



## Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Dinas Sosial Kota Bogor

### *The Use of Social Media in Disseminating Program Information by the Bogor City Social Service*

Ghofran Fayyadh Yede<sup>1</sup>, Tasya Camila Hamdani<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University

Corresponding author\*: [tasyahmdn@apps.ipb.ac.id](mailto:tasyahmdn@apps.ipb.ac.id)

#### Abstrak

Artikel ini membahas pemanfaatan media sosial oleh Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyebarkan informasi program kesejahteraan sosial kepada masyarakat. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis strategi komunikasi digital, efektivitas penyebaran informasi, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan akses informasi, partisipasi masyarakat, dan transparansi layanan publik, meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan literasi digital dan potensi penyebaran hoaks. Artikel ini merekomendasikan strategi komunikasi digital yang lebih efektif dan inklusif bagi lembaga pemerintahan daerah.

**Kata Kunci:** Media Sosial; Komunikasi Digital; Dinas Sosial; Penyebaran Informasi.

#### Abstract

*This article explores the use of social media by the Bogor City Social Service in disseminating welfare program information to the public. Using a descriptive qualitative approach, the study examines digital communication strategies, the effectiveness of information dissemination, and the challenges faced in managing platforms such as Instagram and WhatsApp. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that social media has contributed to improved access to information, public participation, and service transparency, although issues such as digital literacy limitations and the risk of misinformation remain. The article offers recommendations for more effective and inclusive digital communication strategies for local government agencies.*

**Keyword:** Social Media, Digital Communication, Social Service, Information Dissemination

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat memperoleh, membagikan, dan berinteraksi dengan informasi. Di era digital saat ini, media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang bukan hanya digunakan untuk keperluan personal, tetapi juga sebagai saluran komunikasi publik. Pemerintah pun mulai memanfaatkan media sosial untuk menjembatani komunikasi dengan masyarakat secara lebih cepat, terbuka, dan interaktif (Kaplan & Haenlein, 2010).

Dinas Sosial Kota Bogor merupakan salah satu instansi pemerintah daerah yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan program-program kesejahteraan sosial. Dalam upayanya menyampaikan informasi kepada masyarakat, instansi ini memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, sebagai media utama. Melalui akun resminya, Dinas Sosial Kota Bogor membagikan informasi tentang Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT), layanan konsultasi sosial, hingga berbagai kegiatan pelatihan dan edukasi.

Penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi publik memiliki potensi yang besar, seiring dengan data dari DataReportal (Kemp, 2024) yang menunjukkan bahwa lebih dari 167 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dengan durasi rata-rata lebih dari tiga jam per hari. Angka ini memperkuat bahwa media sosial menjadi kanal strategis untuk penyebaran informasi yang cepat dan luas.

Namun, dalam praktiknya, pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah tidak lepas dari tantangan. Keterbatasan literasi digital masyarakat, rendahnya interaksi dua arah, konten yang masih bersifat satu arah dan informatif, serta risiko penyebaran informasi tidak akurat menjadi hambatan nyata. Hal ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi digital yang lebih terarah dan partisipatif.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana efektivitas pemanfaatan media sosial oleh Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyebarkan informasi program-program sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi serta merumuskan strategi komunikasi yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan warga melalui media sosial.

Media sosial secara konseptual merupakan bagian dari evolusi teknologi komunikasi yang memungkinkan pengguna menciptakan dan menyebarkan konten secara langsung. Dalam konteks komunikasi pemerintahan, media sosial memungkinkan distribusi informasi yang lebih cepat, keterlibatan publik secara dua arah, serta peningkatan transparansi (McQuail, 2011). Hal ini sejalan dengan implementasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden No. 95 Tahun 2018.

Penelitian terdahulu seperti Maharani (2024) menunjukkan bahwa media sosial mampu membentuk persepsi publik secara luas dalam isu global, karena kecepatannya dalam menyebarkan informasi dan membentuk narasi. Kominfo (2022) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat meningkat secara signifikan ketika pemerintah aktif menggunakan media sosial. Di tingkat lokal, studi oleh Rizky & Novita (2023) menunjukkan bahwa akun Instagram milik Pemerintah Kota Semarang berhasil meningkatkan

keterlibatan masyarakat melalui konten edukatif dan interaktif.

Digitalisasi pelayanan publik merupakan upaya pemerintah untuk mentransformasi layanan dari sistem konvensional menuju sistem berbasis teknologi informasi, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, keterjangkauan, dan keterlibatan publik (Janssen & Estevez, 2013). Smeru Research Institute (2023) menekankan bahwa efektivitas layanan digital bergantung pada dua aspek utama: literasi digital masyarakat dan keterbukaan informasi yang diberikan pemerintah.

Dalam konteks media sosial, teori ini menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, interaksi sosial, dan identitas personal (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Masyarakat Kota Bogor yang mengikuti akun media sosial Dinas Sosial berusaha memenuhi kebutuhan informasi sosial mereka, terutama yang berkaitan dengan bantuan dan layanan sosial.

Chadwick (2011) menjelaskan bahwa komunikasi digital pemerintah menekankan pentingnya partisipasi publik melalui saluran online yang bersifat transparan dan responsif. Dalam hal ini, media sosial digunakan bukan hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kepercayaan, memperkuat legitimasi, serta mendekatkan pemerintah dengan warganya.

Model komunikasi Harold Lasswell berfungsi sebagai kerangka untuk menganalisis proses komunikasi melalui lima pertanyaan: *Who says What, in Which channel, to Whom, with What effect*. Dalam konteks ini, Dinas Sosial Kota Bogor adalah pengirim pesan (*Who*) yang menyampaikan program sosial (*What*) melalui media sosial (*Channel*) kepada masyarakat Kota Bogor (*Whom*) dengan harapan meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan publik (*Effect*).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana Dinas Sosial Kota Bogor memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi program-program sosial. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara menyeluruh realitas komunikasi digital berdasarkan konteks, makna, dan pengalaman langsung dari pihak yang terlibat (Moleong, 2017).

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Dinas Sosial Kota Bogor, yang beralamat di Jalan Merdeka No. 142, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Proses pengumpulan data berlangsung selama periode Februari hingga April 2025, disesuaikan dengan kesiapan instansi serta tahapan penelitian lapangan.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas akun media sosial resmi milik Dinas Sosial Kota Bogor, khususnya Instagram, serta wawancara semi-terstruktur dengan staf yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial tersebut. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen pendukung seperti laporan tahunan instansi, dokumen strategi komunikasi, statistik penggunaan media sosial dari BPS dan DataReportal, serta literatur akademik yang relevan.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif untuk mencermati jenis konten, pola komunikasi, serta tingkat interaksi antara akun instansi dengan masyarakat.

Selain itu, wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan, serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Studi dokumen digunakan sebagai pelengkap dan pembanding atas data lapangan, seperti laporan kinerja, peraturan kebijakan, dan publikasi media sosial.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik sebagaimana dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006). Proses analisis dimulai dengan membaca dan menelaah keseluruhan data, mengidentifikasi kata kunci dan pernyataan penting, mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama, serta menarik kesimpulan berdasarkan pola tematik yang ditemukan.

Untuk menjamin validitas temuan, digunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumen, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperkuat keandalan hasil penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dinas Sosial Kota Bogor secara aktif memanfaatkan media sosial, khususnya platform Instagram dengan akun resmi @dinsoskotabogor, sebagai saluran utama dalam menyampaikan informasi program-program sosial kepada masyarakat. Konten yang disampaikan meliputi informasi mengenai Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT), serta berbagai kegiatan sosial, edukatif, dan pelatihan keterampilan. Informasi yang disajikan umumnya dikemas dalam bentuk visual seperti gambar, infografis, dan video pendek untuk meningkatkan daya tarik dan kemudahan pemahaman bagi audiens.

Selain Instagram, Dinas Sosial juga menyediakan layanan pengaduan dan konsultasi publik melalui WhatsApp dengan layanan yang dikenal sebagai TAROS (Tanya dan Tuntaskan Ragam Masalah Sosial). Layanan ini memungkinkan masyarakat menyampaikan keluhan atau pertanyaan secara langsung kepada instansi, sehingga menciptakan ruang komunikasi yang bersifat dua arah.

Dalam menjalankan aktivitas komunikasinya di media sosial, Dinas Sosial Kota Bogor menerapkan beberapa strategi komunikasi digital yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Strategi utama yang digunakan adalah penyampaian pesan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini penting mengingat audiens media sosial sangat beragam, mulai dari warga yang teredukasi hingga masyarakat dengan literasi digital terbatas.

Selain itu, penggunaan visualisasi dalam bentuk gambar, ilustrasi, dan video terbukti menjadi strategi yang efektif dalam menarik perhatian dan mempermudah pemahaman. Visualisasi konten membantu mereduksi kompleksitas informasi program sosial, sehingga lebih mudah diakses dan dicerna oleh masyarakat.

Strategi lain yang diterapkan adalah membangun interaksi dua arah melalui kolom komentar dan fitur pesan langsung. Masyarakat dapat mengajukan pertanyaan, memberikan masukan, atau menyampaikan kritik secara terbuka, yang kemudian direspons oleh pihak pengelola akun. Responsivitas ini menjadi salah satu indikator keterlibatan dan akuntabilitas instansi publik dalam ruang digital. Dinas Sosial juga menjalin kerja sama dengan lembaga masyarakat dan organisasi kemanusiaan untuk

memperluas jangkauan informasi dan pelaksanaan program sosial secara kolaboratif.

Penggunaan media sosial oleh Dinas Sosial Kota Bogor menunjukkan sejumlah dampak positif terhadap proses penyebaran informasi program sosial. Pertama, akses informasi menjadi lebih terbuka dan dapat dijangkau oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja. Kedua, partisipasi publik meningkat karena media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk terlibat aktif, baik melalui interaksi maupun dengan membagikan ulang informasi kepada jejaring mereka.

Ketiga, pemanfaatan media sosial meningkatkan transparansi dan akuntabilitas instansi. Dengan adanya dokumentasi digital yang terbuka, masyarakat dapat memantau kegiatan, capaian, serta program yang dilaksanakan oleh Dinas Sosial secara real-time.

Namun demikian, terdapat pula beberapa tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan akses dan literasi digital sebagian masyarakat, terutama pada kelompok usia lanjut atau masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak memiliki perangkat memadai. Tantangan lainnya adalah potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks, yang dapat mengaburkan pesan asli dari instansi dan memunculkan kesalahpahaman publik. Oleh karena itu, diperlukan sistem verifikasi informasi dan kontrol kualitas konten yang lebih ketat untuk menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan.

Melalui kacamata teori Uses and Gratifications (Katz et al., 1974), masyarakat secara aktif memilih media sosial sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi sosial mereka. Dalam konteks ini, akun Instagram Dinas Sosial Kota Bogor menjadi media yang dipilih karena mampu menyediakan informasi yang dianggap relevan, cepat, dan dapat diakses kapan pun dibutuhkan. Kebutuhan akan efisiensi, keterlibatan, dan transparansi mendorong masyarakat untuk mengikuti dan berinteraksi dengan konten yang disampaikan oleh instansi.

Model komunikasi Lasswell digunakan untuk menganalisis alur komunikasi yang dibangun oleh Dinas Sosial. Dalam model ini, Dinas Sosial bertindak sebagai komunikator (Who) yang menyampaikan informasi mengenai program sosial (What) melalui saluran media sosial seperti Instagram dan WhatsApp (Channel) kepada masyarakat Kota Bogor (Whom), dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, dan partisipasi publik (Effect). Hasilnya menunjukkan bahwa model ini relevan dalam menggambarkan proses komunikasi publik berbasis digital yang bersifat partisipatif dan terbuka.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana strategis bagi Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi program-program kesejahteraan sosial kepada masyarakat. Melalui platform seperti Instagram dan layanan WhatsApp, Dinas Sosial tidak hanya menyebarluaskan informasi mengenai Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT), dan kegiatan pelatihan sosial, tetapi juga membuka ruang komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dinas Sosial meliputi penggunaan bahasa yang sederhana, visualisasi informasi melalui gambar dan video, interaksi langsung melalui komentar dan pesan pribadi, serta kolaborasi dengan lembaga lain. Strategi ini terbukti meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan memperkuat partisipasi publik.

Pemanfaatan media sosial juga memberikan dampak positif dalam bentuk

peningkatan akses informasi, transparansi instansi, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam program sosial. Namun, tantangan masih dihadapi, terutama terkait keterbatasan akses teknologi di kalangan masyarakat tertentu serta risiko penyebaran informasi yang tidak akurat. Hal ini menegaskan pentingnya perencanaan komunikasi digital yang adaptif dan berbasis literasi.

Dari sisi teoritik, temuan penelitian ini memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications (U&G) dalam konteks komunikasi pemerintah digital, di mana masyarakat secara aktif memilih media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi sosial mereka. Model komunikasi Lasswell juga terbukti efektif dalam menggambarkan struktur komunikasi antara instansi publik dan masyarakat melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan:

#### 1. Peningkatan Kualitas Konten dan Visualisasi

Dinas Sosial Kota Bogor perlu terus meningkatkan kualitas konten media sosial dengan menghadirkan format yang lebih menarik, seperti video pendek, infografis, serta narasi kisah nyata penerima manfaat untuk memperkuat dampak emosional dan kedekatan dengan audiens.

#### 2. Perluasan Akses dan Literasi Digital

Pemerintah daerah, termasuk Dinas Sosial, perlu menjalin kerja sama lintas sektor untuk mendorong peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya kelompok rentan yang belum sepenuhnya memiliki akses ke media sosial.

#### 3. Penguatan Sistem Verifikasi Informasi

Mengingat tingginya potensi penyebaran informasi tidak akurat, perlu dibangun mekanisme moderasi dan verifikasi konten yang lebih sistematis agar pesan yang disampaikan tetap valid dan terpercaya.

#### 4. Evaluasi Rutin Strategi Komunikasi Digital

Dinas Sosial diharapkan melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan, termasuk mengkaji ulang respons publik, keterlibatan pengguna, serta pencapaian target komunikasi melalui media sosial.

#### 5. Pengembangan Platform Layanan Sosial Terintegrasi

Selain media sosial, perlu dipertimbangkan pengembangan platform digital terintegrasi berbasis website atau aplikasi resmi untuk mengelola informasi program sosial secara lebih terstruktur dan terukur.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A. Chadwick, *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press, 2011.
- Badan Pusat Statistik, *Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: BPS, 2024.
- D. McQuail, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- G. A. Bowen, "Document analysis as a qualitative research method," *Qualitative Research*

- Journal, vol. 9, no. 2, pp. 27–40, 2009.
- H. D. Lasswell, “The structure and function of communication in society,” in *The Communication of Ideas*, L. Bryson, Ed. New York: Harper, 1948, pp. 37–51.
- J. Janssen dan E. Estevez, “Lean government and platform-based governance—Doing more with less,” *Government Information Quarterly*, vol. 30, pp. S1–S8, 2013.
- J. Spradley, *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1980.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Peraturan Presiden No. 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE)*. Jakarta: Kominfo, 2018.
- Kominfo, “Peningkatan partisipasi masyarakat melalui media sosial pemerintah,” Jakarta, 2022.
- L. Braun dan V. Clarke, “Using thematic analysis in psychology,” *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101, 2006.
- L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- M. Kaplan dan M. Haenlein, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media,” *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010.
- M. Q. Patton, *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 1990.
- N. A. Maharani, “Social media as a primary source of information: Exploring its role in disseminating the current situation in Palestine,” *Gema Wiralodra*, vol. 15, no. 1, pp. 275–281, 2024, doi: 10.31943/gw.v15i1.628.
- Pemerintah Kota Bogor, *Rencana Strategis Dinas Sosial Kota Bogor Tahun 2020–2024*. Bogor: Pemkot Bogor, 2020.
- Rizky dan Novita, “Strategi komunikasi publik melalui media sosial Pemkot Semarang,” *Jurnal Komunikasi Publik*, vol. 10, no. 2, pp. 115–127, 2023.
- S. Kemp, “Digital 2024: Indonesia,” *DataReportal*, Jan. 2024. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Smeru Research Institute, *Analysis of Digital Skills Development in the Public Sector in Indonesia*. Jakarta: Smeru, 2023.