

Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial Pada Badan Pusat Statistik Karawang

Syarif Firmansah

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Korespondensi penulis: mn20.syariffirmansah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Sungkono

Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-mail: sungkono@ubpkarawang.ac.id

Abstract. *The study, entitled "Information Dissemination Through Social Media on the Indonesian Central Statistical Authority", aims to find out how the Karawang District Statistics Authority uses social media, especially Instagram. The data collection method in this study uses documentation from the Instagram media BPS Karawang. The method used is qualitative. As a result of this study, Instagram has been widely used by BPS Karawang as a media of statistical promotion at 53.8 percent, the media of general information at 30.7 percent, and statistical knowledge media and job information at 7.6 percent, respectively. The average number of interactions on the Instagram posts of the Center for Statistics of Karawang District is 50. Agriculture, Census, Indonesia, and 2023 are the main topics of information spread through activity posts.*

Keywords: *dissemination, Instagram, marketing*

Abstrak. Penelitian ini berjudul "Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial pada Badan Pusat Statistik Indonesia" yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang menggunakan media sosial, terutama Instagram. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dari media Instagram BPS Karawang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa Instagram telah digunakan secara luas oleh BPS Karawang sebagai media promosi statistik sebesar 53,8 persen, media informasi umum dengan 30,7 persen, media pengetahuan statistik dan informasi lowongan kerja masing-masing dengan 7,6 persen. Rata-rata jumlah interaksi pada postingan Instagram Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang adalah 50. Pertanian, Sensus, Indonesia, dan 2023 adalah topik utama informasi yang disebarluaskan melalui postingan kegiatan.

Kata Kunci: Diseminasi, Instagram, pemasaran

LATAR BELAKANG

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas bisnis yang sangat dinamis. Peran pemasaran itu sendiri telah berubah secara dramatis karena berbagai kondisi mulai dari peningkatan kebutuhan akan suatu bahan dan energi, inflasi, resesi ekonomi, pengangguran yang tinggi, industri yang hancur, perusahaan yang hancur, terorisme dan perang, dan efek akibat perubahan teknologi yang cepat di industri tertentu. Perubahan seperti itu, termasuk internet, telah memaksa eksekutif pemasaran saat ini untuk menjadi lebih didorong oleh pasar dalam pengambilan keputusan strategis mereka, yang membutuhkan sarana formal untuk memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu tentang pelanggan. Pesatnya perkembangan teknologi inilah yang menyebabkan peralihan aktivitas pemasaran dari yang semulanya konvensional (offline) menjadi digital (online).

Pada dasarnya strategi pemasaran yang diterapkan organisasi non profit atau lembaga pemerintah tidak jauh berbeda dengan strategi pemasaran pada perusahaan profit oriented, karena keduanya sama-sama memiliki produk atau jasa yang perlu dipasarkan untuk kepentingan konsumen. Salah satu lembaga pemerintah yang bergerak di sektor non profit dan membutuhkan strategi pemasaran adalah BPS (Badan Pusat Statistik). BPS membidangi masalah statistik yang posisinya langsung di bawah Presiden (non kementerian). Berdasarkan UU Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik, BPS berperan dalam menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat. Sebagai penyelenggara pelayanan publik, BPS terus berupaya untuk memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pengguna dan perubahan yang terjadi di masyarakat. Dalam strategi pemasaran organisasi non profit atau lembaga pemerintah, tidak sekedar mengadaptasi atau menggunakan strategi pemasaran tradisional tetapi juga memberikan pengaruh dan menciptakan pandangan positif di masyarakat. Yaitu dengan melakukan promosi produk dan pelayanan publik untuk meningkatkan reputasi organisasi non profit atau lembaga pemerintah. Organisasi non profit atau lembaga pemerintah yang mengadopsi pemahaman tentang pemasaran tradisional, lebih peduli tentang pelanggan daripada struktur mereka sendiri dan mencoba untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuan dari pemasaran tradisional adalah untuk menyediakan utilitas waktu, tempat dan kepemilikan. Oleh karena itu, esensi pemasaran terdiri dari menciptakan nilai bagi pelanggan dan

memotivasi mereka untuk membeli produk maupun jasa, dan untuk mengubah persepsi pelanggan.

Manajemen merupakan suatu seni dan/atau proses merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengawasi berbagai sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Krisnandi, Efendi, & Sugiono, 2019). Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh (Yulianti, Lamsah, & Periyadi, 2019) bahwa manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan. Manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan (Fachrurazi et al., 2022). Berdasarkan beberapa teori di atas dapat dikatakan bahwa manajemen adalah proses yang diterapkan individu atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Hasan and Grave (2021) yang dikutip oleh (Ayesha et al., 2022) digital marketing merupakan platform yang digunakan oleh pengusaha, investor, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Dapat disimpulkan bahwa Digital Marketing tidaklah ada batasan sebab perusahaan dapat menggunakan perangkat apapun misalnya handphone, tablet, televisi, laptop, dan juga melalui social media, email, video dan SEO dan masih banyak lagi yang dapat dipergunakan untuk memperomodikan produk dan jasa perusahaan tersebut.

Diseminasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun dan disebarkannya berdasarkan sebuah perencanaan yang matang dengan pandangan jauh ke depan baik melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi. Menurut (Sitanggang, 2022) diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Diseminasi dapat diartikan sebagai proses penyebaran informasi atau pengetahuan kepada khalayak luas. Dalam konteks ilmiah, diseminasi adalah proses yang bertujuan untuk menyebarkan hasil penelitian, temuan, atau inovasi ke dalam masyarakat umum, baik melalui publikasi, presentasi, maupun aktivitas lainnya (Samodra, 2023). Menurut (Nimawati & Zaqiah, 2020) Diseminasi adalah suatu yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya

memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola.

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray, Waani, & Lasut, 2022). Menurut (Ayesha et al., 2022) media sosial dapat diartikan sebagai media yang memfasilitasi interaksi sosial antar anggota masyarakat. Namun dalam konteks nyatanya, istilah media sosial sebenarnya merujuk pada salah satu produk TIK yang menggunakan jaringan internet untuk menghubungkan masyarakat penggunanya secara online. Menurut (Umam, 2021) media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di iPhone serta Android. Orang-orang dapat mengunggah foto atau video ke layanan tersebut kemudian dapat membaginya kepada pengikut mereka atau kelompok teman tertentu (Ayesha et al., 2022). Dimana mereka juga dapat melihat, mengomentari, serta menyukai postingan yang dibagikan oleh teman-teman mereka di Instagram tersebut secara langsung. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram itu sendiri (Feroza & Misnawati, 2020).

Menurut Bambang yang dikutip dari (Untari & Fajariana, 2018) Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Untuk memenuhi kebutuhan pengguna data dan meningkatkan pengetahuan dan fungsi akan produk BPS, maka diperlukan strategi pemasaran. Ada banyak strategi untuk pemasaran, tetapi semua strategi ini memiliki satu tujuan, yaitu mempromosikan produk

atau layanan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi promosi di lembaga pemerintahan, saat ini banyak dilakukan dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Organisasi non profit atau lembaga pemerintah mempunyai berbagai metode dan strategi untuk mengenalkan dan menawarkan produknya, salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia. Di tahun 2020, jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta. Hal ini menjadi peluang promosi dari pemasaran tradisional berubah menjadi pemasaran digital (digital marketing). Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui diseminasi informasi melalui media sosial Instagram yang diterapkan BPS Kabupaten Karawang dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat dan pemanfaatan produk data statistik oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif pada akun Instagram Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dokumentasi pada akun Instagram dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan konten Instagram yang dibagikan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang dari bulan April hingga Juni 2023 untuk mengumpulkan data. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dari *Analisis.io* dimaksudkan untuk memberikan analisis statistik tambahan untuk akun Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Badan Pusat Statistik adalah lembaga yang bertanggung jawab langsung kepada presiden dan merupakan lembaga pemerintah non-kementerian. Kegiatan Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang sangat menekankan pentingnya dokumentasi aktivitas melalui platform media sosial, termasuk Instagram. Peneliti akan melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) pada akun Instagram Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, yaitu @bpskarawang. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang ada di akun Instagram tersebut, serta sumber kekuatan dan kelemahan.

a. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan mencakup semua sumber di @bpskarawang untuk dioptimalkan. Salah satu keunggulannya adalah banyaknya pengikut akun Instagram @bpskarawang dibandingkan dengan media sosial lainnya. Pengikut akun Instagram ini mencapai 3.024 akun pada Juni 2023. Jumlah pengikut yang signifikan ini dapat membantu memberikan informasi kepada konsumen dan pengikut Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. Kedua, gratis. Bahkan ketika pengguna menggunakan Instagram di komputer atau ponsel, tidak ada biaya yang diperlukan. Ketiga, memiliki akses ke berbagai jenis media. Dengan cara yang sama seperti penggunaan Linktree pada akun @bpskarawang, Instagram dapat digunakan untuk terhubung ke media lain seperti Facebook, YouTube, situs web, bahkan untuk meminta data dan mengajukan permohonan PKL.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Akun @bpskarawang, yang berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, dan promosi Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, memiliki beberapa kelemahan. Salah satunya adalah kurangnya pembaruan konten dan mayoritas penggunanya adalah remaja, yang membuat sulit untuk menyebarkan informasi kepada orang tua.

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Kesempatan atau peluang yang dimiliki oleh akun @bpskarawang dapat dilakukan hal-hal berupa sarana promosi produk data dan konsultasi statistik Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. Selain itu peluang yang dapat terjadi diantaranya sebagai sarana pengetahuan tentang tugas dan fungsi BPS.

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman yang dihadapi oleh akun @bpskarawang meliputi ancaman peretas, hal ini disebabkan akun Instagram @bpskarawang belum terverifikasi resmi sehingga rentan diretas. Ancaman lainnya yaitu kurangnya perhatian terhadap manajemen pemasaran pemegang akun instagram @bpskarawang sehingga dapat terbengkalai suatu saat.

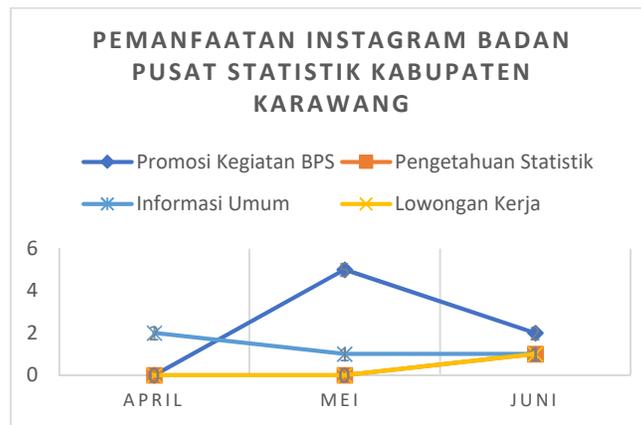
Penggunaan Instagram Badan Pusat Statistik Indonesia

Hasil penelitian yang dilakukan pada akun Instagram Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang dengan akun @bpskarawang menunjukkan beberapa jenis konten yang dibagikan oleh pengguna:

Table 1. Jenis Konten Instagram @bpskarawang sepanjang bulan April sampai Juni 2023

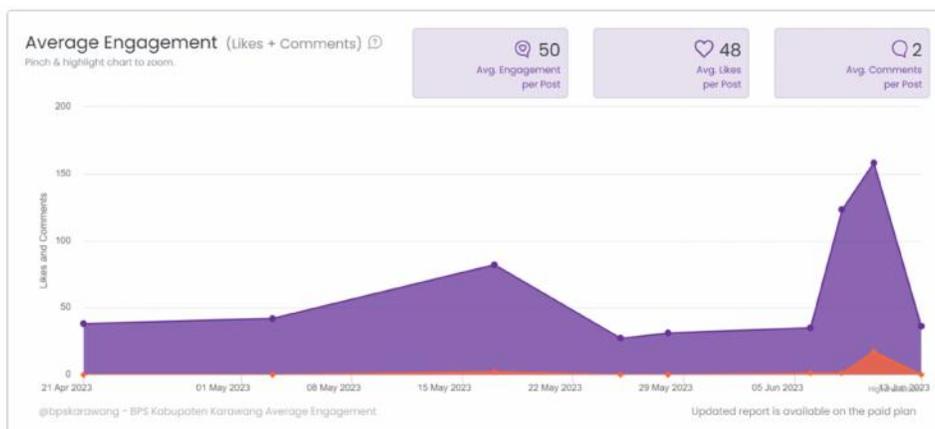
Jenis Konten	April	Mei	Juni	Total	Persentase
Promosi Kegiatan BPS		5	2	7	53,8%
Pengetahuan Statistik			1	1	7,6%
Informasi Umum	2	1	1	4	30,7%
Lowongan Kerja			1	1	7,6%
Total	2	6	5	13	

Berdasarkan tabel tersebut, konten yang paling banyak dibagikan Instagram @bpskarawang sepanjang bulan April sampai Juni 2018 adalah promosi kegiatan yang berkaitan dengan BPS Karawang. yaitu sebesar 53% atau 7 kali *posting*, Pengetahuan statistik berupa informasi pengetahuan tentang sensus pertanian sebanyak 7,6% atau 1 kali *posting*, informasi umum sebesar 30,7% dan lowongan kerja BPS sebesar 7,6%.



Gambar 1. Pemanfaatan Instagram BPS Karawang @bpskarawang

Pada diagram tersebut dapat diketahui bahwa konten yang ada pada postingan akun @bpskarawang berupa promosi kegiatan, pengetahuan statistik, informasi umum, dan informasi lowongan kerja bersifat tidak konsisten atau penyampaian informasi yang dilakukan tidak optimal. Sedangkan berdasarkan hasil analisis interaksi pengguna melalui Analisa.io dengan akun @bpskarawang didapatkan angka 1,64. Interaksi sendiri terdiri atas komentar dan *likes*. Berikut ini adalah diagram interaksi ada Instagram @bpskarawang dalam jangka waktu April sampai Juni 2023 :



Gambar 2. Interaksi Pengguna Pada Instagram @bpskarawang bulan April-Juni 2023

Analisis yang dilakukan menggunakan alat atau analisis.io yang merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk menganalisis statistik konten Instagram seperti subjek, topik, atau kata yang sering diposting pada akun @bpskarawang ini sebagai berikut:



Gambar 3. Subjek (kata) yang sering digunakan dalam postingan Instagram @bpskarawang

Berdasarkan subjek atau kata yang sering diposting tersebut dapat diidentifikasi subjek apa saja yang sering disampaikan pada akun Instagram Badan Pusat Statistik Karawang. Subjek tersebut adalah Pertanian, Sensus, Indonesia, dan 2023. Subjek-subjek ini sangat terkait dengan kegiatan dan informasi yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, termasuk Sensus Pertanian 2023 dan dokumentasi sensus pertanian yang sedang berlangsung.dengan sensus pertanian yang sedang dilakukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulannya adalah Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang memiliki media sosial Instagram yang tidak efektif untuk promosi dan diseminasi. Tidak ada informasi dan pembuatan konten secara konsisten melalui Instagram @bpskarawng setiap minggu atau bahkan harinya. Penggunaan konten informasi yang dibagikan melalui akun Instagram Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang terdiri dari promosi kegiatan statistik (53,8%), diseminasi informasi (30,7%), dan diseminasi pengetahuan statistik dan informasi lowongan pekerjaan masing-masing (7,6%). Sepanjang bulan April hingga Juni 2023, rata-rata 50 interaksi, termasuk komentar dan like terjadi pada masing-masing postingan yang dibagikan. Subjek seperti Pertanian, Sensus, Indonesia, dan 2023 juga sering digunakan di postingan Instagram BPS Karawang. Dalam hal diseminasi informasi berbasis media sosial, saran untuk BPS adalah konsistensi dalam menyebarkan informasi kepada pengguna atau pengikut media sosial, baik dalam hal konten maupun diseminasi. Untuk meningkatkan promosi BPS Karawang dan menyebarkan pengetahuan statistiknya, Instagram juga harus digunakan dan diperhatikan secara serius.

DAFTAR REFERENSI

- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., ... Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In R. Wujarso (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Fachrurazi, Ekowati, D., Yoeliastuti, Rusiyanti, S., Kamisi, H. La, Nurkadarwati, ... Hidayat, R. (2022). *Pengantar Manajemen* (P. T. Cahyono, Ed.). Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi, Vol 14*(No 1), 32–41.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen. In Melati (Ed.), *Pengantar Manajemen* (2019th ed.). Jakarta: LPU-UNAS. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society, 2*(1), 2.
- Nimawati, N., & Zaqiah, Q. Y. (2020). Proses Inovasi Kurikulum: Difusi dan Diseminasi Inovasi, Proses Keputusan Inovasi. *MISYKAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah, 5*(2), 81. <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n2.81-98>
- Samodra, F. P. (2023). Diseminasi adalah Penyebaran Informasi, Berikut Strategi dan Tahapannya. Retrieved May 27, 2023, from Liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/hot/read/5245991/diseminasi-adalah-penyebaran-informasi-berikut-strategi-dan-tahapannya>
- Sitanggang, D. D. K. P. (2022). Diseminasi Adalah: Pengertian, Strategi, dan Tugasnya. Retrieved May 27, 2023, from detik.com website: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6425766/diseminasi-adalah-pengertian-strategi-dan-tugasnya>
- Umam. (2021). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya - Gramedia Literasi. Retrieved May 27, 2023, from Gramedia blog website: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Proceedings of the 8th Biennial Conference of the International Academy of Commercial and Consumer Law, 2*(271–278).
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN* (D. Novidiantoko & H. A. Susanto, Eds.). Yogyakarta: DEEPUBLISH.