

---

## **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PELAKSANAAN DISEMINASI INFORMASI PROGRAM ORGANISASI PERANGKAT DAERAH (OPD) STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @TANGERANGTV**

**Wahyu Firdaus<sup>1</sup>, Nawiroh Vera<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

Email: 2171600337@student.budiluhur.ac.id

---

### **Kata kunci :**

media sosial,  
diseminasi  
informasi, program  
OPD, akun  
Instagram,  
pemerintahan  
daerah

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberhasilan pemanfaatan media sosial dalam pelaksanaan diseminasi informasi program Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dengan menggunakan studi kasus akun Instagram @tangerangtv. Media sosial telah menjadi platform yang penting dalam komunikasi dan diseminasi informasi di era digital. Dalam konteks pemerintahan daerah, penggunaan media sosial oleh OPD dapat menjadi alat efektif dalam menyampaikan program-program kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui analisis konten akun Instagram @tangerangtv dan data monitoring internal Tangerang TV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @tangerangtv digunakan secara efektif oleh OPD dalam menginformasikan program-programnya kepada masyarakat. Kesimpulannya, pemanfaatan media sosial, khususnya akun Instagram, oleh OPD dalam diseminasi informasi program merupakan langkah yang efektif. Dengan menggunakan media sosial ini, OPD dapat mencapai target audiensnya dengan lebih efisien dan efektif, serta memperoleh umpan balik langsung dari masyarakat. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan media sosial dalam konteks pemerintahan daerah, khususnya dalam upaya diseminasi informasi program OPD.

---

### **Keywords :**

*social media,  
information  
dissemination, OPD  
programs, Instagram  
account, local  
government*

---

### **Abstract**

This research aims to determine the success of utilizing social media in disseminating information about Local Government Units' (OPD) programs, using the case study of the Instagram account @tangerangtv. Social media has become a crucial platform for communication and information dissemination in the digital era. In the context of local governance, the use of social media by OPD can be an effective tool for conveying programs to the public. The research methodology employed in this study is a qualitative approach, involving data collection through content analysis of the Instagram account @tangerangtv and internal monitoring data from Tangerang TV. The research findings indicate that the Instagram account @tangerangtv is effectively used by OPD to inform the public about their programs. In conclusion, the utilization of social media, particularly Instagram accounts, by OPD for disseminating program information is an effective step. By using social media, OPD can reach their target audience more efficiently and effectively while receiving direct feedback from the public. This research provides insights into the importance of utilizing social media in the context of local governance, especially in the effort to disseminate information about OPD programs.

## PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial telah menjadi fenomena yang signifikan dalam menyebarkan informasi di berbagai bidang, termasuk dalam konteks program-program yang dilakukan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Dalam era digital ini, media sosial, seperti Instagram, telah menjadi *platform* yang populer bagi OPD untuk berinteraksi dengan masyarakat dan menyebarkan informasi terkait program-program mereka. Salah satu contoh OPD yang aktif menggunakan media sosial adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dengan akun @tangerangtv, akun Instagram resmi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemanfaatan media sosial, khususnya akun Instagram @tangerangtv, dalam pelaksanaan diseminasi informasi terkait program-program OPD di Kota Tangerang. Studi kasus ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana OPD menggunakan media sosial untuk mencapai tujuan mereka dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Penting untuk memahami pemanfaatan media sosial dalam konteks OPD, karena pelaksanaan program OPD yang efektif dan efisien memerlukan komunikasi yang baik antara OPD dan masyarakat. Media sosial menyediakan *platform* interaktif yang dapat memfasilitasi komunikasi dua arah, memungkinkan OPD untuk berbagi informasi tentang program-program mereka serta menerima umpan balik dan partisipasi dari masyarakat.

Studi kasus ini akan menggunakan akun Instagram @tangerangtv sebagai unit analisis. Instagram dipilih karena popularitasnya sebagai platform media sosial yang banyak digunakan di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial dan Z. Melalui konten visual dan teks yang menarik, akun Instagram ini dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap program-program OPD.

Dalam konteks ini, penelitian ini akan melibatkan analisis konten visual dan teks pada postingan akun Instagram @tangerangtv. Dengan metode tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang

pemanfaatan media sosial oleh OPD dalam diseminasi informasi.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial oleh OPD dalam konteks pelaksanaan program-program mereka. Implikasi penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi OPD dan pihak terkait lainnya untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat efektif dalam menyebarkan informasi dan membangun keterlibatan masyarakat dalam program-program OPD.

Tangerang TV dibentuk pada tahun 2013 oleh Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik yang dinaungi oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang. Tujuan awal dari dibentuknya Tangerang TV adalah untuk penyebaran informasi terkait program-program yang ada di Pemerintahan Kota Tangerang pada kanal Youtube resmi Kota Tangerang. Sebutan "TV" pada Tangerang TV hanya penamaan dalam kanal Youtube yang dikelola karena sebutan tersebut umum digunakan dalam sebuah kanal di Youtube yang memang pada dasarnya *platform* ini disebut-sebut sebagai pengganti televisi. Setelah beberapa tahun berjalan dan

transformasi media informasi yang semakin maju, Tangerang TV juga memberikan informasinya pada media Instagram. Hingga saat ini, Instagram yang dikelola oleh Tangerang TV masih konsisten untuk menyebarkan informasi terkait program-program yang diagendakan oleh Pemerintah Kota Tangerang.

Hiburan virtual adalah media berbasis web, dengan kliennya yang pasti dapat berpartisipasi, berbagi, terhubung, meneliti, bekerja sama, dan bersenang-senang dengan berbagai jenis tahapan yang dapat diakses (Cahyono, 2016). YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, dan platform lainnya adalah beberapa yang paling sering digunakan. Kuantitas klien hiburan online di Indonesia juga terus berkembang, terutama di Instagram, platform media sosial tempat keterlibatan meningkat. Temuan studi yang dilakukan oleh dataindonesia.id bekerja sama dengan Napoleon Cat menunjukkan hal tersebut dengan menyatakan bahwa grafik penggunaan Instagram di Indonesia semakin meluas. Seperti terlihat pada Gambar 1 berikut ini :



**Gambar 1.** Grafik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

(Sumber: dataindonesia.id periode September 2018 – April 2023)

Istilah "media baru" mengacu pada konsep yang menggambarkan kemampuan media, yang dengan bantuan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja dan dari lokasi mana saja. Hal ini memungkinkan siapa saja, baik sebagai penerima maupun pengguna, untuk merespon pesan secara aktif, interaktif, dan kreatif, sehingga tercipta komunitas atau "masyarakat baru" melalui konten media (Liliweri: 2017).

Sejak 2010, Instagram semakin populer sebagai aplikasi berbagi foto dan video dengan fitur pendamping yang menarik seperti live, snapgram, dan IG TV. Instagram digunakan sebagai platform untuk kegiatan dan berbagi keluhan. Dengan Instagram, klien dapat berbagi cerita, pertemuan, tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu dengan para peminatnya (Sakti dan Yulianto, 2018).

## TINJAUAN PUSTAKA

Kebutuhan data terjadi karena basis informasi yang dimiliki (Tjiptasari dan Ridwan, 2017). Artinya, keadaan individu yang kurang sehingga ia berusaha untuk memenuhi kekurangan tersebut. Misalnya, ketika Anda benar-benar ingin menjawab masalah, menemukan fakta, menangani masalah atau bahkan, membuat pilihan yang membutuhkan dukungan data sebagai alasan upaya untuk memenuhi kekurangan tersebut. Dalam Yusup (2010), Katz, Gurevitch, dan Hass membagi kebutuhan yang berasal dari fungsi sosial dan literatur media psikologis massa menjadi lima kategori, yang meliputi:

1. Kebutuhan akan informasi, pemahaman, dan pengetahuan merupakan kebutuhan kognitif.
2. Pengalaman emosional, estetis, dan memuaskan adalah contoh kebutuhan afektif.
3. Kebutuhan pribadi yang integratif, seperti kebutuhan untuk meningkatkan harga diri, ketahanan, stabilitas, dan harga diri.
4. Kebutuhan untuk mempererat hubungan dengan keluarga, teman, dan lingkungan sosial lainnya

merupakan kebutuhan integratif sosial.

5. Kebutuhan untuk melarikan diri dan memanfaatkan isu tertentu untuk menahan ketegangan.

Persyaratan kognitif yang terkait dengan sebaran program OPD di Pemerintah Kota Tangerang akan menjadi fokus utama kajian ini. Lalu McLeod (1995) dalam Azhar Susanto (2013:38) juga mengatakan bahwa dalam suatu informasi yang berkualitas harus terdapat ciri-ciri:

1. **Akurat**, artinya informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pengujian akurasi dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berbeda, apabila pengujian tersebut menghasilkan hasil yang sama maka data tersebut dianggap akurat.
2. **Tepat waktu**, artinya informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan, tidak besok atau tidak beberapa jam lagi.
3. **Relevan**, artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan oleh individu yang ada di berbagai tingkatan dan bagian dalam organisasi.
4. **Lengkap**, artinya informasi harus diberikan secara lengkap.

Kegunaan informasi yaitu untuk mengurangi ketidakpastian di dalam proses pengambilan keputusan mengenai suatu keadaan. Informasi yang dipergunakan di dalam suatu sistem informasi umumnya digunakan untuk beberapa kegunaan. Informasi digunakan bukan hanya oleh satu orang pihak di dalam organisasi.

## METODE PENELITIAN

Teknik pemeriksaan yang digunakan bersifat subyektif dengan pendekatan investigasi kontekstual. Analisis kontekstual berarti menumbuhkan informasi dari atas ke bawah untuk mengenal item yang akan diteliti, dengan tujuan agar gagasan spesialis lebih eksploratif dan berbeda (Sugiyono, 2013). Penelitian pemanfaatan Instagram dilakukan pada akun Instagram @tangerangtv. Peneliti melakukan pengumpulan data dalam rentang waktu mulai dari tanggal 1 Juni sampai dengan 31 Juli 2023 dengan riset langsung pada akun Instagram @tangerangtv dan beberapa data monitoring internal yang sudah diolah untuk dipublikasi. Reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan metode yang digunakan dalam analisis

data (Mathew B. Miles & Huberman, 1992). Penggunaan akun Instagram @tangerangtv menjadi pokok bahasan penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Hasil dari review tersebut terungkap bahwa jenis hiburan berbasis web yang digunakan oleh televisi Tangerang untuk menyebarkan data terkait program OPD di Pemda Tangerang adalah Instagram. Semua OPD membagikan informasi tentang

program yang akan berlangsung di wilayah Kota Tangerang di akun Instagram @tangerangtv.

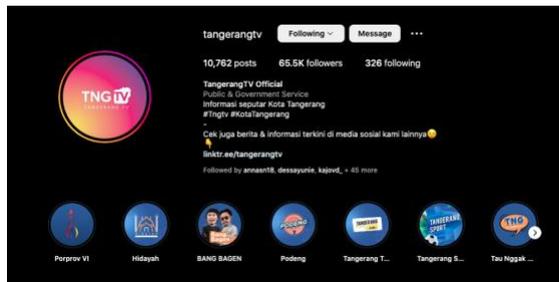
Berikut adalah tabel temuan yang menyajikan terkait pemanfaatan media Instagram @tangerangtv dalam Diseminasi Informasi pada Program OPD Kota Tangerang. Adapun data temuan ini dalam rentang waktu penelitian 1 Juni hingga 31 Juli 2023 yang dijelaskan dalam tabel 1.

<b>Jenis Pemanfaatan Pada Akun Instagram @Tangerangtv</b>	Akun Instagram @tangerangtv dimanfaatkan untuk menyebarkan dan mempublikasi terkait kegiatan, program, informasi penting yang ada di dalam lingkungan Pemerintahan Kota Tangerang.
<b>OPD Apa Saja yang Memanfaatkan Akun Instagram @Tangerangtv</b>	Seluruhnya ada 30 OPD dan BUMD, meliputi 27 OPD dan 3 BUMD, antara lain: Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM), Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol), Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), Badan Pengelola Keuangan Daerah (BPKD), Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil), Dinas Kesehatan (Dinkes), Dinas Ketahanan Pangan (DKP),

	Dinas Ketenagakerjaan (Disnaker), Sekretariat Daerah (SETDA), Dinas Lingkungan Hidup (DLH), Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR), Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB), Dinas Kepemudaan dan Olahraga (Dispora), Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Pendidikan (Disdik), Dinas Perhubungan (Dishub), Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PerindagkopUKM), Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DPAD), Dinas Perumahan, Permukiman dan Pertanahan (Perkimtan), Dinas Sosial (Dinsos), Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo), Inspektorat, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), Sekretariat DPRD, PT Tangerang Nusantara Global (PT TNG), Perumda Pasar Kota Tangerang, Perumda Tirta Benteng.
<b>Jumlah Unggahan Feed (Grafis)</b>	300 Unggahan
<b>Jumlah Unggahan Feed (Video)</b>	292 Unggahan
<b>Jumlah Unggahan Stories</b>	167 Stories
<b>Jumlah Likes</b>	51.921 Likes
<b>Jumlah Komentar</b>	1.847 Komentar
<b>Jumlah Shares</b>	5.737 Shares

**Tabel 1.** Temuan Penelitian  
(Sumber: Data Internal Tangerang TV)

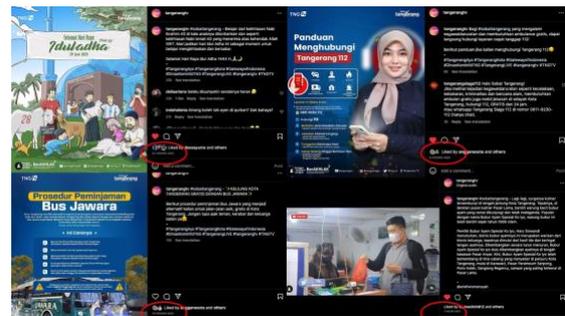
Instagram merupakan salah satu platform hiburan online yang tidak asing lagi bagi masyarakat umum, khususnya individu di wilayah Kota Tangerang. Hiburan online ini merupakan media yang paling terkenal diantara hiburan berbasis web lainnya, hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah pendukungnya yang paling banyak diantara yang lainnya. Instagram @tangerangtv ini diikuti lebih dari 65.000 pengikut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang mengikuti akun Instagram @tangerangtv pada gambar 2.



**Gambar 2.** Profil akun Instagram @tangerangtv (Sumber:Instagram.com/@tangerangtv. Diakses 20 Juni 2023)

Sejauh ini Instagram merupakan media sosial utama yang digunakan oleh Tangerang TV untuk menyebarkan informasi karena kemudahan akses dan penggunaannya yang sudah *common* digunakan oleh masyarakat. Selain kemudahan akses dan penggunaannya, Instagram juga memiliki kemudahan dalam berinteraksi dengan *audiences*

melalui kolom komentar ataupun melalui *direct message* untuk berkomentar atau sekedar memberikan kritik dan saran. Keuntungan-keuntungan inilah yang membuat Tangerang TV memutuskan menggunakan Instagram sebagai platform sosial media utamanya. Bisa dilihat dari keaktifan dalam mengunggah di linimasa maupun di *stories* serta interaksi yang dibangun dengan *audiences*. Dalam sehari mereka biasanya mengunggah rata-rata 4 sampai 5 unggahan pada linimasa dan 5 sampai 10 unggahan pada *stories* tergantung seberapa banyak agenda kegiatan yang ada dan harus dipublikasi. Hal ini dapat dibuktikan oleh gambar 3.



**Gambar 3.** 4 unggahan akun Instagram @tangerangtv dalam sehari (Sumber: Instagram.com/@tangerangtv. Diakses 29 Juni 2023)

Adapun contoh program program yang dipublikasi oleh akun Instagram @tangerangtv adalah informasi mengenai sekolah swasta gratis yang diusung oleh Dinas Pendidikan Kota

Tangerang yang menembus *reach* diangka 26.529, 1.565 *likes*, 108 *comments*, 182 *shares* dan 182 *saved*. Hal ini menjadi “viral” karena sebelumnya masyarakat tidak mengetahui mengenai program ini, bisa dilihat pada gambar 4 yang bersumber dari data internal tim sosial media Tangerang TV.



**Gambar 4.** Postingan teratas @tangerangtv periode 1-8 Juni 2023 (Sumber: Data internal Tangerang TV)

Kemudian dari pola interaksi antara Tangerang TV dengan *audiences* dilihat tidak terlalu aktif. Setiap unggahan yang menimbulkan pertanyaan dan harusnya menjadi medium interaksi antara Tangerang TV dengan *audiences* tidak terjadi. Justru pada unggahan tersebut terlihat interaksi antara *audience* satu dengan lainnya yang mungkin memiliki informasi lebih terkait pertanyaan yang dilemparkan di dalam kolom komentar.

Juga terjadi interaksi antara *audiences* dengan OPD terkait yang mana justru memiliki jawaban yang lebih akurat.



**Gambar 5.** Kolom komentar pada salahsatu unggahan akun Instagram @tangerangtv (Sumber: Instagram.com/@tangerangtv. Diakses 29 Juni 2023)

Sejauh ini, Instagram @tangerangtv adalah platform utama yang dikelola oleh Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik. Disamping itu juga mereka memiliki akun media sosial pada platform lain seperti Youtube dan Facebook. Namun dari kedua platform itu tidak ada interaksi yang signifikan dari setiap informasi yang diunggah pada platform tersebut. Hal itu dapat dilihat dari *engagement* dari setiap unggahan yang ada di kedua platform tersebut.

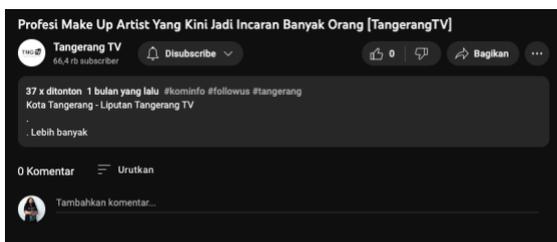
Hiburan berbasis web Youtube Tangerang TV yang di awasi langsung oleh tim Tangerang TV ini memuat data-data kegiatan OPD yang materinya disesuaikan dengan apa yang diunggah di Instagram @tangerangtv, hanya

dalam desain ukuran alternatif berdasarkan fakta bahwa di Instagram harus dalam representasi struktur, sedangkan di Youtube harus dalam desain pemandangan.



**Gambar 6.** Beranda Kanal Youtube Tangerang TV  
(Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 29 Juni 2023)

Kanal Youtube ini resmi dirilis pada awal terbentuknya Tangerang TV yaitu pada tahun 2013. Sebetulnya platform ini merupakan platform pertama yang digunakan oleh Tangerang TV terkait penyebaran informasi yang ada di wilayah Kota Tangerang. Namun demikian, minat bahkan *engagement* yang diperoleh dari Youtube tidak begitu berarti. Misal unggahan 1 bulan yang lalu saja, dari 66 Ribuan Subscriber hanya ada 37 kali ditonton dan tidak ada like maupun komentar sama sekali. Dapat dilihat langsung pada gambar 7.



**Gambar 7.** Unggahan video pada Kanal Youtube Tangerang TV  
(Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 29 Juni 2023)

Hal ini juga dapat divalidasi yang bersumber dari data monitoring internal Tangerang TV. Pada data tersebut dapat dilihat 3 contoh unggahan video di Kanal Youtube Tangerang TV yang memiliki *engagement* sangat kecil. Contoh pertama pada unggahan video Gus Miftah yang hanya mendapat 465 kali tayangan dengan 14 Likes, program #tandatanya hanya 410 kali tayangan dengan 46 Likes dan 1 komentar, dan program Papi Mami Dut yang juga memiliki angka tayangan yang kecil yaitu hanya 268 kali tayangan dengan 39 Likes dan 3 komentar.

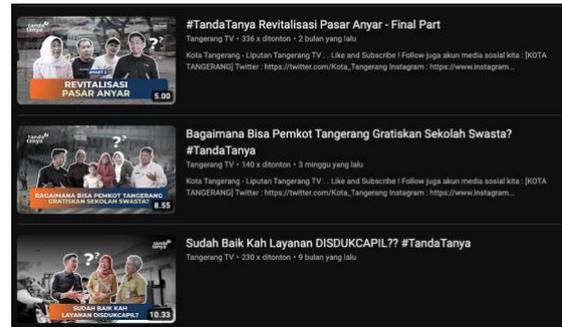
### Video

Video	Plays	Likes	Comment
Bersama Gus Miftah, Tangerang Bercahaya	465	14	0
Pengangguran Smk Tertinggi! Jurus Apa Yang Dimiliki Kota Tangerang? #TandaTanya	410	46	1
Papi Mami Dut Eps - 4 Suka Sup	268	39	3

**Gambar 8.** Unggahan pada kanal Youtube Tangerang TV periode 1-8 Juni 2023  
(Sumber: Data internal Tangerang TV)

Dibalik itu semua, Tangerang TV yang pada tupoksinya sebagai media diseminasi OPD yang sama dengan media-media Daerah lainnya. Tangerang

TV juga memiliki dan *memprovide* beberapa program khusus yang memang hanya ada di Tangerang TV. Ada beberapa program yang dimiliki dengan output berbeda dari peliputan kegiatan, yang pertama adalah “TANDA TANYA”, program ini adalah program khusus yang disajikan oleh Tangerang TV yang membahas tentang isu-isu yang ada di wilayah Kota Tangerang dan dikemas dengan konsep yang berbeda. Pada setiap episodenya, program ini biasanya melibatkan langsung pejabat terkait untuk menjelaskan dan mengklarifikasi secara detail dan serius. Lalu yang kedua ada “BANG BAGEN”, sebuah program sketsa komedi yang dimiliki oleh Tangerang TV. Pada program tersebut terdapat pemeran utama yaitu Bang Bagen dan ditemani oleh Si Kumis. Mereka berdua biasanya membuat konten komedi yang berkaitan dengan program-program OPD yang ada. Selanjutnya ada program “Iklan Layanan Masyarakat”, sebuah program khusus yang dimiliki oleh Tangerang TV untuk mempromosikan program-program OPD yang bersangkutan dengan Masyarakat. Dikemas secara khusus layaknya Iklan Televisi (TVC) agar menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk menonton “Iklan” hingga selesai.



**Gambar 9.** Program #TandaTanya pada Kanal Youtube Tangerang TV (Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 14 Juli 2023)



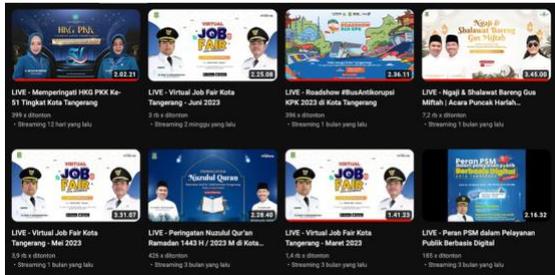
**Gambar 10.** Program #BangBagen pada Kanal Youtube Tangerang TV (Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 14 Juli 2023)



**Gambar 11.** Program ILM pada Kanal Youtube Tangerang TV (Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 14 Juli 2023)

Tangerang TV sebagai media center Pemerintah Kota yang “Kini Beda” sesuai *tagline* nya selalu berupaya untuk senantiasa membantu OPD dalam hal aktivasi. Tidak jarang OPD maupun instansi lain yang berada di Wilayah Kota

Tangerang menggelar aktivasi-aktivasi di ruang publik. Tangerang TV biasanya menyediakan layanan *Live Streaming* pada kanal YouTube-nya. Seperti acara-acara kemasyarakatan, *Car Free Day*, *Virtual Job Fair* dan kegiatan publik lainnya.



**Gambar 12.** *Live Streaming* pada Kanal Youtube Tangerang TV (Sumber: youtube.com/@tangerangtv. Diakses 14 Juli 2023)

Terkait pemenuhan kebutuhan data mental, Grup televisi Tangerang akan mendatangi narasumber, untuk lebih spesifik meminta agar OPD memberikan klarifikasi terkait proyek yang telah disalurkan. Menurut Mc Leod (Azizah, Mirfani, & Suryad, 2016), informasi yang berkualitas harus relevan, akurat, terkini, dan komprehensif.

Signifikansi mengimplikasikan bahwa data dapat mengalahkan kerentanan, melegitimasi kapasitas pemimpin untuk membuat ramalan, menegaskan, atau mengerjakan asumsi masa lalu mereka. Kemudian, pada saat itu, data akan memiliki nilai manfaat

yang tinggi dengan asumsi data tersebut diperoleh oleh wilayah setempat, dan sebaliknya data akan menjadi glitch jika diberikan kepada orang-orang yang tidak membutuhkannya. . Dalam hal ini, sosialisasi Tangerang TV difokuskan pada tujuan instansi pemerintahan.

Agar akurat, informasi harus bebas dari kesalahan, tidak memihak, tidak dapat ditembus, dan dapat diverifikasi sehingga tidak menyesatkan publik, yang mengarah pada informasi yang diterima dan keputusan yang dibuat tidak benar. Selain itu, jika hasil dari dua atau lebih tes menghasilkan hasil yang sama, data dianggap akurat ketika diuji kebenarannya oleh dua orang atau lebih. Data dari televisi Tangerang sudah melalui pengujian lanjutan sehingga cenderung presisi.

Informasi yang diberikan segera dapat diartikan sebagai informasi pengambilan keputusan. Keterlambatan dalam data akan menyebabkan kekacauan karena data yang telah disisihkan tidak lagi bernilai saat dihubungkan ke arah. hasilnya akan mempengaruhi tujuan institusi pemerintahan.

Data yang diperkenalkan oleh Tangerang TV memiliki jadwal tertentu, sehingga akan membatasi kesalahan fatal dalam distribusi yang dilakukan

oleh Tangerang TV. Puncak menyiratkan bahwa data harus dapat memperkenalkan citra lengkap dari suatu masalah atau pengaturan dan tidak meninggalkan bagian penting dari peristiwa yang merupakan dasar dari masalah atau tindakan yang diukurnya. Sebelum dibagikan di Instagram, informasi dari Tangerang TV disajikan secara lengkap. Data lengkap terdiri dari kepuasan secara umum, misalnya data tentang latihan sosialisasi yang akan dilakukan, kemudian substansinya berisi landasan, target, proses, gambaran acara, pelaksanaan, dan penilaian yang akan dilakukan. Selain itu, berbagai jenis data diperkenalkan, misalnya menambahkan foto dan rekaman. Tangerang TV selama ini menggunakan Instagram sebagai platform media sosial untuk menginformasikan kepada masyarakat umum tentang program OPD.

### **SIMPULAN**

Tangerang TV menggunakan Instagram sebagai sarana korespondensi, upaya terkoordinasi, dan distribusi antara OPD, luar, dan yang mengejutkan, masyarakat pada umumnya. Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan untuk menjalankan

fungsinya, meskipun pada kenyataannya masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Keberhasilan yang didapat dari hasil diseminasi menggunakan media Instagram begitu jelas sehingga seluruh program yang dijalankan dapat berjalan dengan baik sesuai target karena informasinya dapat tersampaikan dengan baik dan efektif. Saran mengenai pemanfaatan Instagram dalam diseminasi informasi program-program OPD dapat dilakukan lebih massif lagi sehingga semakin banyak informasi yang dapat diserap oleh masyarakat khususnya Kota Tangerang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Jurnal PUBLICIANA*, 9(1), 140–157. Retrieved from <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Riska Nur Azizah, Aceng Muhtaram Mirfani, & Prof.Dr.H.Syaiful Sagala.S.Sos. M.Pd. (2016). *Kontribusi Mutu Informasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Bidang Pendidikan Menengah dan Tinggi di Dinas*

- Pendidikan Provinsi Jawa Barat. 1(1), 1-13.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Sangiran, B. (2017, December 13). pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi kepurbakalaan. Retrieved from BPSMP Sangiran website: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpsmpsangiran/pemanfaatan-media-sosial-dalam-penyebaran-informasi-kepurbakalaan-2/>
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI SARANA TRANSFORMASI MAJALAH HIGHEND. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.31334/ljk.v2i2.263>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung, Indonesia: Lingga Jaya.
- Tangerang TV - YouTube. (n.d.). Retrieved June 20, 2023, from [www.youtube.com](http://www.youtube.com) website: <https://www.youtube.com/@TangerangTV>
- TangerangTV Official (@tangerangtv) • Instagram photos and videos. (n.d.). Retrieved June 20, 2023, from [www.instagram.com](http://www.instagram.com) website: <https://www.instagram.com/tangerangtv>
- Tjiptasari, F., & Ridwan, M. M. (2017). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Perpustakaan FIP UNY. *Pustakaloka*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v9i1.919>
- Yusup, P. M., & Priyo Subekti. (2010). *Teori dan praktik penelusuran informasi : information retrieval*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.