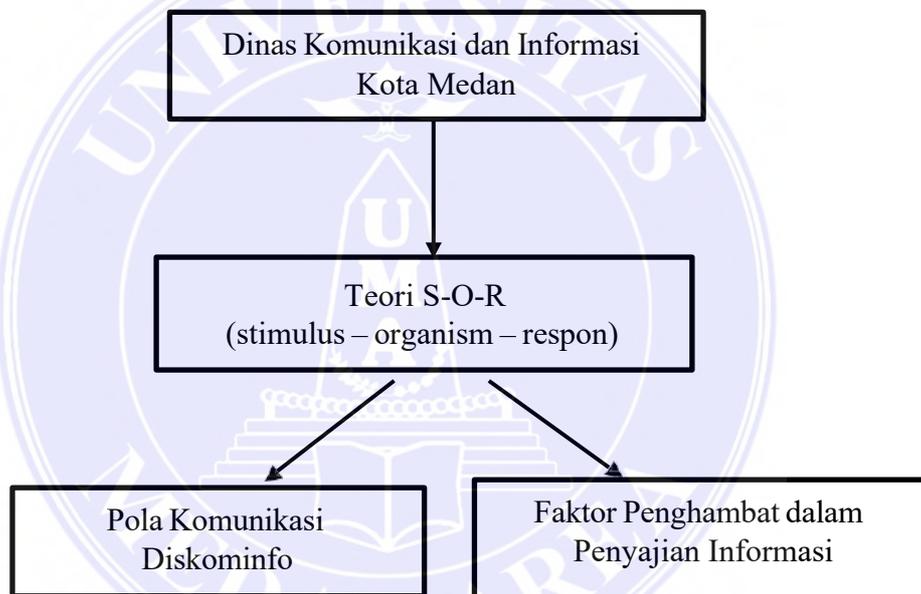
NO	Nama Peneliti	Perbedaan	Persamaan
			proses berjalannya komunikasi didalamnya
	Rezky Saputra Manik	Berbeda dengan penelitian yang dibahas disini yaitu bukan hanya pola komunikasi yang dibahas secara langsung tetapi berfokus jg pada pengembangan media sosial	
2	Bambang Arianto (2022)	Perbedaan yang dapat dijelaskan pada hal ini yaitu, fokus peneliti hanya pada bagaimana berjalannya pelayanan publik kepada masyarakat berbasis media sosial dan hanya mengkaji dalam satu studi kasus yaitu pada masa pandemic, hal ini membuat keterbatasan dalam menilai bagaimana efektifnya hal ini dijalankan	Persamaan nya adalah peneliti menjelaskan bagaimana pengelolaan media sosial guna meningkatkan diseminasi informasi kepada publik atau dalam konteks pelayanan public
	Rezky Saputra Manik	Sedangkan pada penelitian ini kajiannya terdapat dalam beberapa kejadian yang dimana ini memperluas informasi dan contoh kasus yang didapat	
3	Rully Pramudita, Nadya Safitri, Solikin (2017)	Perbedaan yang dilihat dari penelitian ini yaitu dari data yang ingin diteliti, yaitu hanya mengacu dan berfokus pada bagaimana sistem informasi ini berjalan, dan penjelasan yang ada di dalamnya yaitu mengidentifikasi secara prosedur apa dan bagaimana kendala yang terjadi dalam pelayanan public.	Persamaan dalam penelitian ini adalah bagaimana peneliti mengembangkan dan meneliti bagaimana Dinas Komunikasi dan Informasi dapat berjalan guna untuk memenuhi tugas dan tanggung jawab mereka sebagai pusat penyebaran informasi dan komunikasi serta tujuan utamanya yaitu tetap berfokus pada pelayanan public
	Rezky Saputra Manik	Sedangkan pada penelitian ini adalah bagaimana fokus penelitian menyangkut komunikator dan	

NO	Nama Peneliti	Perbedaan	Persamaan
		komunikasikan, bagaimana hubungan serta hambatan yang menjadi tantangan yang ada.	
4	Nazel Fahmi Ihza Erlangga (2022)	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini selain dari perbedaan metode penelitian yang dilakukan, perbedaan yang ada juga salah satunya adalah bagaimana efektivitas Media Sosial dalam Penyampaian Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah	Persamaan dari penelitian ini adalah dari apa fokus pembahasan yang dilakukan, mulai dari pembahasan yang mengenai bagaimana penyebaran informasi yang dilaksanakan, sampai apa media yang digunakan dalam penyebaran Informasi tersebut
	Rezky Saputra Manik	Sedangkan pada penelitian ini peneliti berfokus pada menjalin informasi dan mencari tahu bagaimana efektivitas komunikasi yang terjalin di Tengah-tengah pegawai di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan	
5	Yuan Zahra Ramadhani Salsabila (2022)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk dalam pola komunikasi yang dibahas pada komunikasi organisasi yang ada di Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Oku Timur dan fokusnya adalah pada peningkatan kinerja pegawai.	Persamaan yang ada pada penelitian ini adalah bagaimana yang dibahas adalah bagaimana pola komunikasi yang dapat terjalin di Dinas Komunikasi dan Informasi dimasing-masing wilayah yang ada, dan tujuannya juga hamper sama pula bagaimana bentuk jalinan pola komunikasi yang ada
	Rezky Saputra Manik	Sedangkan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengelolaan informasi di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam upaya peningkatan pelayanan masyarakat	

## 2.7. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah model konseptual yang di dalamnya tersusun teori dalam menjawab rumusan masalah pada penelitian atau bisa dikatakan dengan antrian proses maupun tahapan dalam penelitian. Pada penelitian ini berfokus untuk mencari tahu bagaimana bentuk pola komunikasi yang terjalin di dalam Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam penyebaran informasi terkhususnya di dalam Instagram Pemerintah Kota Medan

**Table 3.3. Kerangka Berpikir**



Sumber: Oleh peneliti, 2023

Berdasarkan kerangka berpikir yang peneliti buat, landasan yang ingin dilaksanakan adalah bagaimana dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan ingin mengetahui bagaimana bentuk dari pola komunikasi yang terjadi di Diskominfo Kota Medan dan juga ingin mengetahui apa faktor yang menjadi penghambat dalam bentuk penyajian informasi.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

Metode penelitian diartikan sebagai suatu pengertian ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data dan menganalisis data sehingga nantinya akan diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik atau gejala serta isu yang sedang diteliti. Proses penelitian dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, tahapan-tahapan dilakukan untuk menjamin adanya kesinambungan pemikiran menjadi hasil penelitian.

Mencari sebuah informasi dan juga fakta tentang berbagai fenomena yang ada di dalam penelitian merupakan langkah awal yang perlu dilakukan (Raco, 2010:5). Di Dalam setiap penelitian, tentunya memerlukan metode guna untuk mencari data dan informasi yang tepat metodologi penelitian merupakan salah satu yang memiliki tujuan bersifat ilmiah dalam pendekatan pengumpulan sebuah data Sugiyono (2017:240). Deskriptif kualitatif adalah istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif. Jenis penelitian ini umumnya dipakai dalam fenomenologi sosial (Polit & Beck, 2009, 2014).

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi kualitatif agar dapat memahami bagaimana Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dalam Penyajian Informasi di Masyarakat (Studi Kasus Instagram Pemko Medan). Hal ini tentunya sangat penting juga dilakukan untuk memahami sejauh mana pengelolaan informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo).

### 3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Medan, yang beralamat di Jl. Sidorukun No.35, Pulo Brayon Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20239.

**Table 4.4. Waktu Penelitian**

No.	Uraian	Bulan											
		7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	
1.	Pengajuan Judul	■											
2.	Bimbingan Skripsi		■										
3.	Seminar Proposal			■									
4.	Penelitian				■	■	■	■					
5.	Seminar Hasil								■				
6.	Sidang Meja Hijau											■	

Sumber : peneliti 2023

### 3.3. Sumber Data

Berbagai macam bentuk penelitian informan menurut Bagong (2015:172) yaitu:

1. Informan kunci, merupakan informan yang mempunyai informasi secara keseluruhan baik itu informasi yang mendasar yang digunakan untuk penelitian.
2. Informan Utama, adalah informan yang berinteraksi secara langsung terhadap hal yang diteliti.

3. Informan tambahan adalah informan yang memiliki suatu informasi sebagai penunjang dari yang diteliti.

Kriteria Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memiliki hubungan khusus mengenai penyebaran informasi Kegiatan Walikota Medan diantaranya yaitu:

1. Pegawai Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan
2. Pegawai yang sudah bekerja dalam satu tahun terakhir
3. Pegawai yang berkaitan langsung dengan pengelolaan informasi
4. Masyarakat yang melihat informasi yang ada di Instagram

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan kegiatan penggunaan metode dan instrumen yang telah ditentukan dan diuji validitas dan reliabilitasnya. Secara sederhana, pengumpulan data diartikan sebagai proses atau kegiatan yang dilakukan peneliti untuk menangkap atau menjaring berbagai fenomena, informasi atau kondisi lokasi penelitian sesuai dengan lingkup penelitian.

Gill et. al. (2008) mengemukakan terdapat beberapa macam metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yaitu observasi, analisis visual, studi pustaka, dan interview (individual atau grup). Peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, yaitu:

#### **a. Wawancara**

Wawancara sendiri merupakan suatu teknik metode pengumpulan data penelitian. Wawancara (interview) itu sendiri dapat terlaksana, apabila terdapat dua objek penting yang saling berinteraksi dan melaksanakan komunikasi secara dua arah. Objek tersebut yaitu pewawancara

(interviewer) dan sumber informasi atau orang yang sedang diwawancarai (interview) melalui komunikasi langsung (yusuf, 2014). Peneliti menggunakan metode pengumpulan data secara wawancara guna untuk dapat memperoleh data yang lebih banyak sehingga peneliti dapat memahami bagaimana Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Medan dalam penyajian informasi secara keseluruhan kepada Divisi yang terkait didalamnya. Dan juga untuk dapat mengumpulkan data yang kredibel guna untuk melihat bagaimana keefektifan komunikasi yang ada.

#### **b. Observasi**

Menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018) observasi merupakan suatu tahapan pengumpulan data yang dilalui dengan pengamatan secara langsung lalu pencatatan yang bersifat sistematis, objektif, logis dan rasional sesuai dengan beragam fenomena dan kondisi yang sebenarnya, maupun situasi buatan

Pengamat adalah kunci keberhasilan dan ketepatan untuk memperoleh hasil penelitian (yusuf, 2014). Observasi dilakukan peneliti untuk dapat menjelaskan, memberikan, dan merinci gejala yang terjadi, untuk dapat diambil kesimpulan dari gejala-gejala yang ada di dalam Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Medan.

#### **c. Dokumentasi**

Ini merupakan metode ketiga yang dilakukan peneliti guna untuk memenuhi pengumpulan data yang dilakukan. metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang

sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang untuk mendapatkan data secara historis dan empiris. Berbagai macam jenis dokumentasi yang dapat dikumpulkan yaitu, tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial dan sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014). Studi dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mempertajam analisis penelitian mengenai bagaimana pengelolaan media sosial ini berjalan.

### **3.5. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2019), dalam penelitian kualitatif analisis data yang dilakukan adalah ketika pengumpulan data akan dilaksanakan, dan pada saat pengumpulan itu berlangsung. Sementara itu teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018, hlm. 337) menyampaikan bahwa metode atau teknik pengolahan data itu ada didalam tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi Data, merupakan salah satu dari tahapan analisis data kualitatif. Reduksi data ini sendiri merupakan penyederhanaan, pengelompokan dalam suatu data yang dianggap tidak penting sehingga memudahkan ketika penarikan kesimpulan terjadi.
- b. Penyajian Data, di dalam analisis data kualitatif, bentuk penyajian data bisa dilakukan dengan berbagai macam cara mulai dari analisa singkat, hubungan antar kategori, bagan dan sebagainya. Hal ini dilakukan sedemikian rupa untuk dapat mempermudah dan mendukung reduksi data yang telah dilakukan agar dapat jelas dalam penarikan kesimpulan, Sugiyono (2019)

- c. Penarikan Kesimpulan, Menurut Sugiyono (2019), penarikan kesimpulan yang pertama kali dilakukan masih merupakan data yang kasar dan bersifat sementara, dan akan berubah nantinya apabila ditemukan bukti yang kuat dalam pengambilan data berikutnya. Konsistensi perlu dilakukan ketika kesimpulan diambil dengan bukti yang juga kredibel, sehingga setiap kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan suatu temuan baru yang belum pernah ada, Sugiyono (2019).

### 3.6. Teknik Keabsahan Data

Sugiyono (2015: 92) mengungkapkan bahwa pengujian keabsahan data merupakan salah satu teknik atau cara dalam penelitian yang diperoleh dan dapat dipertanggungjawabkan atas kebenarannya. Pengujian keabsahan data yang dimaksud adalah untuk mengukur tingkat kepercayaan atau kredibilitas dalam penelitian kualitatif secara berurutan dan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, uji validitas data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu Wijaya (2018:120-121). Triangulasi data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber data bertujuan untuk menguji kebenaran dan mengklasifikasi data, serta menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Triangulasi sumber data diterapkan pada pokok bahasan yang menjadi fokus kajian. Semakin banyak informasi yang didapatkan melalui bukti dan akan menambah pula sumber data yang ada. Hal ini akan memaksimalkan dalam

mengambil kesimpulan yang andil. Berikut adalah kombinasi metode yang digunakan dalam melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi, yakni:

1. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang berbeda menggunakan metode wawancara dan observasi dengan menggunakan informan yang berbeda guna membuktikan kebenarannya.
2. Triangulasi antar peneliti yaitu metode yang menggunakan lebih dari satu orang dalam mengumpulkan data dengan tujuan memperbanyak informasi yang didapat dari subjek penelitian.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti sampaikan dengan sedemikian rupa, maka dengan ini kesimpulan yang didapat yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka kesimpulan mengenai pola komunikasi yang ada di Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan yaitu Pola Komunikasi Sekunder, yaitu, bentuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana lain sebagai media kedua setelah tetap memakai lambang sebagai media pertama, karena tujuan diberikan kepada khalayak ramai. Disini Diskominfo Kota Medan melakukan penyebaran informasi mengenai kegiatan walikota Medan menggunakan Instagram dan juga penyebaran informasi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada Masyarakat Kota Medan.
2. Kendati demikian, dalam proses penyelenggaraannya, tentunya ada hambatan yang ada pada proses penyajian informasi di Diskominfo Kota Medan terdapat hambatan perilaku. Yang dimana komunikan sebagai penerima pesan, kurang memberikan respon atau tanggapan kepada Diskominfo sebagai komunikator, salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu, preferensi yang berbeda-beda antar pengguna, serta dari komunikator sendiri yakni pihak Diskominfo Kota Medan terdapat keterbatasan mengenai inovasi dan kreatifitas didalamnya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan terhadap penyajian informasi kegiatan Walikota Medan di Instagram yaitu:

1. Pihak Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan tentunya haruslah memikirkan bagaimana mengenai strategi komunikasi yang cocok dan tepat guna untuk memaksimalkan penyebaran informasi terhadap kegiatan Walikota Medan. Salah satu contohnya adalah dengan mengikuti tren dan gaya penyebaran informasi di zaman sekarang.
2. Selain dengan itu, evaluasi secara berkala dibutuhkan juga guna untuk mengetahui efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo. Beberapa bentuk evaluasi bisa berupa analisis terhadap kualitas, relevansi, dan respons terhadap konten menjadi dasar untuk peningkatan dan penyesuaian strategi komunikasi di masa mendatang.

Dengan memahami temuan-temuan tersebut, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan dapat terus meningkatkan praktik komunikasi mereka di Instagram dan memastikan bahwa informasi tentang kegiatan Walikota Medan disajikan dengan cara yang efektif, relevan, dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad dan Harapan (2014), *Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Andiasari, T., & Lastariwati, B. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan Siswa Entrepreneurship Di Smkn 4 Surakarta*, (1), 1–9.
- Ari Saputra, M. I. (2013). Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Penyelenggaraan Reforma Agraria di Indonesia. *Yuridika*, 28(2), 188-216.
- Arianto, B. (2022). Melacak Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Provinsi Banten. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(1), 113-136.
- Arifianto, E. Y. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Pendekatan Pola Komunikasi Efektif dalam Mewujudkan Konsep Malang Smart City. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(2), 175-184.
- Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi". *Mediator*, vol. 6, no.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., Munson, S., & Glaisyer, T. (2010). *Social Media Technology and Government Transparency*. *Computer*, 43(11), 53-59.
- Damayanti, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Semarang dalam Meningkatkan Keterlibatan Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 17(2), 139-150.
- Deddy Mulyana. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Devito, Joseph. A. 2009. *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson
- Effendy, Onong (2015). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan digital influencer dalam promosi produk (Studi kasus akun Instagram@ by lizzie parra). *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(01), 71-82.
- Firdaus, M., & Pratama, R. (2018). Keterlibatan Masyarakat dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Publik*, 5(2), 145-156.
- Fitrianingsih, B., & Kholik, A. (2021). Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 43-53.
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat Dan Risiko Process of Government Social Media Management: Benefit And Risk. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik Vol*, 25(2), 149-165.

- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, GT: Yale University Press
- Ihza Erlangga, N. F. (2022). *Efektivitas Media Sosial dalam Penyampaian Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah* (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Iman Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktek*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Indriani, R., & Saputri, R. A. (2021). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok dalam Mengelola Akun Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 167-178.
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government*. *Social Media for Government*, 7-21
- Kurnia, Novi. (2005). “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media
- Lestari, S. Y., Komariah, N., & Rizal, E. (2016). Pengelolaan Informasi Sebagai Upaya Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 59-68.
- Lisdayanti, A., & Anwar, T. A. (2018, June). Increasing Public Awareness of Consuming Indonesian Coffee Through Electronic Marketing. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 164, No. 1, P. 012019). IOP Publishing.
- Maulana, R., & Kurniawan, A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Bandung dalam Membangun Citra Kota. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 4(2), 89-100.
- Mcquail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mohammad Ribhul, and Ahmad Toni. 2018. “Strategi Humas Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial.” *Jurnal Komunikasi* 10 (2): 115–30.
- Naharuddin, Zamzani. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tata Kelola Sumber Daya Manusia Pemerintahan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*.1, 5–6.
- Naim, N, (2016). *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif, teori dan aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- Nepal, S., Paris, C., & Georgeakopoulos, D. (2015). Social Media for Government Services: An Introduction. *Social Media for Government Services*, 3-24.
- Nofrion, 2016. *Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta. Persada.
- Pramudita, R., Safitri, N., & Solikin, S. (2017). Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Masyarakat Di Dinas Komunikasi Dan Informasi Kota Bandung. *Information System for Educators And Professionals: Journal Of Information System*, 2(1), 11-Å.
- Pratiwi, R., & Hidayatullah, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dalam Menyampaikan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 45-56.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Purbo Hastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika Journal*, 12(2), 212-231.
- Rachmawati, D. A. (2021). Implementasi Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 18(1), 78-89.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. London: The Free Press.
- Rosdakarya
- Semiawan. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informasi*, 16(2).
- Setiawan, A., & Purnomo, F. A. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Malang dalam Meningkatkan Partisipasi Publik. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(2), 148-155.
- Sinambela, Lijan P. Rochadi, Sigit. Ghazali, Rusman. Muksin, Akhmad. Setiabudi, Didit. Bima, Djohan. dan Syaifudin. (2006). *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Solihin, F., Awaliyah, S., & Shofa, A. M. A. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informasi. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 13(1), 52-58.

- Subagja, R. A. (2020). Strategi Komunikasi Ketua Organisasi Masyarakat Buah Batu Corps Pada Anggotanya (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Suratman, S. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 14(2), 142-153.
- Syahputro, E. N. (2020). Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial. *Caremedia Communication*.
- Tri Santoso, Kurniasih, Hubeis. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss, Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi, Editor Deddy Mulyana, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.
- Wahyuni, D. (2018). Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Publik Pemerintah Daerah Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 1(2), 21-30.
- Wursanto, IG. (2005). *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yuniarti, E. (2020). Implementasi Media Sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Palembang dalam Meningkatkan Keterlibatan Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 123-134.

### **Sumber Hukum**

- Undang-Undang No 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009

## LAMPIRAN

### Lampiran Pedoman Wawancara

#### PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan untuk Pegawai dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan

1. Bagaimana Bapak/Ibu menyaring berita yang akan di sebarakan terkait kegiatan Walikota Medan di Instagram?
2. Bagaimana bentuk penyampaian berita yang ada di Instagram?
3. Bagaimana proses penyebaran berita tentang penyajian informasi Kegiatan Walikota Medan melalui Instagram?
4. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Kota Medan dalam menyajikan informasi kegiatan Walikota Medan di Instagram?
5. Bagaimana Diskominfo kota medan merencanakan dan menyusun konten untuk menarik minat pengguna Instagram dan meningkatkan keterlibatan?
6. Bagaimana Diskominfo mengevaluasi respons dan keterlibatan pengguna terhadap konten yang diposting dan bagaimana mereka menanggapi respons tersebut?

Daftar Pertanyaan untuk pengguna dan pengikut dari akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan?

1. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan?
2. Bagaimana Anda menilai kualitas konten yang diposting oleh akun tersebut dalam menyajikan informasi mengenai kegiatan Walikota Medan?
3. Bagaimana respons Anda terhadap interaksi atau tanggapan yang diberikan oleh akun Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Medan terhadap komentar atau pertanyaan yang Anda ajukan?
4. Apa alasan anda mengikuti Instagram diskominfo kota medan
5. Apakah anda merasa bahwa postingan yang ada di diskominfo dapat diterima dan dikonsumsi dengan baik oleh Masyarakat umum
6. Seberapa sering anda berinteraksi dengan akun diskominfo kota medan?

## Lampiran Dokumentasi Penelitian



Wawancara: Peneliti (Kanan) sedang mewawancarai Kepala Bidang Sistem Informasi Publik Bapak Budi Ansary Lubis, S.Stp, M.Si selaku Kepala Bidang Komunikasi Publik



Dokumentasi: peneliti (kanan) bukti dokumentasi wawancara kepada ibu Rizka Firdahlia, S.Sos selaku Kepala Bidang Statistik dan Informasi Publik



Dokumentasi: peneliti (kanan) bukti dokumentasi wawancara kepada Angga Prananda selaku Kepala Barista di Avros Kopi



Dokumentasi: bukti Angga Prananda mengikuti akun Instagram Diskominfo Kota Medan



Dokumentasi: peneliti (kiri) bukti dokumentasi wawancara Trihardi Naibaho selaku mahasiswa



Dokumentasi: bukti Trihardi Naibaho Mengikuti akun Instagram Diskominfo Kota Medan

## Surat Izin Riset



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan FISI Nomor 1 (061) 7366878, 7360188, 7364348, 7366781, Faks (061) 7366998 Medan 20227  
Kampus II : Jalan Salakbuli Nomor 79 / Jalan Sa Seasyu Nomor 79 A, (061) 8201864, Faks (061) 8208331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: umc\_medan@uma.ac.id

Nomor : 2076/FIS.3/01.10/XI/2023  
Lamp :  
Hal : Pengambilan Data/Riset  
17 November 2023

Kepada Yth,  
**Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan**  
Di  
Tempat  
Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Rezky Saputra Manik  
N.P.M : 198530070  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/Riset ke Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dengan judul Skripsi **Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dalam Penyajian Informasi pembangunan kota Medan melalui Instagram**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan  
  
Dr. Effendi Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip



## Surat Izin Riset dari Brida



**PEMERINTAH KOTA MEDAN**  
**BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH**  
Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143  
Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314  
E-mail : [brida@pemkomedan.go.id](mailto:brida@pemkomedan.go.id) Website : [www.brida.pemkomedan.go.id](http://www.brida.pemkomedan.go.id)

### SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/2704

DASAR	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan.</li><li>2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.</li></ol>
MENIMBANG	Surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor: 2076/FIS.3/01.10/XII/2023 Tanggal: 17 November 2023. Perihal Pengambilan Data / Riset.
NAMA NPM JURUSAN LOKASI JUDUL	<b>Rezky Saputra Manik</b> 198530070 Ilmu Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan "Pola Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan Dalam Penyajian Informasi Pembangunan Kota Medan Melalui Instagram"
LAMANYA PENANGGUNG JAWAB	1(Satu) Bulan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset.
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat-lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk softcopy atau melalui Email ([brida@pemkomedan.go.id](mailto:brida@pemkomedan.go.id)).
5. Surat keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan  
Pada Tanggal : 30 November 2023

Ditandatangani secara elektronik oleh :  
KEPALA BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH  
KOTA MEDAN,  
  
MANSURSYAH, S. Sos, M. AP  
Pambina Tk. II (Tb)  
NIP. 196805091989091001

- Tembusan :
1. Wali Kota Medan.
  2. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan.
  3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

## Surat Keterangan Selesai Riset



### PEMERINTAH KOTA MEDAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jalan Sidorukun Nomor 35, Pulo Brayan Darat II, Medan Timur, Medan, Sumatera Utara 20239,  
Telepon/ Faksimile (061) 6611410,  
Laman diskominfo.pemkomedan.go.id, Pos-elkominfo@pemkomedan.go.id

#### SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

NOMOR 000.9/0473

Sehubungan dengan Surat Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor: 000.9/2704 tanggal 30 November 2023 tentang Surat Keterangan Riset a.n. Rezky Saputra Manik,

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arrahmaan Pane, S.STP., M.A.P.  
Jabatan : Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan

dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rezky Saputra Manik  
Nim : 198530070  
Jurusan : S-1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area

mahasiswa yang tersebut di atas, benar telah melaksanakan kegiatan Riset di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan mulai tanggal 10 Januari 2024 s.d. 10 Februari 2024.

Medan, 28 Februari 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh:  
KEPALA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
KOTA MEDAN,

ARRAHMAAN PANE, S.STP, M.AP  
Pembina Utama Muda (IVc)  
NIP 197807301996121001