

## Penyebaran Informasi Publik melalui Media Sosial Deployment Public Information Via Social Media

<sup>1</sup>Tifa Nabila Ramadhanti, <sup>2</sup>Dadan Mulyana

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>tifanabila@gmail.com, <sup>2</sup>dadan.mulyana@unisba.ac.id*

**Abstract:** This research was conducted on @kbridenhaag twitter social media account. By looking at the process of disseminating public information about the "DangDutch" activity through the Twitter social media account @kbridenhaag. In this study aims to express and analyze: (1) The selection of Twitter social media as one of the media for disseminating public information on "DangDutch" activities; (2) The process of disseminating information about "DangDutch" activities through the social media of the Indonesian Embassy in The Hague; (3) results from the dissemination of public information regarding the activities of "DangDutch" through the social media of the Indonesian Embassy in The Hague. This research uses a qualitative method with a case study approach, through open and in-depth interview techniques, direct observation, literature study, and with relevant documents. Supporting concepts and theories in this study include Media Functionalist Theory, New Media Theory, PR Operational Process, and Information Society Theory. Based on the results of the study found: (1) the selection of twitter media and the selection of "DangDutch" activities; (2) Stages of public information dissemination regarding "DangDutch" activities through Twitter social media; (3) the process stages in disseminating information

**Keywords:** Twitter Social Media, Public Information Dissemination, Public Relations and Indonesian Embassy in The Hague.

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan pada akun media sosial *twitter* @kbridenhaag. Dengan melihat proses penyebaran informasi publik mengenai kegiatan "DangDutch" melalui akun media sosial *twitter* @kbridenhaag. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengemukakan dan menganalisis: (1) Pemilihan media sosial *twitter* sebagai salah satu media penyebaran informasi publik kegiatan "DangDutch"; (2) Proses penyebaran informasi mengenai kegiatan "DangDutch" melalui media sosial *twitter* KBRI Den Haag; (3) hasil dari penyebaran informasi publik mengenai kegiatan "DangDutch" melalui media sosial *twitter* KBRI Den Haag. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui teknik wawancara terbuka dan mendalam, observasi langsung, studi pustaka, dan dengan dokumen yang relevan. Subjek dari penelitian ini adalah konseptor beserta eksekutor pengembangan media sosial KBRI Den Haag sebagai informan kunci. Konsep dan teori pendukung dalam penelitian ini diantaranya Teori Fungsionalis Media, Teori Media Baru, Proses Operasional PR, dan Teori Masyarakat Informasi. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan: (1) pemilihan media *twitter* serta pemilihan kegiatan "DangDutch"; (2) Tahapan penyebaran informasi publik mengenai kegiatan "DangDutch" melalui media sosial *twitter*; (3) tahapan proses dalam melakukan penyebaran informasi

**Kata Kunci:** Media Sosial *Twitter*, Penyebaran Informasi publik, *Public Relations* dan KBRI Den Haag.

### A. Pendahuluan

"DangDutch 2018" merupakan kegiatan kebudayaan yang dilaksanakan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag pada hari minggu 25 Maret 2018 di Event Plaza Lange Kleiweg 86, 2288 Rijswijk, Den Haag Belanda. Nama kegiatan "DangDutch" itu sendiri di ambil dari perpaduan kata antara "Dangdut" dan "Dutch". Dangdut, yang merupakan salah satu jenis musik populer dari Indonesia. Seharusnya penyebaran informasi publik melalui media sosial, dapat mencapai sasarannya. Maka, dengan demikian penulis tertarik dengan dengan proses pengelolaan media sosial *twitter* Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan "DangDutch". Karena media sosial kini di rasa memiliki ruang dan peran bagi

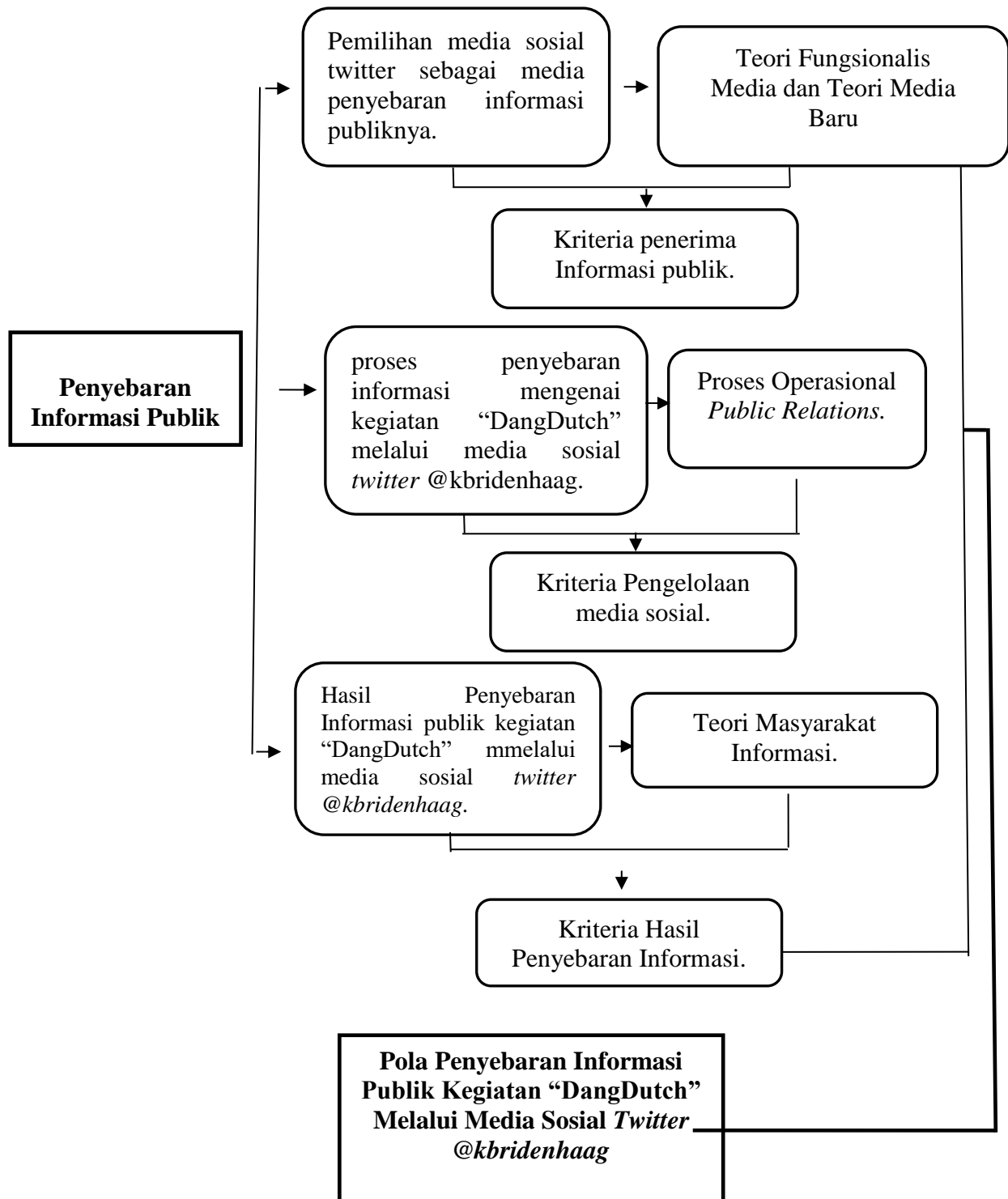
pemenuhan informasi publik. Juga, agar KBRI Den Haag mendapatkan *good will* dari publiknya.

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian dapat dirumuskan “Bagaimana Penyebaran Informasi Publik Kegiatan “DangDutch” melalui Media sosial di KBRI Den Haag?”. Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui KBRI Den Haag memilih media sosial *twitter* sebagai salah satu media untuk penyebaran informasi publik mengenai kegiatan “DangDutch”.
2. Untuk mengetahui proses penyebaran informasi mengenai kegiatan “DangDutch” melalui media sosial *twitter* Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag.
3. Untuk mengetahui dampak dari penyebaran informasi publik mengenai kegiatan “DangDutch” melalui media sosial *twitter* Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag.

## **B. Landasan Teori**

Penelitian ini dari konsep Proses operasional PR. Untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan komunikasi *public relations*, Cutlip & Center (1961), mengemukakan tentang tahapan proses operasional *public relations*. Menurut mereka proses operasional *public relations* haruslah melalui 4 tahapan, yaitu; 1. *Fact-finding*, 2. *Planning and Programming*, 3. *Communicating*, 4. *Evaluating* (Yulianita, 2003:115). masyarakat modern sedang dalam proses menjadi masyarakat berjejaring: ‘sebuah bentuk masyarakat yang secara meningkat mengatur hubungannya dalam jaringan media yang berangsur-angsur menggantikan atau melengkapi jaringan sosial melalui hubungan secara langsung (*face-to-face*)’ (Van Dijk, dalam McQuail, 2011: 115). Menurut Merton *Functionalist Theory* atau teori fungsionalis menjelaskan praktik sosial dan lembaga yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat dan individu (Merton 1957, dalam McQuail 2011: 107). Masyarakat dipandang sebagai sistem yang berjalan dari subsistem atau bagian yang saling berhubungan, masing-masing memiliki kontribusi yang penting bagi keberlanjutan dan keteraturan. Kehidupan sosial yang teratur membutuhkan pemeliharaan terus-menerus yang kurang lebih akurat, konsisten, mendukung, dan gambaran utuh dari pekerjaan masyarakat, serta lingkungan sosial. Mungkin ada dua pandangan yang dominan tentang perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua dengan penekanannya pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial. Pendekatan interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap sebagai media informasional dan karenanya menjadi realitas bagi konsumen. Sebaliknya, media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. (Stephen W. Littlejohn dan Karen .A Foss, 2009:413).



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Sumber: Modifikasi Penulis, 2018

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini didapatkan melalui proses dari pengumpulan data dalam penelitian yaitu dengan wawancara yang dilakukan secara mendalam dengan pihak yang bersangkutan dengan penelitian yang diangkat. Media sosial *twitter* @kbridenhaag telah digunakan pada bulan Agustus tahun 2009. Media sosial ini digunakan untuk menyeimbangkan dengan kebutuhan publik Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den

Haag. Dengan mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju didukung dengan teknologi yang bertambah canggih publik Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag semakin menyesuaikan dengan teknologi terbaru. Membuat Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag sebagai institusi perwakilan untuk publiknya harus menyesuaikan serta menyeimbangkan dengan kebutuhan dari publiknya.

Kegiatan “DangDutch” dipilih dengan menampilkan budaya Indonesia yang lebih menyeluruh tanpa meninggalkan kesan Indonesia darinya. Budaya Indonesia identik dengan budaya yang erat kaitannya dengan sebuah tradisionalnya. Dimana budaya satu dengan budaya lainnya berbeda. Budaya yang erat kaitannya dengan sebuah suku dari suatu daerah akan berbeda dengan budaya suku lainnya. Kegiatan ini diselenggarakan karena Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag ingin menampilkan sesuatu yang khas dengan budaya Indonesia namun dapat dikemas dengan modern.

Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag melakukan penyebaran informasi melalui media sosial yang dimilikinya, salah satunya adalah media sosial *twitter*. Konten yang dibuat oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia melalui media sosialnya haruslah melalui serangkaian proses penyaringan konten sebelum diunggah pada media sosialnya. Hal ini dilakukan agar menghindari masyarakat yang mendapatkan kesalahan informasi. Proses penyaringan konten tersebut dilakukan oleh pejabat atau Diplomat Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag untuk menghindari terjadinya *missed communication* dan *missed information*. Kedutaan Besar Republik Indonesia menyamakan pendapatnya terlebih dahulu sebelum konten informasi disebarakan melalui media sosialnya. Hal pertama yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag dalam membentuk konten informasi untuk disebarakan kepada publik yakni penyaringan informasi. Hal ini dirasa penting untuk dilakukan karena sebelum menyebarkan informasi kepada publik pembuat konten informasi harus menimbang dengan baik jenis konten informasi yang akan disebarakan. Setelah proses *screening* dilakukan oleh pejabat atau Diplomat dari Fungsi yang berkaitan dengan yakin bahwa publik mendapatkan informasi terbaik.

Salah satu harapan Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag dengan diadakannya kegiatan ini adalah agar mendapatkan apresiasi yang baik dari para peserta kegiatan. Banyak diantaranya yang meminta kegiatan dilaksanakan diadakan secara rutin karena akan selalu banyak peminat yang menghadiri kegiatan seperti itu. Setiap pertanyaan yang ditujukan kepada Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag akan dijawab sesegera mungkin. Baik melalui telepon atau pun berbagai media yang dimiliki oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag. Hal ini ditujukan untuk menjalankan fungsi sebagai institusi perwakilan yang bertanggung jawab akan pemenuhan informasi dari publiknya. Juga, sebagai salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada publiknya.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan “DangDutch” melalui media sosial *twitter* @kbridenhaag, penulis dapat mengambil simpulan sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran informasi publik mengenai kegiatan “Dangdutch” melalui media sosial *twitter*, didorong oleh beberapa faktor. Karena kini media sosial sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian publik, memberika pengaruh yang signifikan dalam penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag. Sehingga, media sosial ini dipilih karena

menjadi sarana penyebaran informasi publik yang efektif dan efisien. Pemilihan kegiatan, yakni kegiatan “DangDutch” menjadi pertimbangan selanjutnya. Kegiatan “DangDutch” dipilih karena Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag ingin melakukan promosi budaya modern milik Indonesia. Kemudian, Musik dangdut menjadi pilihan karena musik dangdut merupakan salah satu budaya yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Kedutaan Besar Republik Indonesia berharap menampilkan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya. Sehingga, menghasilkan *new image* bagi Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag.

2. Dalam proses penyebaran informasi yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia adalah mencari fakta yang kemudian akan digunakan menjadi pertimbangan, salah satunya terpilihnya musik dangdut yang diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan adanya fakta ini, Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag merencanakan kegiatan “DangDutch” diselenggarakan. Adanya sebuah hambatan dari teknis penyebaran informasi. Hal ini, dikarenakan tidak adanya atauran khusus mengenai penyebaran informasi. Fungsi Penerangan Sosial dan Budaya memberikan kebebasan kepada seluruh Atase dan Fungsi untuk turut menyebarkan konten informasi yang dirasa dapat membantu publiknya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa minat publik terhadap kegiatan “DangDutch” ini sangatlah tinggi. Dapat dilihat dari pendapat salah satu informan pendukung yang berkewarganegaraan Belanda. berkat diadakannya kegiatan “DangDutch” ini ia merasa bahwa, ia dapat menjalin relasi seluas-luasnya. Penyebaran informasi kegiatan pun dilakukan sedini mungkin agar memaksimalkan hasil yang akan didapat ketika kegiatan terselenggarakan. Hal ini ditujukan untuk mencapai tujuan dari diselenggarakannya kegiatan tersebut.

### Daftar Pustaka

- Littlejohn, Stephen W & Foss, Karen A. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial*. Bandung, PT. Remadja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yulianita, Neni. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. P2U, LPPM UNISBA.  
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1143>  
 [Diakses 8 Agustus 2018]