Journal of Social Media and Message
Juni 2025, Vol. 3, No. 1, pp. 45-58
E-ISSN: 2829-9752

Media Sosial Instagram Sebagai Media Center pada Biro Administrasi Pimpinan @biroadpim.riau

Nadila Zulfa
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau
Email Korespondensi: nadilazulfa@student.uir.ac.id

Diterima: 12-03-2025 Disetujui: 12-03-2025 Diterbitkan: 20-06-2025

Abstrak

Studi ini difokuskan pada penggunaan media sosial oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau sebagai respons terhadap perkembangan zaman yang dinamis, mendorong Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau mengadaptasi penyebaran informasinya melalui platform media sosial. Salah satu platform untuk menyampaikan informasi yang digunakan ialah Instagram, yang menyediakan opsi-opsi yang memikat untuk digunakan oleh berbagai pihak, seperti instansi pemerintahan. Oleh karena itu, Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau memilih Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Studi ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode mengumpulkan data berupa pengamatan, wawancara, serta dokumentasi, sebagai metode untuk mengumpulkan data terkait penggunaan media sosial Instagram oleh Biro Administrasi Pimpinan @biroadpim.riau dalam menyebarkan informasi publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana Instagram dimanfaatkan oleh Biro Administrasi Pimpinan @biroadpim.riau dalam menyebarkan informasi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial yang sangat bermanfaat bagi Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau. Pemanfaatan Instagram oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau berjalan efektif dan optimal, yang mencakup informasi terkait kegiatan dan berbagai aspek lain dari Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau, yang disebarkan melalui akun media sosial Instagram tersebut.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Menyebarkan Informasi, Publik

PENDAHULUAN

Media sosial kian populer sebagai platform penyebaran informasi yang lebih cepat dibandingkan media massa konvensional (Paramitha, n.d.).

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Awalnya, media massa dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu media elektronik dan media cetak. Seiring kemajuan teknologi, jenis media massa baru muncul, yaitu media online. Media online memiliki tujuan yang sama dengan dua jenis media massa lainnya yaitu menyampaikan informasi kepada masyarakat yang luas. Namun, dengan perkembangan zaman yang menuntut kecepatan dan akurasi, media online sekarang memainkan peran yang berguna untuk mengelola informasi yang tersebar di banyak tempat. Media sosial adalah jenis online media yang memungkinkan pengguna mengakses, mengikuti, menyebarkan, dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial termasuk blog, jejaring sosial, social network, wiki, forum, dan dunia virtual (M. I. Fauzi, 2021). Kehadiran media sosial membawa kemudahan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk komunikasi. Platform ini telah menjadi alat yang digunakan oleh berbagai organisasi, seperti perusahaan, pemerintahan, dan lembaga sosial masyarakat, untuk mencapai tujuan komunikasi yang beragam.

Salah satu contoh dari aplikasi media sosial adalah Instagram. Media sosial Instagram merupakan trend dikalangan remaja pada saat ini. Diantara sekian banyaknya aplikasi media sosial, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh remaja masa kini. Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang dimanfaatkan untuk membagikan foto dan informasi berupa caption atau penjelasan tentang foto tersebut, membagikan foto tersebut ke berbagai media sosial lainnya, mendapatkan informasi seputar berita, lifestyle, kuliner, dan sebagainya. Kegunaan utama dari Instagram adalah untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya (Nurudin, 2020). Saat ini, instagram sekarang tidak hanya digunakan oleh individu, tetapi juga oleh komunitas, kelompok, perusahaan, dan bahkan pemerintah. Menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018:11-15), pemerintah setuju bahwa penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah adalah salah satu cara untuk memaksimalkan penggunaan teknologi. Seperti yang digunakan oleh pemerintah Provinsi atau kota untuk menyebarkan informasi tentang Provinsi atau Kota tersebut. Ini menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya platform untuk mengekspresikan diri, tetapi juga platform untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan data Hootsuite We Are Social (Social, 2024), pada Januari 2024 di Indonesia ada 139.0 juta pengguna media sosial di Indonesia dihitung per Januari 2024. Pengguna WhatsApp di Indonesia mencapai 90,9%, Instagram 85,3%, Facebook 81,6%, dan Tiktok 73,5% dari populasi. Media usia masyarakat Indonesia yang menggunakan adalah 18-24 tahun sebesar 14,0% , 25-34 tahun ssebesar 20,0%, dan 35-44 tahun sebesar 11,5%. Sebagian besar pengguna media sosial di Indonesia berusia antara 18 hingga 34 tahun.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Salah satu instansi yang aktif menggunakan sosial media sebagai media informasi publik adalah Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau. Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau, salah satu biro di bawah Sekretariat Daerah Provinsi Riau, giat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi publik. Biro ini berperan penting dalam membantu tugas dan fungsi pimpinan, yaitu Gubernur, Wakil Gubernur, dan Sekretaris Daerah Provinsi Riau. Pada awal tahun 2020, Biro Administrasi Pimpinan mengalami perubahan nama dari Biro Humas Protokol dan Kerja Sama (Annisa, Usman 2020). Pada saat ini Biro Administrasi Pimpinan terbagi menjadi 3 bagian yaitu Bagian Perencanaan dan Kepegawaian, Bagian Materi dan Komunikasi Pimpinan serta Bagian Protokol. Pada bagian yang mengelola instagram @biroadpim.riau itu menjadi tugas divisi Materi dan Komunikasi Pimpinan, bagian tersebut yang mendokumentasikan kegiatan-kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur, dan Sekretaris Daerah Provinsi Riau.

Melalui Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau, Diharapkan bahwa penggunaan media sosial akan membuat masyarakat lebih dekat dengan lembaga pemerintah sehingga mereka dapat terlibat dalam program dan kebijakan pemerintah. Pada akhirnya, ini akan berdampak pada reputasi pemerintah daerah. Selain itu, membangun hubungan yang saling memahami dan keinginan untuk berkolaborasi antar lembaga dan masyarakat akan dicapai melalui penggunaan media sosial yang interaktif untuk berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat.

Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau menggunakan tiga platform media sosial, yaitu Instagram, TikTok, dan YouTube. Namun, dari ketiga platform tersebut, hanya Instagram yang aktif digunakan oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau. Sementara itu, TikTok terakhir kali dipantau memiliki postingan pada bulan September 2023, dan untuk YouTube, Biro Administrasi Provinsi Riau baru memiliki akun yang terakhir kali mengunggah video pada bulan November 2023. Informasi yang disebarkan melalui akun Instagram @biroadpim.riau mencakup dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh gubernur dan lembaga pemerintahan provinsi Riau lainnya, serta berbagai himbauan dan informasi lainnya. Selain itu, penggunaan Instagram sebagai platform media sosial memungkinkan Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau untuk mendapatkan tanggapan, kritik, dan saran dari masyarakat terkait isu-isu terkini. Respon ini dapat membantu dalam membangun dan meningkatkan citra serta kinerja pemerintahan provinsi Riau di masa mendatang.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Journal of Social Media and Message
Juni 2025, Vol. 3, No. 1, pp. 45-58
E-ISSN: 2829-9752



Gambar 1.1 Akun resmi Instagram @biroadpim.riau

Sumber : Instagram, 2023

Dapat dilihat pada gambar 1.1 yaitu profil instagram @biroadpim.riau. Dilihat dari jumlah followersnya yang berjumlah 2.834 pengikut terhitung pada tanggal 22 November 2023 dengan jumlah postingan yaitu 856 postingan. Instagram @biroadpim.riau ini dikelola langsung oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau. Di dalam postingan instagram tersebut dapat kita lihat bahwa Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau rutin memberikan informasi kepada publik khususnya bagi masyarakat Riau. Dari paparan di atas, dapat dilihat bahwa Pemerintah Provinsi Riau berupaya untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Ada beberapa informasi terbaru yang sudah disebarkan kepada publik contohnya seperti pada saat ini Gubernur riau telah diganti oleh Plt Gubernur pada saat ini terhitung pada bulan November 2023, dan ada beberapa informasi terkait yang lebih penting mengenai kinerja pimpinan-pimpinan Provinsi Riau.

Instagram, yang awalnya hanya untuk berbagi foto dan video, kini telah menjadi platform multifungsi. Pengguna dapat mengakses informasi dan berita dengan mudah melalui Instagram, berkat perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi. Internet dan media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran penting dalam cara informasi disebarkan kepada publik. Saat ini, hampir semua instansi telah menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada publik, termasuk Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau. Instansi tersebut berusaha menyajikan konten dengan tampilan menarik untuk meningkatkan minat pengguna dalam membaca informasi yang disampaikan.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pemanfaatan media sosial *Instagram* dalam menyebarkan informasi publik.

Identifikasi Masalah

(1)Perkembangan Teknologi komunikasi mengubah cara masyarakat dalam mencari informasi dengan menggunakan media sosial salah satunya instagram, (2) masih banyak nya media lain yang memojokkan kinerja pemerintah Provinsi Riau dan (3) instagram Biro Administrasi Pimpinan Riau dikelola untuk memberikan informasi tentang aktivitas pimpinan dan kinerja di Provinsi Riau.

KERANGKA TEORI

Media Sosial

Media sosial adalah jenis media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpatisipasi, berbagi dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial yaitu blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Jenis media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia adalah blog, jejaring sosial, dan wiki. Menurut pendapat lain, media sosial adalah media online yang membantu orang berinteraksi satu sama lain dan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah pesan menjadi diskusi interaktif (Makhmudah, 2019).

Kaplan & Henlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial :

Proyek kolaborasi *(collaborative projects)*

Dalam proyek kolaborasi, website mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten yang ada di website ini, contohnya Wikipedia.

Blog dan mircoblog

Blog adalah singkatan dari web log yang merupakan jenis aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada halaman web yang di akses oleh semua orang. Sementara microblog merupakan jenis blog yang lebih kecil,jika pada blog pengguna dapat memposting tulisan lebih dari 200 atau tanpa batasan karakter, tetapi pada microblog mereka hanya dapat memposting kurang dari 200 karakter. Contoh dari microblog yang terkenal yaitu twitter.

Konten *(content communities)*

Dengan konten mengizinkan para penggunanya dapat saling meng-share konten media seperti video, e-book, gambar dan lain-lain. Contohnya adalah youtube.

Situs jejaring social

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Sebuah situs web berbasis layanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, dan mengundang atau meminta teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini yaitu menampilkan profil pengguna yang didalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Contohnya facebok, instagram, dan path.

Dunia virtual

Dunia virtual adalah replikasi lingkungan tiga dimensi di mana orang dapat muncul dalam bentuk avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain seperti di dunia nyata, contohnya seperti dalam game online.

Virtual Social World

Dunia virtual yang di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual social world lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya second life.

Instagram

Instagram berasal dari kata "insta" yang berarti instan. Seperti kamera polaroid yang pada dulunya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid di dalam tampilannya. Namun "gram" berasal dari kata telegram yang dalam fungsinya berarti cara kerja telegram sendiri mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Menurut Atmoko (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Instagram memiliki lima menu utama yaitu :

(1)Homepage yaitu yang berfungsi di halaman utama atau beranda yang muncul secara instan saar pengguna membuka aplikasi Instagram. Halaman utama atau beranda ini biasanya akan muncul postingan pengguna lain yang telah diikuti. (2) Comments adalah fitur yang telah disediakan oleh Instagram di setiap postingan pengguna lain atau diri sendiri, fungsinya untuk mengomentari foto dan video yang telah diunggah dari pengguna lain. (3) Explore merupakan kumpulan foto atau video yang sangat popular dari para pengguna lain di Instagram. Dalam halaman explore ini, foto atau video yang ditampilkam dapat berasal dari pengguna yang diikuti atau yang tidak diikuti. Biasanya explore ini merupakan topic yang paling banyak diperbincnagkan oleh para pengguna. (4) Profil yaitu kita dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, bik itu diri kita sendiri maupun sesama pengguna. Halaman profil ini bisa dilihat melalui ikon bergaya kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah followers dan jumlah following. (5) News feed atau notifikasi ini merupakan fitur yang menampilkan bebagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

New Media (Media baru)

Teori dari Pierre Levy terkait media baru mengemukakan WWW (World Wide Web) merupakan tempat informasi yang bagus, adaptif, dan fleksibel. Menurut levy, hal ini membuka peluang bagi manusia untuk membangun paradigm pengetahuan baru dan terlibat dalam proses demokrasi yang lebih interaktif dan berlandaskan pada partisipasi masyarakat dalam pembagian kekuasaan. Ada 2 pandangan dari teori tersebut yakni, (1) pandangan interaksi sosial, perspektif ini mengelompokkan media berdasarkan kedekatannya dengan simulasi interaksi tatap muka. Media penyiaran konvensional, yang menekankan penyebaran informasi dianggap memiliki peluang interaksi yang lebih rendah dibandingkan dengan media baru yang lebih interaktuf. (2) pandangan integrasi sosial, adalah suatu pemahaman tentang media bukan sebagai sumber informasi atau interaksi, tetapi sebagai bentuk ritual atau bagaimana cara manusia menggunakannya untuk menciptakan masyarakat. Media bukan hanya berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan informasi dan menarik perhatian, tetapi juga membawa kita ke dalam bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki (Herlina, 2017).

Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial telah berkembang menjadi platform interaktif di era digital, di mana seseorang, golongan dan perusahaan dapat berinteraksi, content sharing, serta menyebarkan informasi (Anisah et al., 2021).

Menurut Arif Rohmadi dalam (Paksi, 2021) ada beberapa manfaat dari media sosial diantaranya sebagai berikut :

1. Akses Informasi
   Media sosial menyediakan akses mudah terhadap berbagai informasi, di antaranya lowongan pekerjaan, peluang bisnis, berita terkini tentang politik dan agama, serta konten inspiratif dan motivasi, yang kerap kali menjadi viral dan mendapat perhatian luas di platform tersebut.
2. Menjalin silaturahmi
   Media sosial memfasilitasi komunikasi jarak jauh, memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang baru, teman lama dan anggota keluarga.
3. Membentuk komunitas
   media sosial memungkinkan individu yang memiliki minat atau hobi yang sama untuk membentuk komunitas atau grup, sehingga memfasilitasi interaksi dan berbagai informasi terkait minat bersama seperti mendaki gunung.
4. Branding

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Branding tidak hanya relevan bagi perusahaan untuk meningkatkan citra merek dan penjualan, tetapi juga penting dalam konteks personal branding, di mana individu membangun citra dan nilai diri mereka di mata orang lain.

5. Promosi
   Media sosial mempermudah promosi produk atau jasa tanpa harus menggunakan media konvensional seperti brosur atau bliboard di pinggir jalan. Pengguna dapat mempromosikan produk atau jasa dari kenyamanan rumah mereka sendiri.
6. Kegiatan social
   Media sosial memfasilitasi penggalangan dan atau bantuan sosial dengan mempermudah akses informasi terkait kegiatan sosial yang sedang dilakukan, sehingga lebih mudah menarik partisipasi dan dukungan dari masyarakat.

Diferensiasi.

Diferensiasi merupakan kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur sebuah barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen (Kartajaya, 2004). Untuk menciptakan diferensiasi yang kuat, terdapat 3 dimensi yang dapat digunakan, yaitu : konten (apa yang ditawarkan), konteks (bagaimana cara menawarkan), dan infrastruktur *(enabler).* Diferensiasi suatu produk akan terbentuk dengan sendirinya setelah menentukan positioning yang akan digunakan sehingga sebuah produk akan mempunyai ciri khas tersendiri di banding para pesaingnya. Dalam diferensasi terdapat tiga hal penting, yaitu *unique selling point,* strategi yang tepat, diferensiator yang baik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif sebagai pendekatan penelitian. Metode deskriptif kualitatif menghasilkan data deskriptif yang kaya dan mendalam tentang perilaku serta ekspresi verbal dan nonverbal manusia, baik yang tertulis maupun lisan (Gunawan, 2016). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memhami fenomena atau gejala sosial yang kompleks dan tidak dapat diukur dengan metode kuantitatif, serta memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam tentang realitas yang diteliti (Bungin, 2017). Metode ini menghasilkan data yang detail ddan langsung dari lapangan, sehingga gambaran yang dihasilkan lebih akurat dan sesuai dengan keadaan sebenarnya.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Subjek penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan apabila informan yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Dalam memperoleh informasi yang akurat dan komprehensif, data diperoleh dari 2 sumber yaitu (1) Primer dan (2) Sekunder. Objek penelitian ini adalah media sosial Instagram @biroadpim.riau yang menjadi sarana bagi Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi-informasi publik. Untuk lokasi lokasi penelitian peneliti mengambil lokasi di Jl. Jend.Sudirman No.460 Jadirejo, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru,Riau 28121 dengan waktu penelitian dari Januari 2024-April 2024.

Teknik pengumpulan data meliputi; (1) Wawancara merupakan situasi tatap muka interpersonal di mana seseoarang (pewawancara) bertanya beberapa pertanyaan kepada orang yang diwawacarai untuk mendapatkan jawaban dan memberikan informasi kepada peneliti berkaitan dengan media sosial instagram @biroadpim.riau. (2) Observasi yang dilakukan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung (melihat) media sosial Instagram @biroadpim.riau. (3) Dokumentasi ini meliputi mengumpulkan data, mengumpulkan gambar jurnal dan hasil screenshot media sosial instagram @biroadpim.riau.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah berikut; (1) Pengumpulan data, merupakan tahap pertama dalam menganalisis data. Hasil data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan data-data sekunder lainnya. (2) Reduksi data, proses penyederhanaan atau pemilihan dari data "kasar" yang berasal dari catatan tertulis lapangan. Selama proses ini, peneliti menemukan hal-hal yang relevan dan tidak relevan dengan pokok dan focus penelitian. Saat laporan akhir selesai, reduksi data akan dilakukan setelah penelitian lapangan. (3) Penyajian data, ini data dapat disusun melalui berbagai jenis matriks, gambar, skema dan metode lainnya selain kalimat.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama Informan	Umur	Pekerjaan
1	Mutia Dini	23 Tahun	Admin media sosi @biroadpim.riau
2	Bapak Hendro Niko, S.STP, MM	35 Tahun	Kasubag Biro Adpim
3	Alif Lifiando	25 Tahun	Editor Konten @biroadpim.riau
4	Rahmi Meiza	23 Tahun	Followers

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

PEMBAHASAN

Pemanfaatan akun media sosial instagram @biroadpim.riau ini mendapat banyak timbal balik dari masyarakat misalnya seperti pesan masuk melalui DM yang bertanya mengenai informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep Penggunaan Media Sosial Instagram (1) Akses Informasi (2) Menjalin Silaturahmi (3) Branding (4) Promosi (5) Kegiatan Sosial. Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau setiap hari nya selalu mengpublikasikan kegiatan Pemerintahan Provinsi Riau karena tidak ada ketentuan hari untuk mengpublikasikan kegiatan atau menyebarkan informasi kepada publik melalui instagram. Akun instagram @biroadpim.riau ini cukup pesat perkembangannya karena masyarakat senang ketika kebutuhan informasi yang mereka butuhkan dikemas melalui konten-konten video atau gambar yang dikemas dalam bentuk grafis, menurut Ibu Mutia Dini selaku admin Instagram @biroadpim.riau dalam wawancaranya menyatakan:

> *Akun instagram biro adpim itu dibentuk sejak tahun 2022, dibentuknya itu untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, karena biro adpim ini merupakan media informasi resmi terkait kinerja pemerintahan provinsi Riau khususnya tokoh utama yang menyangkut Gubernur Riau, Wakil Gubernur, Sekda Riau, Ketua TP PKK Provinsi Riau, dan ketua Dharma Wanita Provinsi Riau. Kami juga selalu rutin membagikan postingan tentang informasi-informasi untuk disebarkan kepada masyarakat. Sejauh inipun perkembangannya sangat melesat dari segi naiknya followers karena di Instagram biro adpim ini mulai sekarang memberikan konten-konten yang edukatif setelah itu biasanya masyarakat lebih senang dengan konten terkait video karena dari segi editing, pengambilan video dan gambar, yang bisa dilihat di akun instagram biro adpim sehingga dari video itu lebih mudah disenangi oleh masyarakat dan pesan yang disampaikan itu dapat tersampaikan. Kami menyusun video dan gambar tersebut dalam bentuk infografis dan memberikan caption juga dijelasin secara infografis agar mudah dipahami oleh masyarakat.*

Akan tetapi peneliti melihat Biro Administrasi Pimpinan kurang untuk menggunakan fitur sorotan yang di mana kita ketahui fitur tersebut bisa untuk melihat story yang telah hilang. Untuk data-data yang di dapat dari Biro Adpim dalam menyebarkan informasi public yaitu dari dinas terkait khususnya di Lingkup Pemerintahan Provinsi Riau. Fitur caption atau teks singkat yang digunakan untuk melengkapi suatu gambar, di Instagram @biroadpim.riau dapat dilihat cara penulisan caption sangat bagus dan mudah dipahami karena Biro Adpim sendiri tersedia tim rilis yang di mana tim tersebut selalu rutin turun acara untuk menjadi notulen dan nantinya akan disusun bahasanya dengan menarik, lalu menjadi sebuah caption di Instagram.

Dalam konsep penggunaan media sosial instagram, di dalam instagram @biroadpim.riau semuanya sudah terpenuhi informasi-informasi dan data-

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

data yang peneliti sampaikan. Setiap postingan mengandung makna dari konsep itu tersendiri. Serta followers @biroadpim.riau juga sangat senang karena kebutuhan informasi mereka terpenuhi dan informasi yang disebarkan sangat akurat melalui data yang mereka rekap dari ODP terkait tentang infrastruktur, perekonomian dan stunting, data tersebut dikirim dari dinas terkait ke Biro Adpim lalu direkap menjadi satu untuk mengkemas sebuah informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi publik, penulis menyimpulkan bahwa akun media sosial Instagram @biroadpim.riau dioptimalkan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di platform tersebut. Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Story, Reels, dan Feeds sebagai alat untuk menyebarkan informasi terkait kinerja dan program pemerintahan Provinsi Riau kepada masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan tingginya jumlah viewers pada setiap postingan Reels dan Feeds Instagram @biroadpim.riau, menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan secara efektif dan optimal. Pemanfaatan Instagram memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai pemerintahan Provinsi Riau dengan mudah dan kapanpun, tanpa perlu datang langsung ke kantor. Hal ini meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang informasi yang disampaikan oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau, serta mendorong partisipasi aktif mereka dalam berbagai program dan kegiatan pemerintahan. Konten yang dibagikan melalui Instagram dikemas dengan menarik dan informatif, menggunakan infografis dan format yang mudah dipahami, sehingga meningkatkan minat dan keterlibatan masyarakat. Selain itu, Instagram juga memfasilitasi komunikasi dua arah antara Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau dengan masyarakat melalui fitur komentar dan DM, memungkinkan interaksi langsung dan responsif tanpa perlu bertemu secara fisik.

Berdasarkan kesimpulan diatas, Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau memanfaatkan media sosial instagramnya sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada publik dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di instagram dan masyarakat pun update dengan kegiatan dari Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Alhadi, I. (2023). *Pemanfaatan Instagram @pemprov.sumbar Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Publik di Diskominfo Provinsi Sumatera Barat*. Universitas Andalas.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Anisah, N., Sartika, M., & kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Mahasiswa. *Peurawi*, *4 No. 2*, 99.

Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. PT. Kencana Media Group.

Calviandra, V. (2020). *Pengantar ilmu komunikasi*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Cangara, H. (2011). *pengantar Ilmu Komunikasi*.

Dokumen Kantor Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Riau (2023).

Elma georgiana samueltipa padan. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram @diskominfokaltara Oleh DKISP Kaltara Dalam Penyebarluasan Informasi Publik*.

Farid, A. S. M. S. (2023). *Menguasai Seni Komunikasi Publik (Panduan Praktis Untuk Mahasiswa Komunikasi Penyiara Islam)* (M. Ardiansyah (Ed.); K- Media).

Fauzi, M. I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Riset Public Relations*, *11 No 2*, 149.

Firdian, M. Z. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Diskominfo Kampar Sebagai Media Informasi Masyarakat Kabupaten Kampar* (Issue 5956).

Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *JPKS (Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni)*, *6*(1), 32–44. https://andi.link/hootsuite-we- are-

Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.

Hamidati, anis. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.

Hariyanto, E., & Juniari, D. K. (2019). *Komunikasi Publik di Era Industri 4.0: Memetik Pelajaran dari Strategi Komunikasi Utang Pemerintah* (jualinbuku).

Herliani, L. (2018). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan samarinda). *Ejournal Ilmu Komunikasi*, *3* no *4*, 2018.

Herlina, novi. (2017). *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*. *4*, *No 2*, 9.

Informasi Umum : Sejarah Terbentuknya Provinsi Riau. (2019). Riau.Go.Id. https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum

kaharuddin, K. (2020a). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, *9 (1)*, 1–8.

kaharuddin, K. (2020b). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, *9 No 1*.

Kamil, R. I. (2023). *Dasar Ilmu Pemerintahan* (A. Asari (Ed.); PT MAFY ME, pp. 165–166).

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Karyaningsih, R. P. D., & Karyaningsih, P. D. (2018). Buku Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*.

Kbbi.web.id. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia," in Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kamus Besar Bahasa Indonesia; Balai Pustaka. https://www.kbbi.web.id/

Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Bumeh. *Jurnal Kompetensi*, *11*, *No 2*, 12.

Lena, I. S. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Instagram Sebagai Penyebar Berita di Media Datariau.com*. https://repository.uin-suska.ac.id/65057/

Lidara, A. W. (2022). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @infopku_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.

Maharani, D. P. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Humas Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Makhmudah, S. (2019). *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Guepedia (Ed.); Guepedia). Guepedia2.

McQuail, D. (2003). Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. In *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.

Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik yang
Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2022*(1).

Nurudin. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. PT.Citra Intrans Selaras.

Paksi, W. Y. T. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Pusat Pelayanan Informasi Kegiatan Kepolisian Daerah (Polda) Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Paramitha, C. R. P. (n.d.). *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Universitas Diponegoro.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71–80.
https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Rahmad, H. R. (2017). *Penerapan Teknologi Informasi Digital Library UR Dengan Menggunakan Technology Accetance Model Di Fisip Universitas Riau*. *4*, *No. 2*.

Rahmat, M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Humas Dinas Perhubungan Aceh dalam Menyebarkan Informasi Publik*.

Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, *15 No 1*, 11–27.

Rengkung, C. I. R. T., Tampi, G. B., & Londa, V. Y. (2021). Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado Dalam Penanganan Covid-19. *JAP*, *VII*, 26–36.

Social, W. A. (2024). *Digital Indonesia 2024*. DigSocial, W. A. (2024). Digital

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Indonesia 2024. Digital Indonesia. Https://Doi.Org/10.1355/9789814786003

sugihartati, rahma. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Kencana.

Sulistyo, W., & Chandra, D. W. (2014). *Desain Sistem Penyebaran Informasi Yang Efisien Dengan*.

Umiyati, H. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.

Yudihastria, R. (2020). *Pemanfaatan Media Streaming Youtube Oleh Gemilan Tv Sebagai Wadah Informasi Indragiri Hilir*.

Yulistiono, A. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing* (R. Fauzi (Ed.)). Penerbit Insania.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)