

# Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

*by* 07011281924085 Yoana Puteri Adinda

---

**Submission date:** 27-Mar-2023 12:39PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2047742575

**File name:** Adopsi\_Media\_Sosial\_di\_Sektor\_Publik\_-\_YOANA\_PUTERI\_ADINDA.docx (1.66M)

**Word count:** 31353

**Character count:** 206452

# **ADOPSI MEDIA SOSIAL DI SEKTOR PUBLIK**

**(Studi pada akun Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang)**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat  
Sarjana S-1 Ilmu Administrasi Publik**



**Oleh :**

**YOANA PUTERI ADINDA  
NIM. 07011281924085**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
MARET 2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ADOPTSI SOSIAL MEDIA DI SEKTOR PUBLIK :**

**Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

**Usulan Penelitian**

**Oleh :**

**YOANA PUTERI ADINDA**

**07011281924085**

**Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, ..... Oktober 2022**

**Pembimbing I**

**MOTTO**

“Bukan hal besar yang mampu menghadirkan perubahan, namun hal kecil yang dikerjakan dengan hati.” (Joana)

**Atas Berkat Tuhan Yang Maha Esa,**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

- **Kedua Orang Tua saya**
- **Adik-adik saya**
- **Teman dan kerabat yang mengasihi saya dan saya kasihi**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Almamater saya**

## ABSTRACT

*Adoption of social media in the public sector is a process that at this time should have been internalized by the public sector as a public servant considering that we have entered the era of all-digital services. Research on the adoption of social media in the public sector was conducted at the Class I Immigration Office TPI Palembang. This research was conducted with the aim of identifying the stages of the social media adoption process, especially Instagram, at the Class I Immigration Office TPI Palembang. To achieve the research objectives, this research was carried out using qualitative methods so as to produce analytical and in-depth data.*

*Data collection in this study was carried out using in-depth interviews with the informants concerned and observation of the official Instagram account belonging to the Class I Immigration Office TPI Palembang and supporting data obtained through observing actor networks. Theory 3 Stages of Social Media Adoption Process in Government by Mergel and Bretschneider (2013) is used by the author as a basis for thinking in this study.*

*With the data that the author has obtained, the process of adopting Instagram at the Class I Immigration Office TPI Palembang can be concluded as entering Stage 2 of Social Media Adoption in the Government, namely: Coordinated Chaos. With the results of such research, the authors recommend related agencies to continue to develop Instagram adoption so that they can move towards the next stage if the situation and conditions allow.*

*Keyword : Social Media Adoption, Instagram, Public Sector.*

## ABSTRAK

Adopsi media sosial di sektor publik merupakan proses yang pada zaman ini seharusnya sudah diinternalisasi oleh sektor publik sebagai pelayan masyarakat mengingat kita sudah masuk dalam era pelayanan yang serba digital. Penelitian mengenai adopsi media sosial di sektor publik ini dilakukan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi tahapan proses adopsi media sosial khususnya Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif sehingga menghasilkan data yang analitik dan mendalam.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara mendalam dengan informan yang bersangkutan dan observasi akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dan data pendukung yang diperoleh melalui observasi jejaring aktor. Teori 3 Tahapan Proses Adopsi Media Sosial di Pemerintah oleh Mergel dan Bretschneider (2013) digunakan penulis sebagai landasan berpikir dalam penelitian ini.

Dengan data-data yang sudah diperoleh penulis, maka proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dapat disimpulkan masuk kedalam Tahap ke 2 Adopsi Media Sosial di Pemerintah yaitu : *Coordinated Chaos*. Dengan hasil penelitian semacam itu, penulis merekomendasikan instansi terkait untuk terus mengembangkan adopsi Instagram sehingga dapat bergerak menuju tahap selanjutnya apabila situasi dan kondisi memungkinkan.

Kata Kunci : Adopsi Media Sosial, Instagram, Sektor Publik.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 dalam bidang Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya .

Tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan program Kuliah Kerja Administrasi di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palembang. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Orang tua yang sudah mendukung dalam berbagai bentuk baik materi maupun dukungan moral dari proses perkuliahan sampai penulisan Skripsi.
2. Bapak Prof.Dr.Ir. H. Anis Saggaff,MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Bapak Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Sriwijaya
5. Ibu Aulia Utami Putri, S.IP., M.Si yang telah membimbing sebagai Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan
6. Bapak Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si yang dengan sabar membimbing dalam proses penulisan skripsi
7. Bapak Mohammad Ridwan, S.Si.,M.Si., selaku Kepala Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah memberi masukan kepada penulis
8. Ibu Nidya Wijayanti selaku Kasubsi TIKIM Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah memberi masukan dan saran terkait penulisan skripsi
9. Bapak Andika Fodhi Sinaga, S.E selaku admin utama Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah banyak memberikan informasi terkait penelitian ini
10. Bapak Achmad Nopransyah, Bapak Paisal Akbar, Bapak Alviano Prasetyo Murti Delianto, S.S, dan Bapak Christovorus Dicky yang berkenan memberikan informasi terkait penelitian ini.
11. Seluruh karyawan ,Pegawai dan staff FISIP Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman satu angkatan yang sudah berproses bersama dalam masa perkuliahan
13. Teman-teman terdekat yang sudah memberikan sumbangan moral selama penelitian ini berlangsung.

4 Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak se7i kekurangan dan masih jauh dari sempurna dalam berbagai aspek. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar dikemudian hari skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapa saja, khususnya bagi lembaga tempat penulis melakukan penelitian.

Palembang, 7 Maret 2023



**DAFTAR SINGKATAN**

TPI	: Tempat Pemeriksaan Imigrasi
SDG	: <i>Sustainable Development Goals</i>
ARPA	: <i>Advanced Research Project Agency</i>
CIX	: <i>Commercial Internet Exchange</i>
ARIN	: <i>American Registry for Internet Numbers</i>
APNIC	: <i>Asia-Pacific Network Inovation Center</i>
IP	: <i>Internet Protocol</i>
UU	: Undang-undang
KIP	: Keterbukaan Informasi Publik
KemenPan-RB	:Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Indonesia
AI	: <i>Artificial Intelligence</i>
TIKIM	: Teknologi Informasi dan Komunikasi Imigrasi

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Administrasi Publik di Era Revolusi 5.0.....	17
2.1.2 Konsep Inovasi.....	23
2.1.3 Konsep Adopsi.....	24
2.1.4 Konsep Media Sosial.....	26
2.1.5 Karakteristik Media Sosial.....	28

2.1.6 Jenis-jenis Media Sosial.....	30
2.1.7 Adopsi Media Sosial oleh Pemerintah.....	32
2.1.8 <b>A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government</b> (3 Tahap Proses Adopsi Sosial Media oleh Pemerintah).....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2 Definisi Konsep.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3 Fokus Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5 Informan Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.8 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Umum Instansi Terkait.....	53
4.1.1 Sejarah Singkat Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	54
4.2 Deskripsi Informan.....	59

4.3 Akun Instagram Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang	63
4.4 Hasil Penelitian .....	66
4.4.1 Tahap 1 : <i>Intrapreneurship and Experimentation</i> .....	69
4.4.2 Tahap 2 : <i>Order from Chaos</i> .....	91
4.4.3 Tahap 3 : <i>Instiutalization and Consolidation</i> .....	120
4.4.4 Pandangan Eksternal terhadap akun @imigrasi_palembang .....	130
4.4.5 Hasil Temuan Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instgaram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	135
4.4.6 Tabel Checklist 3 Tahap Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	144
4.5 Pembahasan .....	148
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>157</b>
5.1 Kesimpulan.....	157
5.2 Saran.....	163
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>165</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Instagram.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2Tampilan Laman Web Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	10
Gambar 3 Tampilan Akun Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	11
Gambar 4 Tampilan Akun Twitter Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	11
Gambar 5 Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	53
Gambar 6 Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	56
Gambar 7 Tampilan Akun Instagram @imigrasi_palembang .....	63
Gambar 8 Konten Unggahan Akun Instagram @imigrasi_palembang .....	72
Gambar 9 Permenkumham No. 19 Tahun 2018 Tentang ORTA Pasal 18 ....	79
Gambar 10 Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Ditjen Imigrasi .....	82
Gambar 11 Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai TIKIM .....	93
Gambar 12 Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM .....	95
Gambar 13 Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM .....	94
Gambar 14 Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM .....	95
Gambar 15 Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM .....	96
Gambar 16 Logo Akun Terverifikasi @imigrasi_palembang .....	99
Gambar 17 Hasil Pencarian "imigrasi palembang" di Instagram .....	102
Gambar 18 Banner Informasi Media Sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	103
Gambar 19 Baliho Kontak yang dapat dihubungi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	103
Gambar 20 Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	104
Gambar 21 Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .....	104

Gambar 22 Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder 105  
Gambar 23 Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder 105  
Gambar 24 Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder 106  
Gambar 25 Interaksi masyarakat di akun @imigrasi\_palembang ..... 114

**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1 Graifk Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia ..... 7  
Grafik 2 Visualisasi Jejaring Aktor Akun Instagram  
@imigrasi\_palembang.....107  
Grafik 3 Hasil Analisis Data menggunakan NVIVO ..... 148

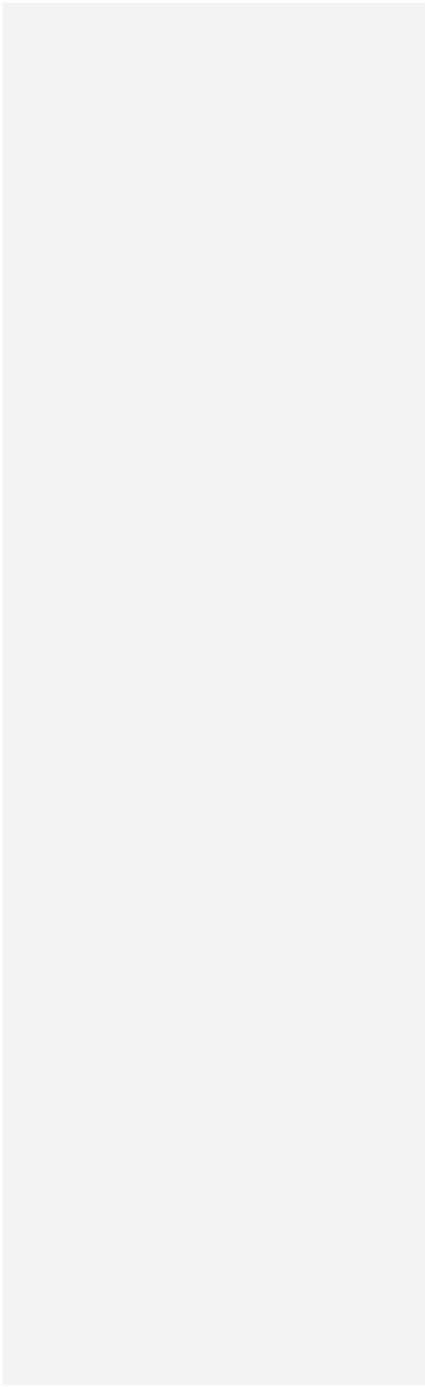
**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1. Tahap 1 : Decentralized, Informal Early Experimentation .....	36
Bagan 2 Tahap 2 : Order From Chaos.....	37
Bagan 3. Tahap 3 : Instiutalization and Consolidation .....	38
Bagan 4. Kerangka Pemikiran.....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan AS ....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan PA .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan AP .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan NA ...**Error! Bookmark not defined.**



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada tahun 2015, Perserikatan Bangsa-Bangsa sepakat merumuskan 17 tujuan atau target jangka panjang secara global yang dikenal dengan sebutan Sustainable Development Goals (SDG's), yang didalamnya juga memberikan perhatian kepada kemiskinan ekstrim, pelayanan kesehatan yang lebih baik, dan upaya mendorong kesetaraan perempuan. Target kesembilan dari SDG's adalah inovasi, industri dan infrastruktur. Inovasi menjadi sebuah target yang tercantum dalam tujuan ini. Inovasi yang dijalankan oleh organisasi secara global diharapkan dapat menyokong setiap organisasi yang menjadi entitas dalam dunia global mampu berdinamika dan berkembang dengan tetap mempertahankan eksistensinya di dunia modern ini. Inovasi penting dilakukan supaya sebuah organisasi mampu senantiasa relevan dengan lingkungan sekitar yang menjadi input tidak langsung bagi organisasi tersebut mengingat organisasi selalu hidup berdampingan dengan lingkungan. Berdasarkan nilai kesembilan dari SDG's, sudah selayaknya pemerintah sebagai salah satu entiti organisasi global turut menjalankan inovasi tersebut dalam berbagai bidang guna keberlangsungan pelayanan publik yang prima serta sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu bentuk inovasi yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah adopsi media sosial oleh pemerintah dalam upaya menyelenggarakan pelayanan publik yang inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman.

Alfin Toffler, seorang futurolog menyebut zaman ini sebagai zaman informasi. Toffler berpendapat bahwa orang-orang yang menguasai media informasi dan komunikasi massa modern adalah penguasa di abad 20 Masehi (Setiawan, 2017). Dari pemahaman inilah, muncul asumsi bahwa seiring perkembangan zaman, semakin modern, semakin maju peradaban, masyarakat dituntut untuk semakin akrab dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Mau tidak mau, masyarakat dipaksa untuk “melek” dengan yang namanya teknologi khususnya dibidang komunikasi dan informasi. Hal yang paling sederhana yang dapat diamati dari kehidupan sehari-hari adalah bagaimana perkembangan dari telepon seluler. 20 tahun lalu baru ditemukan telepon seluler dengan fitur-fitur yang sangat sederhana, misal dengan layar satu warna, dan hanya bisa digunakan untuk menelepon dan SMS saja. Mari kita lihat perkembangan ponsel hari ini. Hampir semua orang memiliki telepon pintar atau *smartphone*. Telepon seluler hari ini sudah memiliki berbagai fitur yang kompleks untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peran koran, dan media berita lainnya bisa digantikan dengan satu benda saja. Kebutuhan perbankan juga bisa diatasi dengan satu ponsel saja. Dalam 20 tahun saja sudah banyak perubahan yang kita rasakan dalam penggunaan telepon seluler.

Seiring berkembangnya alat komunikasi, dalam hal ini telepon seluler, berkembang pula aplikasi serta fitur yang ada didalamnya. Fitur-fitur ini termasuk dalam perangkat lunak yang mendukung penggunaan ponsel tersebut. Ditambah dengan perkembangan internet, maka pada hari ini semua orang dapat merasakan bagaimana “dunia” dapat digenggam. Kehadiran internet menjadi salah satu latar belakang perubahan teknologi komunikasi yang awalnya sangat konvensional menjadi lebih modern dan serba digital. Kehadiran internet juga melatarbelakangi lahirnya

sosial media sebagai sarana atau jembatan bagi masyarakat untuk menggapai segala informasi yang diperlukan. Sosial media merupakan wadah yang menyediakan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal penyediaan informasi, di zaman yang serba digital ini, sosial media menjadi sarana yang cukup diminati masyarakat. Karena pada faktanya, hampir seluruh orang memiliki akun sosial media, entah digunakan hanya untuk sekedar hiburan ataupun untuk pemenuhan kebutuhan akan sebuah informasi tertentu. Perkembangan sosial media yang pesat ini tidak hanya terjadi pada negara negara maju saja, di negara berkembang seperti Indonesia, banyak *user* atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi.

Pada tahun 1920-an, menurut *the Oxford English Dictionary* orang mulai berbicara tentang media masa dan satu generasi. Lalu berkembang lagi pada tahun 1950-an, mulai bicara tentang revolusi komunikasi, akan tetapi perhatian terhadap sarana-sarana komunikasi jauh lebih tua daripada itu. Retorika, yaitu studi tentang seni berkomunikasi secara lisan dan tulisan, sudah mendapat tempat yang sangat terhormat di masa Yunani dan Romawi kuno. Retorika juga dipelajari di abad pertengahan, dan dengan semangat yang lebih besar lagi di zaman *Renaissanc*. (Oxford English Dictionary dalam Zainudin, 2006)

Media Sosial pertama kali terbentuk pada tahun 1978 dengan penemuan sistem papan buletin, dimana sistem tersebut memungkinkan seseorang mengunggah, mengunduh informasi serta dapat berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik dengan koneksi internet yang disambungkan dengan koneksi internet yang disambungkan dengan telepon modern menggunakan modem. Dua orang penemu

sistem papan buletin adalah Ward Christensen dan Randy Suess dengan latarbelakang seorang yang memiliki minat di bidang komputer pada waktu itu. Perkembangan sosial media pertama kali terjadi pada saat pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (*Advanced Research Project Agency*) pada tahun 1971. Lalu di tahun 1995 lahirlah situs *GeoCities*, yaitu sebuah *website* yang menyediakan layanan penyewaan penyimpanan data *website* agar halaman *website* tersebut dapat diakses dari mana saja. Kemunculan *Geocities* inilah yang memprakarsai munculnya *website-website* lainnya. (Neti, 2011)

Berikutnya di tahun 1997 muncul *website Sixdegrees.com*. *Sixdegrees.com* memungkinkan penggunanya untuk mengatur halaman profil, membuat daftar koneksi serta mengirim pesan dalam jaringan. *Platform* ini memberikan layanan mengirim pesan dan memposting item papan buletin kepada orang lain dalam koneksi tingkat pertama, kedua dan ketiga. Pada tahun 1999, muncul situs yang memungkinkan seseorang untuk membuat halaman situsnya sendiri. Situs ini dinamai *Blogger*. Pengguna situs ini dapat mengunggah apapun, tulisan berisi kehidupan pribadi hingga kritikan terhadap pemerintah dapat dibagikan di situs *Blogger* ini.

Perkembangan media sosial di Indonesia dimulai sejak tahun 1990 seiring dengan masuknya internet ke Indonesia. Sebelum tahun 1980, ada pengguna di Indonesia yang memanfaatkan CIX (Inggris) dan Compuserve (AS) untuk mengakses internet. Berdasarkan sumber yang diperoleh dari catatan whois ARIN dan APNIC, protokol internet (IP) pertama dari Indonesia, UI-NETLAB (192.41.206/24) didaftarkan oleh Universitas Indonesia pada tanggal 24 Juni 1988.

Ron Jones berpendapat bahwa sosial media adalah sebuah media *online* dimana orang-orang boleh berbicara, berpartisipasi, berjejaring, dan ditandai dengan aktivitas *online*. (Jones, 2019 dalam Kurniasih, 2013) Dengan pendapat semacam ini, Ron Jones menekankan bahwa sosial media adalah sebuah wadah bagi orang-orang untuk berinteraksi secara daring. Kehadiran sosial media mendorong orang-orang untuk saling berdiskusi, memberi tanggapan satu dengan yang lainnya, berkomentar dan membagikan informasi sesuai dengan minat pribadi yang dimilikinya. Jones berpendapat bahwa sosial menekankan pada komunikasi yang bersifat dua arah, lebih dari media tradisional yang hanya mengakomodasi komunikasi satu arah, sosial media memungkinkan orang-orang terhubung dengan *site* serta sumber-sumber lainnya. Sosial media memiliki tendensi untuk mengajak siapa saja yang hendak berpartisipasi menyebarkan maupun menerima sebuah atau banyak informasi dalam jangka waktu yang singkat.

Sebagai sarana penyebar informasi, sosial media menyediakan berbagai macam layanan untuk mengakomodir setiap tuntutan ataupun kebutuhan masyarakat salah satunya dengan menghadirkan berbagai macam aplikasi berdasarkan tiap-tiap kebutuhannya. Twitter, Instagram, Facebook, dan sebagainya merupakan beberapa bentuk konkrit dari sosial media itu sendiri. Twitter memberikan wadah bagi masyarakat untuk menerima dan membagikan cuitan cuitan terkait apapun yang menarik bagi mereka. Facebook menyediakan layanan berbagi foto atau video serta tulisan-tulisan yang memungkinkan orang-orang saling melihat unggahan satu sama lain sebagai teman daring, ditambah lagi fitur chatting yang memungkinkan orang-orang berinteraksi dengan cara bertukar pesan secara pribadi antar satu sama lain. Instagram memberikan layanan berbagi momen dalam bentuk foto dan video yang

dapat dibagikan kepada khalayak. Melihat karakteristik aplikasi Instagram ini, rasanya cukup efektif menjadi salah satu media penybearan informasi yang modern dan kekinian. Mengingat fiturnya yang mengedepankan unggahan foto dan video saja. Artinya instagram lebih menonjolkan kemampuan berbagi secara visual daripada tulisan-tulisan seperti yang ditawarkan oleh Twitter dan Facebook.

*Instagram* adalah salah satu *platform* media sosial yang digemari banyak orang akhir-akhir ini. *Instagram* menyediakan layanan *photo-sharing* serta layanan jejaring sosial daring yang memungkinkan pengguna aplikasi ini untuk mengunggah gambar, menerapkan filter digital dan berbagi hasilnya melalui *platform* media sosial yang lain seperti *Facebook* dan *Twitter*. *Instagram* dimiliki oleh sebuah perusahaan bernama *America Meta Platfrom* *Instagram* pertama kali ditemukan oleh Kevin Syntrom pada tahun 2009, seorang mahasiswa lulusan *Stanford University*, yang bekerja di *Nextstop*, sebuah perusahaan *travel recommendations startup*. *Instagram* pertama kali diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan hanya tersedia untuk IOS.

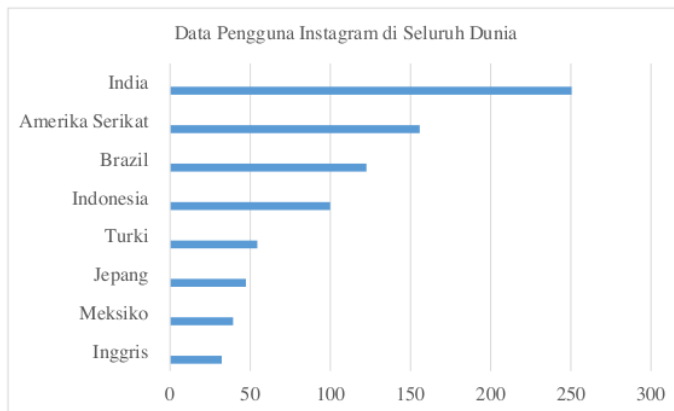
*Instagram* pada awalnya hanya mengizinkan konten dibagikan hanya dalam aspek rasio persegi 1:1 640 pixel dengan tujuan menyesuaikan ukura *iphone* pada saat itu. Pada tahun 2015, fitur ini dikembangkan kembali dengan meningkatkan resolusi unggahan menjadi 1080 pixel, dengan ditambahkan pula fitur pesan pribadi, atau sering disebut dengan fitur *chatting*, fitur *stories* yang memungkinkan penggunaannya berbagi unggahan dalam waktu 24 jam. Hingga saat ini *Instagram* berkembang menjadi salah satu *platform* media sosial yang diminati banyak pengguna, karena fitur-fiturnya yang semakin memudahkan penggunaannya untuk berintraksi dengan orang, kapanpun, dimanapun dengan fitur panggilan suara dan panggilan video. Dengan perkembangan yang terjadi mulai dari *Instagram* diluncurkan sebagai salah satu



platform media sosial, Instagram dinilai sebagai salah satu *platform* yang mampu mempertahankan eksistensinya dalam berbagai tantangan yang ditawarkan di dunia modern masa kini.

Berdasarkan data yang dikemukakan oleh *WeAreSocial*, sebuah badan riset media sosial, Instagram telah menjadi salah satu media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data yang dikemukakan oleh *We Are Social*, Pengguna aktif bulanan (*Monthly Active User/ MAU*), tercatat hingga bulan April 2022 mencapai angka 1,45 miliar pengguna di seluruh dunia. Berikut adalah grafik jumlah pengguna Instagram di dunia per April 2022.

Grafik 1 Graifk Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia



Sumber : Disadur dari *We Are Social*

Dari Grafik 1, dapat dilihat bahwa pengguna Instagram di Indonesia menempati urutan ke 4 terbanyak di seluruh dunia. Hal ini dapat diartikan bahwa peminat Instagram di Indonesia cukup banyak, apabila dibandingkan dengan negara-negara lain di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan *Napoleon Cat*, pengguna Instagram di Indonesia rata-rata tergolong dalam kelompok usia 18-24 tahun, dengan jumlah pengguna dalam kelompok usia tersebut sebanyak 33,90 juta. Kelompok usia 25-34 tahun tergolong sebagai kelompok usia kedua terbanyak dalam hal penggunaan Instagram. Dan sisanya, terdiri dari kelompok usia 13-17 tahun, 45-54 tahun, dan 65 tahun keatas. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah Gen Z. Gen Z dikenal dengan generasi yang akrab dengan teknologi atau sering dikenal dengan istilah *Digital-Native*, sehingga wajar apabila pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh Gen-Z. (Rizaty., 2022)

Pada tahun 2021, 76% masyarakat di Indonesia memperoleh informasi melalui media sosial (Vania, 2020). Dari data tersebut, dapat diasumsikan bahwa adopsi media sosial oleh pemerintah merupakan hal yang cukup penting dilakukan pada masa sekarang, mengingat menjamurnya penggunaan media sosial di era perkembangan teknologi 4.0 yang tersebar secara global. Semua hal yang dihadapi di kehidupan sehari-hari semuanya sudah serba digital. Inilah kenyataan lingkungan yang juga harus dihadapi oleh pemerintah. Pemerintah sebagai lembaga utama pelayan masyarakat, harus betul-betul jeli memperhatikan apa yang menjadi tren dalam masyarakat, apabila ingin menjadi sebuah lembaga yang relevan dan tidak tergilas oleh arus perkembangan jaman. Seperti halnya dunia secara global, masyarakat juga sebuah entiti yang dinamis, bergerak mengikuti zaman. Maka sebagai pelayan masyarakat, pemerintah pun harus bergerak seiring perkembangan kebutuhan masyarakat. Apabila pemerintah

mempertahankan cara lama untuk mengatasi setiap tantangan yang terjadi saat ini, besar kemungkinan sulit mencapai layanan yang prima bagi masyarakat. Karena sebagai pelayan, tentu pemerintah harus memposisikan diri untuk menyesuaikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Media sosial dapat menjadi alternatif bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat. Dari sudut pandang yang lain, penggunaan media sosial oleh pemerintah membuka peluang bagi pemerintah untuk membangun sistem pemerintahan yang terbuka serta transparan dengan memberikan masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya dalam kemasan yang lebih modern. Sejak dikelurkannya <sup>3</sup> Undang-undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), yang diterangkan bahwa informasi adalah sebuah aset publik yang perlu dibagi dengan warga negara. Dengan adanya undang-undang ini memicu kementerian atau lembaga serta berbagai instansi pemerintah berinisiatif menyediakan koneksi bagi masyarakat ke media sosial resmi milik instansi atau lembaga. Di Indonesia, adopsi media sosial sudah mulai dilakukan mulai dari tingkat terendah maupun tingkat pusat. Hal ini dilakukan dengan upaya membangun komunikasi publik yang ditunjukkan dengan pembuatan akun media sosial pada situs web resmi milik pemerintah. Upaya tersebut didukung oleh pemerintah pusat dengan mengeluarkan pedoman resmi pemanfaatan media sosial bagi pemerintah oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (KemenPan-RB). Hal ini mengindikasikan bahwa upaya adopsi media sosial oleh pemerintah memang sudah harusnya berjalan sebagai upaya memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

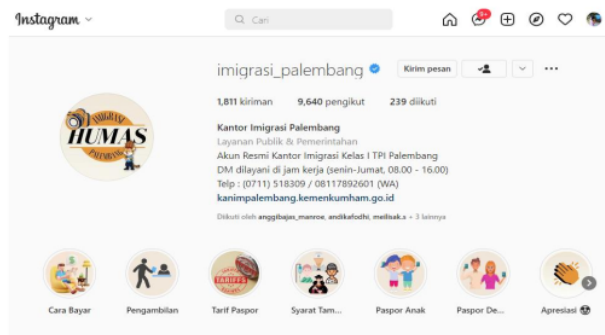
Sebagai salah satu lembaga pemerintah yang memiliki tugas melayani masyarakat, Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berupaya menghadirkan diri dalam pelayanan modern yang ditunjukkan dengan pembuatan akun media sosial resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Ada beberapa akun sosial media yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang diantaranya situs web <https://kanimpalembang.kemendikhum.go.id/>, akun Twitter @imigrasiPLG dan serta akun Instagram @imigrasi\_palembang. Berikut adalah beberapa tampilan akun resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Gambar 1 Tampilan Laman Web Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari <https://kanimpalembang.kemendikhum.go.id/>

Gambar 2 Tampilan Akun Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari [https://www.instagram.com/imigrasi\\_palembang/](https://www.instagram.com/imigrasi_palembang/)

Gambar 3 Tampilan Akun Twitter Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari <https://twitter.com/imigrasiplg>

Dari 3 akun media sosial resmi yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, penulis membatasi fokus penelitian hanya kepada satu akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dengan menggunakan pendekatan studi kasus sehingga memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam. Untuk itu, penelitian ini mengarahkan fokus analisis dengan tujuan mengidentifikasi bagaimana adopsi media sosial oleh pemerintah di terapkan pada akun Instagram resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dari sudut pandang teori 3 Tahap Proses Adopsi Media Sosial Oleh Pemerintah.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang serupa dan dijadikan referensi dalam melakukan penelitian adopsi media sosial Instagram oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Setyorini dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan akun Tik Tok di kementerian Keuangan memasuki tahap 2 yaitu "*Order of Chaos*" berdasarkan Teori 3 Tahap Adopsi Media Sosial oleh Mergel (Setyorini, 2022). Mergel menyatakan dalam penelitiannya bahwa adopsi sosial media di pemerintah dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu jaringan perhatian pasif di antara praktisi media sosial serta panduan formal dari manajemen puncak (Mergel & Bretschneider, 2013). Santoso kawan-kawan menemukan dalam penelitiannya yang berjudul *Social Media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement*, menyatakan bahwa walaupun pemerintah sudah mengunggah konten yang berisi informasi, tingkat keterlibatan masyarakat masih rendah. (Santoso et al., 2020)

Purworini menyatakan humas Pemda Sukoharjo menganut model komunikasi satu arah, dimana model ini terbentuk karena pengaruh SDM serta peraturan yang berlaku dalam instansi tersebut (Purworini, 2014). Pangestu memperoleh temuan

<sup>3</sup> bahwa media sosial dinilai efektif dalam mempublikasikan informasi, memiliki jangkauan yang luas dan biaya operasional lebih efisien dan relatif mudah dalam pengoperasiannya (Pangestu, 2020). Reddick dan Norris menemukan bahwa pemerintah daerah di Amerika, pada tahun 2011 sudah menggunakan paling tidak satu jenis media sosial dalam upaya pemberian informasi kepada masyarakat. (Reddick & Norris, 2013). Bathia dan Mabbilard menemukan bahwa Kota Swiss dan Austria adalah dua kota yang masih intens menggunakan saluran komunikasi tradisional dan lokal seperti buletin dan jurnal kota, walaupun seiring munculnya Facebook, facebook mulai digunakan tapi tetap menjadi pilihan kedua setelah saluran komunikasi lokal. (Batthia dan Mabbilard, 2022). Dekker,dkk meneliti tentang <sup>6</sup> *Social media adoption in the police : Barriers and Strategies* dan menemukan bahwa Polisi berurusan dengan berbagai hambatan untuk adopsi media sosial yang menjelaskan praktik yang berbeda (Dekker, 2020). Sharif menemukan bahwa faktor adopsi media sosial dapat bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan, termasuk pengambil keputusan adopsi sektor publik, media sosial, dan petugas komunikasi (Sharif, et.al 2015). Kosasi temuan bahwa adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi kecil dan menengah. (Kosasi, 2017). Berbagai penelitian terdahulu menyatakan satu hal yang sama dan selaras yaitu penggunaan media sosial dalam praktik pemerintahan memberikan dampak yang positif dalam berbagai sisi.

Dari berbagai penelitian terdahulu yang mengangkat tema adopsi sosial media pemerintah, peneliti mengambil judul <sup>6</sup> *Adopsi Media Sosial Oleh Pemerintah : Studi Kasus akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang*. Meskipun tampak serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Setyorini karena

sama-sama menggunakan teori 3 Tahapan Proses Adopsi Media Sosial oleh Mergel, ada hal baru yang berusaha diungkap oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu adopsi media sosial terkhusus akun Instagram milik Kantor Imigrasi TPI I Palembang. Penelitian terdahulu lebih menyoroti akun *Tiktok* yang lebih menonjolkan penyebaran informasi dalam bentuk video, sedangkan dari sudut pandang peneliti Instagram lebih dapat secara luas diteliti karena menyediakan fitur foto, video dan tulisan yang dipadukan menjadi satu sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu peneliti juga berusaha mengungkap apa yang menjadi latar belakang <sup>1</sup> kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana pelayanan penyebaran informasi. Hal tersebut yang membuat penelitian ini tetap layak dilakukan.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang sudah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Bagaimana proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi proses adopsi <sup>3</sup> Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah masuk kedalam tahap ke berapa menurut teori yang digunakan.



## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis bagi pembaca yang memiliki kaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan memperluas khazanah bidang ilmu Administrasi Publik serta dapat digunakan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan adopsi media sosial bagi pemerintah. Berikut beberapa manfaat teoritis secara garis besar :

- a) Sebagai bahan evaluasi bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bagi pengembangan media sosial dalam instansi
- b) Sebagai bahan koreksi <sup>3</sup> bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang untuk hal-hal yang memungkinkan untuk diperbaiki dikemudian hari
- c) <sup>3</sup> Sebagai acuan bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang agar dapat memberikan data untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku kuliah dalam kehidupan yang sesungguhnya, serta sebagai salah satu syarat untuk lulus di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
- b) Bagi lembaga, hasil penelitian ini akan menambah kepustakaan dan wawasan pada studi tentang adopsi sosial media di pemerintah.

c) Bagi pihak lain , hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan mengenai adopsi sosial media di pemerintah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Landasan teori adalah sebuah sub bab yang menggambarkan teori-teori yang relevan, dan memungkinkan digunakan sebagai dasar penelitian terhadap topik yang diteliti. Landasan teori menjadi penting digunakan karena sebuah penelitian yang ideal perlu memiliki landasan yang kuat. Landasan teori yang kuat dan jelas akan membantu mempertajam analisis sebuah variabel sehingga penelitian yang dihasilkan dapat dikatakan valid dan realistis. Landasan teori berperan sebagai kacamata penulis untuk mengidentifikasi serta menganalisis apa yang menjadi topik dalam penelitian serta membantu penulis mengumpulkan hal-hal yang mungkin mampu dikembangkan atau dikoreksi di kemudian hari bagi topik yang sedang diteliti.

##### **2.1.1 Administrasi Publik di Era Revolusi 5.0**

9  
Administrasi ialah suatu fenomena sosial, dan hidup subur di dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Di dalam tingkat kehidupan demikian individu mempunyai peranan penting karena sebenarnya publik ialah bentuk kehidupan antar individu dalam suatu sistem, untuk mencapai tujuan (Pasolong, 2014). Menurut Pasolong (2014), administrasi digambarkan sebagai sebuah fenomena sosial yang sudah pasti tentu ada didalam kehidupan sosial masyarakat, mengingat publik sendiri adalah kumpulan dari beberapa individu yang hidup dalam sebuah sistem yang bekerjasama untuk mencapai sebuah tujuan. Maka, publik apabila ingin mencapai apapun yang menjadi tujuannya, perlu menghadirkan administrasi sebagai salah satu jalan keluar bagi pencapaian tujuan tersebut.

Administrasi juga dapat diartikan secara sempit dan luas. Administrasi secara sempit dapat diartikan sebagai proses penyusunan dan pencatatan informasi secara sistematis yang dimaksudkan untuk menyediakan keterangan dan memudahkan untuk memperolehnya kembali secara keseluruhan dan dalam hubungan antara satu sama lain. Data dan informasi yang dimaksudkan terkait dengan aktivitas dalam organisasi untuk kepentingan internal maupun eksternal. Sedangkan dalam arti luas, administrasi dapat dimengerti sebagai kegiatan kerja sama yang dilakukan oleh sekelompok orang berdasarkan pada pembagian kerja yang sudah ditentukan dalam struktur dengan mendayagunakan sumber-sumber secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

Jadi, secara garis besar administrasi dapat dimaknai sebagai sebuah upaya dalam bentuk kerjasama, dimana didalamnya terdapat dua orang atau lebih yang memiliki sebuah tujuan yang sama yang hendak dicapai melalui kerjasama tersebut.

Menurut H. George Frederickson dalam (Pasolong, 2014), ada 5 perspektif dari konsep publik, yaitu:

- a) Publik sebagai kelompok kepentingan, yaitu publik dilihat sebagai manifestasi dari interaksi kelompok yang melahirkan kepentingan masyarakat.
- b) Publik sebagai pemilih yang rasional, yaitu masyarakat terdiri atas individu-individu yang berusaha memenuhi kebutuhan dan kepentingan sendiri
- c) Publik sebagai perwakilan kepentingan masyarakat, yaitu kepentingan publik diwakili melalui "suara"
- d) Publik sebagai konsumen, yaitu konsumen sebenarnya tidak terdiri dari individu-individu yang tidak berhubungan satu sama lain, namun dalam jumlah

yang cukup besar mereka menimbulkan tuntutan pelayanan birokrasi. Karena itu posisinya juga dianggap sebagai publik

- e) Publik sebagai warga negara, yaitu warga negara dianggap sebagai publik karena partisipasi masyarakat sebagai keikutsertaan warga negara dalam seluruh proses penyelenggaraan pemerintahan dipandang sebagai sesuatu yang paling penting.

**Administrasi Publik** (Inggris: *Public Administration*) atau Administrasi Negara adalah suatu bahasan ilmu sosial yang mempelajari tiga elemen penting kehidupan bernegara yang meliputi lembaga legislatif, yudikatif, dan eksekutif serta hal-hal yang berkaitan dengan publik yang meliputi kebijakan publik, manajemen publik, administrasi pembangunan, tujuan negara, dan etika yang mengatur penyelenggara negara. (Panjaitan & Pardede, 2019). Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa administrasi publik adalah salah satu bahasan ilmu sosial dimana didalamnya kita diajak untuk mempelajari kehidupan bernegara yang terdiri dari 3 komponen penting yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif, serta segala sesuatu yang berkaitan dengan publik seperti misalnya kebijakan publik, manajemen publik, administrasi pembangunan, segala sesuatu yang menjadi tujuan negara, serta berbagai macam aturan dan etika yang mengatur penyelenggaraan negara. Secara garis besar, dapat dipahami bahwa administrasi publik adalah bahasan sosial yang berusaha memahami tentang segala sesuatu terkait jalannya kehidupan bernegara. **Administrasi publik berusaha melembagakan praktik-praktik manajemen agar sesuai dengan nilai efektivitas, efisiensi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara lebih baik.** Dalam pengertian semacam ini, administrasi publik dapat dipahami sebagai penggabungan antara teori dan praktik dengan tujuan mengedukasi masyarakat mengenai hubungan

pemerintah dengan masyarakat serta mengupayakan kebijakan publik untuk terus berkembang agar menjadi lebih responsif dan relevan terhadap apa yang menjadi kebutuhan sosial masyarakat. Administrasi publik hadir sebagai upaya untuk mengoordinasikan bebrbagai praktik manajemen untuk mencapai pelayanan yang efektif dan efisien serta mencapai tujuan utama dari pelayanan yaitu terpenuhinya keutuhan masyarakat dengan baik.

Jadi, secara garis besar administrasi dapat dimaknai sebagai ilmu yang mempelajari tentang relasi antara penyelenggara pemerintahan dengan rakyat serta segala sesuatu yang terjadi didalam relasi tersebut guna mencapai tujuan serta cita-cita dari negara yang bersangkutan.

Sejak kemunculan pandemi Covid-19 semua bidang kehidupan manusia seakan-akan dipaksa untuk beradaptasi dengan keterbatasan pertemuan fisik antar manusia, yang sungguh tidak memungkinkan terjadinya interaksi fisik terjadi antara satu orang dengan yang lainnya. Tentu, keterbatasan ini mau tidak mau harus diatasi guna menjaga stabilitas jalannya setiap sektor di kehidupan. Teknologi hadir sebagai sebuah solusi bagi permasalahan ini. Manusia tidak lagi harus bertemu untuk mengerjakan segala sesuatu. Cukup dilakukan secara daring saja, dengan waktu dan tempat yang lebih efeisien segala sesuatunya dapat berjalan sama bahkan lebih efektif daripada tetap menggunakan metode konvensional. Pemerintah sebagai pengambil keputusan utama dalam jalannya kehidupan bernegara, mengambil langkah dengan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengurangi pertemuan fisik antar manusia. Sebagai konsekuensinya, pemerintah pun harus hadir menggunakan dan menginternalisasi teknologi kedalam setiap bidang kehidupan. Berbagai turunan inovasi dalam teknologi komunikasi dan informasi diterapkan pemerintah dalam

memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Adanya pandemi Covid-19 membuat pemerintah dihadapkan kepada perubahan birokrasi. Perubahan organisasi (birokrasi) merupakan proses di mana organisasi berpindah dari keadaan sekarang ke keadaan masa depan yang dipengaruhi oleh perubahan lingkungan organisasi dan kondisi yang *unpredictable* (Taufik, 2020). Secara global, muncul era transformasi digital 5.0 sebagai salah satu upaya untuk tetap dinamis menghadapi tantangan dalam berbagai bidang yang terjadi sebagai imbas dari munculnya pandemi Covid-19. Indonesia pun menyadari bahwa transformasi digitalisasi dalam rangkaian administrasi publik diperlukan, mengingat tuntutan publik akan mengikuti tantangan yang disediakan oleh situasi pandemi Covid-19. Tuntutan publik terkait dengan percepatan perbaikan serta perubahan dalam publik harus segera direalisasikan.

Era *Society 5.0* mengubah cara pandang manusia lengkap dengan cara dan pola hidup terutama tentang bagaimana pola interaksi antar satu manusia dengan manusia lainnya. Pada era ini, dunia secara global dihadapkan pada situasi dan kondisi yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Awal kemunculan *Society 5.0* berasal dari negara Jepang, dimana dengan konsep ini memungkinkan manusia untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang berbasis modern seperti misalnya pemanfaatan AI, robot, IoT dan lain sebagainya. Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe menjelaskan visi baru Jepang, "*Society 5.0*", dalam Pertemuan Tahunan Forum Ekonomi Dunia 2019 di Davos, Swiss. *Society 5.0* didefinisikan sebagai sebuah masyarakat yang berpusat pada manusia dengan menyeimbangkan antara perkembangan ekonomi dan penyelesaian tantangan sosial dengan sebuah sistem yang mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik (Hary, 2022).

Konsep masyarakat 5.0 merupakan kelanjutan dari tahapan perkembangan manusia mulai dari berburu meramu, masyarakat agrikultur, masyarakat industrialisasi dan masyarakat informasi. Tujuan akhir dari konsep ini adalah menciptakan Masyarakat Super Cerdas (MSC) dengan menginteralisasi penerapan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan pembangunan masyarakat serta membentuk nilai-nilai yang baru. Karakteristik yang menjadi penanda dalam konsep masyarakat 5.0 ini adalah realisasi dari perpaduan sistem *cyberspace* dan *physical space* untuk menghasilkan data yang berkualitas yang disimpan dalam perangkat penyimpanan informasi. *Cyberspace* merujuk pada ruang digital dimana data yang diperoleh dari dunia nyata dikumpulkan dan dianalisis untuk dijadikan bahan penyelesaian masalah di ruang fisik. (Pramesti, 2021).

Masyarakat pada era *Society 5.0* dicirikan dengan pola masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis pada teknologi. Pada era ini masyarakat diharapkan mampu menyelesaikan berbagai tantangan serta berbagai permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0 untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Dengan adanya *Society 5.0* memungkinkan manusia untuk dapat saling terhubung dengan cepat dan murah. Ditambah dengan kehadiran media sosial, pola pikir masyarakat pada era ini sungguh dipengaruhi oleh teknologi digital. Masyarakat diajarkan untuk mengintegrasikan dunia maya dan dunia nyata dengan baik sehingga nantinya dapat menciptakan keselarasan yang berdampak bagi kesejahteraan hidup manusia.

Perkembangan teknologi yang terjadi pada hari ini, mau tidak mau mendorong adanya keterbukaan dalam demokrasi, format baru dalam kebijakan publik, serta tata kelola pemerintahan yang sesuai dengan perkembangan teknologi



komunikasi dan informasi. Dengan keadaan yang demikian, pemerintah harus senantiasa beradaptasi dan bergerak dinamis untuk menggapai tujuan utama yaitu mensejahterakan masyarakat. Pemerintah beserta dengan *stakeholder* administrasi publik harus mampu melakukan adopsi, inovasi dan antisipasi khususnya dalam bidang teknologi sehingga tidak kalah saing dengan sektor swasta.

Dalam era *Society 5.0*, pemerintah sudah dituntut untuk memanfaatkan big data dan AI untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menyediakan layanan publik yang inovatif. Agar mampu mempertahankan eksistensinya serta bersaing dengan sektor swasta, pemerintah sudah harus melakukan perubahan, tidak hanya berhenti pada pemanfaatan berbagai platform digital dalam upaya memberikan pelayanan publik.

### **2.1.2 Konsep Inovasi**

Inovasi adalah segala sesuatu mengenai ide, cara-cara baru, ataupun obyek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru (Nasution, 2004). Pengertian Inovasi yang dikemukakan oleh Naustion menggambarkan bahwa inovasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan hal baru, dalam bentuk ide, metode ataupun sebuah objek. Pengertian ini menekankan mengenai inovasi sebagai sebuah hal yang belum pernah ada didalam sebuah organisasi. Inovasi menurut Rogers (2019) merupakan suatu ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengadopsi. Suatu ide dilihat secara objektif sebagai sesuatu yang baru diukur dengan waktu ide itu digunakan atau ditemukan. Sesuatu ide dianggap baru ditentukan oleh reaksi seseorang, jika suatu dilihat sebagai sesuatu yang baru oleh seseorang maka disebut inovasi. Menurut Soekartawi (2005), adopsi inovasi

merupakan sebuah proses perubahan sosial dengan adanya penemuan baru yang dikomunikasikan kepada pihak lain, kemudian diadopsi oleh masyarakat atau sistem sosial. Inovasi adalah suatu ide yang dianggap baru oleh seseorang, dapat berupa teknologi baru, serta cara organisasi baru.

Terdapat lima tahap proses keputusan adopsi inovasi, yaitu *knowledge* (pengetahuan), *persuasion* (kepercayaan), *decision* (keputusan), *implementation* (penerapan) dan *confirmation* (penegasan/pengesahan) (Rogers, 1983). Terdapat 3 jenis pengetahuan pada proses keputusan adopsi inovasi, yaitu pengetahuan akan keberadaan inovasi (*Awareness-knowledge*), pengetahuan tentang cara menggunakan inovasi (*How-to-knowledge*) dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip mendasari bagaimana dan mengapa suatu inovasi dapat bekerja (*Principles-knowledge*) (Rogers, 2019)

### 2.1.3 Konsep Adopsi

Adopsi teknologi terjadi secara bertahap pengadopsi dapat dibagi dengan kecepatan adopsi mereka dari pengadopsi awal ke pengurang atau dari pengadopsi yang bergerak dari penerimaan teknologi sederhana ke teknologi kompleks. Namun, aturan dan peraturan yang ada dalam pengaturan birokrasi seperti pemerintah mengurangi penerimaan teknologi baru yang tidak terkendali dan bahkan mungkin menunda adopsi. Ini juga menjelaskan bahwa adopsi teknologi biasanya dilihat sebagai keputusan investasi yang dibuat dari atas ke bawah dan diluncurkan ke seluruh organisasi.

Adopsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adopsi dalam konotasi adopsi inovasi dimana adopsi secara garis besar diartikan sebagai proses

menginternaslisasi, serta memanfaatkan hal yang baru kedalam sebuah sistem guna mencapai kinerja yang lebih baik. Dalam penelitian ini lebih lanjut mengarahkan pengertian adopsi ini kepada proses pemanfaatan sebuah teknologi baru, atau lebih spesifik lagi sebuah media sosial didalam sebuah instansi pemerintah dengan tujuan memberikan pelayanan yang sesuai serta relevan dengan perkembangan zaman.

Adopsi adalah suatu proses dimulai dan dikeluarkannya ide-ide dari seseorang, kemudian disampaikan kepada pihak kedua, sampai ide tersebut diterima oleh pihak kedua (Samsudin, 2019). Dalam pengertian ini adopsi digambarkan sebagai sebuah proses dari dimulainya sebuah ide, diproses lalu disampaikan oleh seseorang, lalu kemudian ide-ide tersebut disampaikan kepada pihak kedua hingga pihak kedua menerima informasi tersebut dan menerapkannya. Singkatnya, adopsi adalah proses dari dikeluarkannya ide sampai dengan ide tersebut dapat diterima oleh pihak yang bersangkutan.

Adopsi adalah keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik (Suprpto dan Fahrianoor, 2004). Dalam pengertian ini menjelaskan bahwa adopsi adalah sebuah keputusan yang diambil untuk menggunakan serta memanfaatkan sepenuhnya sebuah ide baru sebagai sebuah tindakan yang dianggap paling baik. Keputusan tersebut diambil karena ide yang hadir dinilai memungkinkan untuk mencapai tujuan mampu mencapai sesuatu yang baik dan ideal sehingga akhirnya diterapkan dalam sebuah organisasi. Ide baru ini tentunya masih bersifat sangat luas dan belum spesifik menuju sesuatu yang jelas dan konkrit. Bisa jadi ide baru terkait sistem baru, atau struktur baru ataupun teknologi baru yang mungkin mampu melahirkan kondisi yang lebih baik apabila dibandingkan dengan saat ini.

Adopsi yang dalam penelitian ini merujuk kepada adopsi media sosial adalah sebuah proses internasionalisasi sebuah medium yang berbasis internet yang seringkali digunakan atau dimanfaatkan sebagai media interaksi secara daring dalam sebuah organisasi guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan publik. Adopsi media sosial cukup marak terjadi dalam organisasi di berbagai sektor baik organisasi sektor publik maupun organisasi swasta. Adopsi media sosial diindikasikan terjadi karena perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat. Seperti yang seringkali diangkat dalam penelitian ini, bahwa untuk mempertahankan eksistensinya guna menjadi organisasi yang tetap relevan dengan perkembangan zaman, sebuah organisasi harus berani mengadaptasi dan mengadopsi sesuatu yang sedang marak dipergunakan oleh khalayak.

#### **2.1.4 Konsep Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2015). Media sosial merupakan sebuah wadah bagi pengguna internet untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan pengguna lain tanpa adanya batasan waktu dan ruang. Pengguna media sosial menjadi subjek yang mampu membuat relasi tanpa harus melakukan tatap muka secara konvensional, melainkan mampu berinteraksi via daring.

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Cahyono, 2020). Media sosial

memungkinkan orang-orang untuk berpartisipasi, berpendapat serta beropini dalam berbagai *platform* seperti wiki, forum dan berbagai platform lainnya. Dengan adanya media sosial, orang-orang diberikan ruang yang luas untuk menyalurkan pendapatnya, berbagi serta menyebarkan informasi kepada khalayak.

Media sosial merupakan sebuah media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Dengan fungsi utama sebagai alat komunikasi, media sosial juga menjadi penyedia informasi. (Dwiyono, 2018). Dari definisi tersebut paling tidak ada 2 fungsi media sosial yaitu sebagai alat berkomunikasi antara satu individu dengan individu yang lainnya, lalu juga sebagai penyedia informasi yang terkait dengan ketertarikan masing-masing individu yang berstatus sebagai pengguna media sosial.

Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial memberikan banyak sekali manfaat. Berikut adalah beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi (2011) :

a) Personal branding is not only figure, it's for everyone. Berbagai media sosial seperti facebook, twitter, YouTube dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media.

b) Fantastic marketing result through social media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phones. Fenomena dimana cara hidup masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam mereka yang sudah terkenal dengan sebutan "smartphones". Dengan smartphone, kita dapat melihat berbagai informasi.

c) Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih

individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.

d) Media sosial memiliki sifat viral. Viral menurut Puntoadi (2011) berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan cepat karena para penghuni media sosial memiliki karakter berbagi.

### **2.1.5 Karakteristik Media Sosial**

Dalam penggunaannya, sebetulnya media sosial tidak jauh beda dengan media siber, karena media sosial merupakan salah satu *platform* dari media siber. Menurut Nasrullah dalam Setiadi (2016), ada beberapa karakteristik media sosial, yaitu :

#### a) Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah sebuah infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras yang lainnya. Koneksi ini diperlukan karena bentuk komunikasi yang terjadi didalam media sosial merupakan komunikasi dalam jaringan yang butuh koneksi antara perangkat keras yang satu dengan perangkat keras yang lainnya sebagai salah satu cara berbagi serta distribusi perpindahan data.

#### b) Informasi (*Informations*)

Informasi merupakan sebuah entitas penting di media sosial karena para pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang tersedia.

c) Arsip (*Archive*)

Ada sebuah pola perilaku yang dapat dilihat dari kebiasaan pengguna media sosial dalam mempublikasikan konten-konten di media sosial. Biasanya mereka mempublikasikan konten yang berisi aktivitas-aktivitas yang dapat menjadi kenangan di kemudian hari di *platform* media sosial, sehingga disuatu hari foto-foto atau video yang sudah dipublikasikan di media sosial dapat mudah diakses kembali.

<sup>7</sup>  
d) Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk sebuah jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata namun membangun interaksi sosial yang lebih dalam walaupun hanya melalu media sosial dalam jaringan (*daring*)

e) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Salah satu karakter dari media sosial adalah simulasi sosial. Media sosial hadir sebagai medium berlangsungnya interaksi masyarakat di dunia virtual. Dalam pola interaksi semacam ini, tentunya membuat <sup>7</sup> media sosial memiliki keunikan tersendiri yang dalam beberapa kasus tidak ditemukan dalam tatanan masyarakat di dunia nyata.

f) Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Dalam penggunaan media sosial, konten adalah sepenuhnya dalam kendali pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasan bagi pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini menunjukkan perbedaan dengan media konvensional atau yang

sering dikenal dengan media lama yang memiliki karakteristik utama komunikasi yang bersifat dua arah, dimana pengguna hanya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

### **2.1.6 Jenis-jenis Media Sosial**

Didalam perkembangannya yang masih berjalan hingga hari ini, terdapat beberapa jenis media sosial, yaitu (Liedfray et al., 2022):

#### **a) Aplikasi Media Sosial berbasis Video**

Jenis aplikasi ini sangat efektif untuk menyebarkan berbagai informasi termasuk pula program pemerintah. Aplikasi ini menekankan estetika visual dalam penyampaian informasinya, sehingga ketika informasi disampaikan dalam bentuk video akan lebih mudah diterima dan diingat, karena berbentuk gambar yang bergerak serta rangkaian animasi, sangat menekankan aspek visual. Ada 3 *platform* media sosial yang berbasis video yaitu, *Youtube*, *Vmeo*, dan *Daily Motion*.

#### **b) Aplikasi Media Sosial Mikroblog**

Aplikasi media sosial mikroblog merupakan salah satu media sosial yang tergolong mudah digunakan diantara berbagai jenis media sosial lainnya. Untuk perangkat keras yang mendukung penggunaan aplikasi ini tidak harus menggunakan telepon pintar (*smartphone*). Aplikasi Mikroblog dapat digunakan hanya dengan menginstal aplikasinya di jejaring internet. Aplikasi ini tergolong cukup tenar setelah aplikasi *Facebook*. Ada dua aplikasi mikroblog yang cukup populer di Indonesia yaitu *Twitter* dan *Tumblr*.



c) Aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial.

Sedikitnya ada 3 aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial yang cukup populer di Indonesia, yaitu *Facebook*, *Google Plus* dan *Path*. Aplikasi media sosial jenis ini merupakan aplikasi media sosial yang memfokuskan diri kepada konten jaringan sosial untuk berbagi aktivitas sehari-hari dalam bentuk tulisan atau yang lebih dikenal sebagai “status” pada sebuah *platform* media sosial.

d) Aplikasi berbagi jaringan profesional

Aplikasi berbagi jaringan profesional biasanya digunakan oleh kalangan akademisi, mahasiswa, para peneliti, pegawai pemerintah serta pengamat. Bentuk konkrit aplikasi berbagi jaringan profesional adalah platform yang menyediakan jurnal-jurnal ilmiah serta materi pendukung pembelajaran yang sudah ditulis dan dipublikasikan seseorang kedalam jejaring internet. Beberapa aplikasi berbagi jaringan profesional yaitu sebagai berikut, *LinkedIn*, *Sribd* dan *Slideshare*.

e) Aplikasi berbagi foto

Aplikasi berbagi foto merupakan salah satu jenis media sosial yang paling populer di Indonesia. Aplikasi berbagi foto memiliki karakter yang lebih santai, tidak terlalu serius dan berat, mengandung unsur-unsur yang eksotik dan lucu. Dengan karakteristik semacam inilah membuat aplikasi ini mampu menyebarkan informasi dengan pendekatan yang lebih tidak kaku dan monoton. Pendekatan yang tidak kaku tentu merupakan nilai plus bagi pemerintah untuk memanfaatkan aplikasi ini sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik, khususnya masyarakat yang aktif dalam penggunaan media sosial.

### **2.1.7 Adopsi Media Sosial oleh Pemerintah**

Tidak dapat disangkal bahwa pada ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang signifikan dalam cara melakukan komunikasi. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi dalam masyarakat, baik dalam bidang politik, maupun dalam berbagai bidang lainnya. (Setiadi, 2016)

Menurut Sandra dalam Setiadi (2016), setiap pengguna media sosial termasuk didalamnya pejabat publik ataupun instansi pemerintah dapat memproduksi pesan dengan lebih terarah karena tersedianya stimulus teknologi yang modern untuk menjalin relasi yang dekat dengan masyarakat. Terbukanya media, didukung dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin maju, serta kemasan isi pesan mempermudah para pelayan publik untuk mendiferensiasikan diri. Fenomena semacam inilah yang dinilai menjadi peluang besar bagi instansi pemerintah untuk hadir lebih dekat dengan masyarakat sehingga dapat betul-betul menerima informasi dan aspirasi yang valid dari masyarakat, yang pada nantinya berpengaruh pada efektivitas pengambilan kebijakan sebagai solusi dan pemecahan masalah serta keluhan yang ada dalam masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial, tentu sedikit banyak akan membantu instansi pemerintah memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, terlebih dalam hal menampung aspirasi masyarakat dan penyampaian informasi kepada masyarakat.

8 Perkembangan media tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang telah melalui berbagai media dan kini hadir ditengah-tengah masyarakat dunia sebagai bentuk dari media baru. Begitupun halnya dalam roda pemerintahan. Banyak instansi pemerintah yang sudah mulai memanfaatkan media baru dalam upaya peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Ada beberapa manfaat penggunaan media sosial menurut (Karman, 2014), yaitu sebagai berikut :

8 a) Ruang untuk Interaktivitas. Internet memfasilitasi publik didalamnya untuk berinteraksi serta menyampaikan pendapatnya tanpa rasa takut, karena publik yang ada didalamnya sulit mengidentifikasi identitasnya

b) Kehadiran komunikasi vertikal dan horizontal Kehadiran komunikasi secara vertikal dan horizontal menghadirkan pola hubungan yang setara. 8 Ketiadaan garis vertikal akan membuat publik dalam internet untuk semakin berani dan bebas mengutarakan pendapatnya.

c) Hilangnya perantara Kurangnya peran jurnalisisme untuk melakukan mediasi pada hubungan antara masyarakat dengan pemerintah

d) Biaya yang murah bagi pengirim dan penerima informasi. Dengan penggunaan media sosial yang merupakan pola interaksi dalam jaringan tentunya akan menghemat banyak biaya serta mempersingkat waktu distribusi informasi.

8 e) Seluruh warga yang tersebar di berbagai tempat dapat langsung mendapatkan beberapa sumber dalam waktu yang bersamaan melalui internet.

f) Kontak secara langsung oleh kedua belah pihak. Internet sebagai saluran baru komunikasi dua arah mampu memperkuat keterhubungan antar masyarakat dengan pemerintah.

<sup>8</sup> g) Hilangnya batasan terhadap kontak. Saat ini, orang-orang dan organisasi dengan sumber daya yang sedikit dan tidak aktif dapat turut berpartisipasi dalam diskusi politik dengan menggunakan teknologi berbasis internet.

<sup>8</sup> h) Memberikan wadah kepada siapa saja untuk menyampaikan pendapat tanpa harus kaya ataupun berkuasa. Selain itu media sosial juga mengurangi ketergantungan masyarakat kepada pengaruh media yang dimonopoli oleh kepentingan penguasa dan pemilik saluran media. Jaringan diantara pengguna teknologi baru tidak dibatasi oleh perbedaan negara. Namun, akses kepada saluran informasi tidak sama, tergantung kepada keahlian yang dimiliki seseorang sehingga jurang sosial yang terjadi semakin lebar.

<sup>2</sup> Bertot et. al dalam Hastrida (2021) berpendapat bahwa media sosial menawarkan kepada pemerintah potensi untuk meningkatkan partisipasi demokrasi dengan mendorong publik untuk memiliki suara dalam pembuatan kebijakan, bekerja dengan publik untuk meningkatkan layanan, mengumpulkan ide dan meningkatkan transparansi. Pemerintah di berbagai tingkatan mencari sarana komunikasi yang lebih baik, lebih transparan, lebih bisa memfasilitasi partisipasi maupun kolaborasi dengan masyarakat dalam berbagai kegiatan pemerintah. <sup>3</sup> Karakteristik media sosial yang bersifat dua arah diharapkan dapat memberikan manfaat dalam komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Sejumlah hal perlu diperhatikan oleh pemerintah dalam adopsi media sosial, yaitu <sup>2</sup> privasi masyarakat, kebenaran konten, kebijakan dan

kerangka kerja tata kelola, integrasi media sosial dengan proses bisnis organisasi dan rencana manajemen resiko.

Menurut Khan (2017), pemerintah sosial yang mengarahkan pelayanannya kepada adopsi media sosial (*Social Media-based Governement*) idealnya mengusung konsep budaya berbagi/ *sharing* (S), transparansi/*transparency* (T), keterbukaan/*Openness* (O), dan kolaborasi/ *Collaboration* (C), yang sering dikenal dengan budaya STOC. Tanpa adanya budaya ini, penggunaan media sosial oleh pemerintah tidak akan memberikan manfaat secara penuh, seperti mempromosikan transparansi, keterbukaan, memerangi korupsi dan memberdayakan masyarakat dalam memberikan pelayanan publik.

Suryadharna & Susanto (2017) menunjukkan ada 5 faktor yang berpengaruh terhadap tindakan masyarakat untuk berpartisipasi dengan akun media sosial milik pemerintah, yaitu kemudahan penggunaan media, kebutuhan informasi, persepsi kegunaan, kepercayaan kepada instansi pemerintah, serta *repost content*. Hal ini seharusnya dapat dikaji lebih mendalam sehingga penggunaan media sosial oleh pemerintah guna melayani masyarakat dapat menjadi efektif dan berdampak masif.

### 2.1.8 A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government

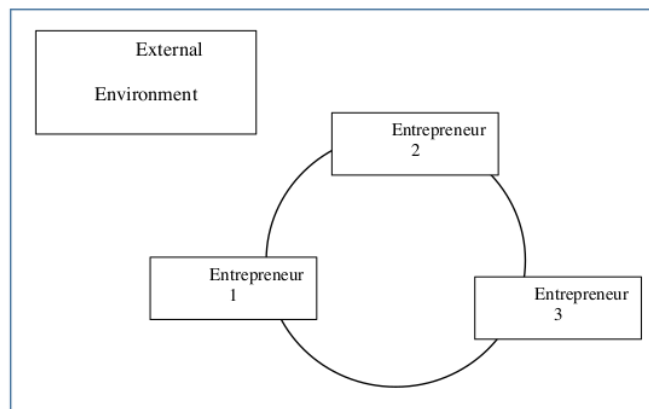
#### (3 Tahap Proses Adopsi Sosial Media oleh Pemerintah)

Menurut (Mergel & Bretschneider, 2013) proses adopsi media sosial pemerintah melewati tahapan-tahapan yang serupa dengan apa yang dilalui oleh semua teknologi informasi dan komunikasi baru ketika diperkenalkan, yaitu tahap eksperimen (*experimentation*), tahap kekacauan terkoordinasi (*coordinated chaos*), dan tahap pelembagaan (*institutionalization*), dengan adanya kemungkinan bahwa beberapa organisasi tidak melalui semua tahapan, atau mungkin melalui tahapan-tahapan tersebut dengan kecepatan yang berbeda.

#### 2 Model Proses Adopsi untuk Media Sosial (Adoption Process for Social Media)

Mergel and Bretschneider (2013) menyarankan tiga tahap proses adopsi untuk penggunaan media sosial di sektor publik, yaitu:

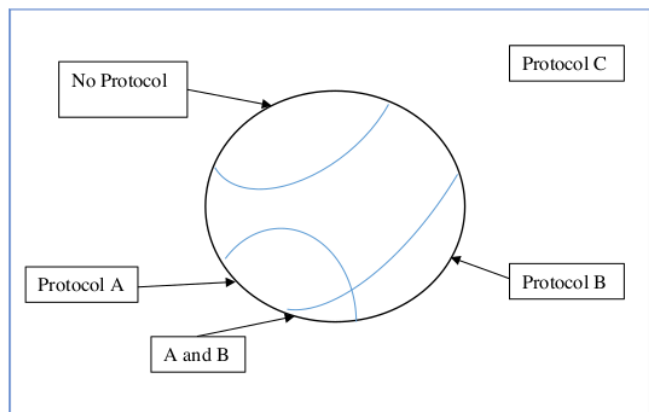
Bagan 1. Tahap 1 : Decentralized, Informal Early Experimentation



Sumber : Mergel & Bretschneider, 2013

2 a) *Tahap Decentralized, Informal Early Experimentation*: sebagian besar penggunaan media sosial di sektor publik merupakan eksperimen bottom-up informal yang dilakukan oleh beberapa orang pegawai yang inovatif demi departemen atau layanan mereka sendiri. Tahap ini memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan khalayak dan bagi pemerintah untuk menyediakan saluran inovatif untuk representasi, penyebaran informasi, dan pendidikan.

Bagan 2 Tahap 2 : Order From Chaos

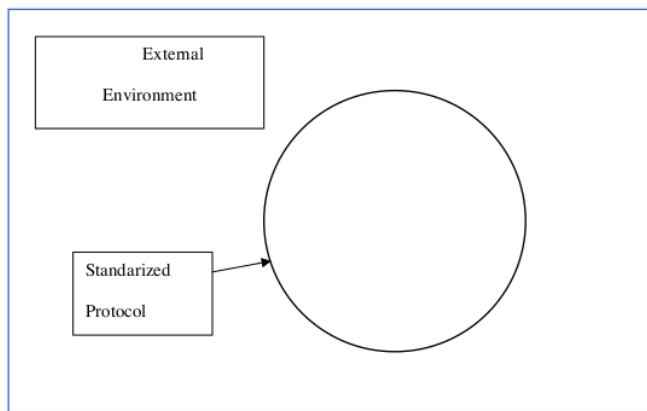


Sumber : Mergel & Bretschneider, 2013

2 b) *Tahap Coordinated Chaos*: eksperimen yang telah dilakukan sebelumnya mengarah pada peningkatan kesadaran akan aktivitas media sosial di seluruh organisasi. Media sosial mulai menggunakan standar untuk menghindari bahaya yang mungkin timbul akibat praktik media sosial di tahap sebelumnya. Tahap ini ditandai oleh standar informal yang muncul sebagai akibat dari konsekuensi yang tidak diinginkan, pegawai mulai menyetujui dan menulis standar informal, menjelaskan *best*

*practice* untuk memberikan pedoman, dan meningkatkan perhatian kepada rekan-rekan mereka di seluruh pemerintahan

Bagan 3. Tahap 3 : Institutionalization and Consolidation



Sumber : Mergel & Bretschneider, 2013

<sup>2</sup>  
c) *Tahap Institutionalization and Consolidation*: mencakup pedoman yang jelas untuk penggunaan media sosial di sektor publik, ditandai dengan publikasi strategi media sosial organisasi secara resmi atau adanya dokumen kebijakan yang dirancang untuk mengarahkan praktik media sosial di organisasi.



## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan penelitian yang dijadikan acuan oleh penulis dalam melakukan penelitian, sebagai upaya untuk memperkaya teori yang digunakan untuk mengkaji fenomena yang dijadikan fokus dalam penelitian yang dilakukan. Dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama. Akan tetapi, penulis mengumpulkan beberapa penelitian dengan topik serta teori yang serupa untuk memperkaya bahan bacaan. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
1.	Setyorini (2022)	Adopsi media sosial oleh pemerintah: studi kasus akun TikTok kementerian keuangan	<i>Jurnal Studi Komunikasi</i> , 6 (1), 253-276, doi : 10.25139/jsk.v6i1.3966	Deskriptif Kualitatif, Studi Kasus	Adopsi TikTok oleh Kemenkeu saat ini dapat dikatakan masih berada dalam tahap kedua, yang disebut sebagai tahap “ <i>Order from Chaos</i> ”
2.	Mergel & Bretschneider (2013)	Social Media Adoption and resulting tactics in the US federal government	Government Information Quarterly, 2013, Vol. 30 (2), Pages 123-130, doi : 10.1016/j.giq.2012.12.004	Deskriptif Kualitatif	Adoption of social media usage in the U.S. federal government is influenced by two main factors: (1) the passive attention network among social

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
3.	(Norris, 2013)	Social Media Adoption at the American Grass Roots : Web 2.0 or 1.5 ?	Government Information Quarterly, 2013, Vol. 30, Issue 4, Hal 498-507 doi:10.1016/j.giq.2013.05.011	Kuantitatif	Rata-rata pemerintah daerah di Amerika sudah mengadopsi media sosial setidaknya satu jenis media sosial dalam layanan publik (pada tahun 2011)

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
4.	Purworini (2014)	Model Informasi Publik di Era Media Sosial : Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo	Jurnal Komuniti, 2014, Vol. 6(1), Hal. 3-15, <a href="https://publikasiilmiah.uins.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/4494/8_Di-an%20Purworini.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://publikasiilmiah.uins.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/4494/8_Di-an%20Purworini.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>	Kualitatif	Humas pemda Sukoharjo menganut model komunikasi satu arah, dimana model ini bertumpu pada diseminasi informasi kepada publik. Ini menjelaskan nilai utama yang melekat dalam komunikasi di humas pemda. Nilai utama termasuk pola komunikasi, tipe

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
5.	Pangestu (2020)	Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka	Annaba : Jurnal Ilmu Jurnalistik, Vol. 3 (3), 2020, doi : 10.15575/ANNABA.V3I3.2270	Deskriptif Kualitatif	informasi dan media yang digunakan. Komunikasi satu arah terbentuk karena pengaruh SDM yang ada dan peraturan yang berlaku di instansi tersebut.  Disparbud Kabupaten Majalengka familial dengan media sosial sehingga proses persuasi inovasi media sosial

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
					<p>kepada jajaran Disparbud relatif cepat. Keputusan adopsi media sosial, diimplementasikan penyebaran konten melalui Media sosial sesuai dengan payung hukum di Kominfo. Dikomfirmasikan, media sosial efektif dalam mempublikasikan informasi, jangkauan luas, biaya operasional</p>

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
6.	Anang Dwi Santoso, Dhia, K. Rinjany (2020)	Social Media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement	Jurnal : Revista Română de Comunicare și Relații Publice , Vol. 22. Issue No. 3 , 2020 <a href="https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=956966">https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=956966</a>	Kuantitatif	lebih murah dan prosesnya lebih mudah. Meskipun konten yang berisi informasi telah diproduksi oleh pemerintah, namun tingkat keterlibatan masyarakat masih rendah.
7.	Iris Bhatia (2022)	How do cities use their communication channels?	<i>Electronic Government</i> , Vol.18, Issue No. 2, 2022, doi :	Kuantitatif	Pemerintah Kota Swiss dan Austria masih lebih intensif menggunakan saluran komunikasi

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
		(A study of social media adoption in two European federal states)	10.1504/EG.2022.12197 0		tradisional dan digital seperti jurnal kota dan buletin dibandingkan dengan media sosial. Meskipun demikian, hasil menunjukkan penggunaan <i>Facebook</i> mulai digemari.
8.	Dekker (2020)	Social media adoption in the police : Barriers and Strategies	Government Information Quarterly, Vol. 37 (2), 2020 , doi : 10.1016/j.giq.2019.1014 41	Kualitatif, Studi Kasus	Polisi berurusan dengan berbagai hambatan untuk adopsi media sosial yang menjelaskan praktik yang berbeda.



No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
9.	Hisham,et al. (2015)	Public Sector Adoption of Social Media	Journal of Computer Information Systems, Vol. 55(4), 2015, doi : 10.1080/08874417.2015.11645787	Deskriptif Kualitatif	Faktor adopsi media sosial dapat bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan, termasuk pengambil keputusan adopsi sektor publik, media sosial, dan petugas komunikasi.
10.	Kosasi (2017)	Inovasi Teknologi Media Sosial : Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi	E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali, Hal 131-136, <a href="http://www.knsi.stikom-bali.ac.id/index.php/e-pro">http://www.knsi.stikom-bali.ac.id/index.php/e-pro</a>	Deskriptif Kualitatif	Adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi

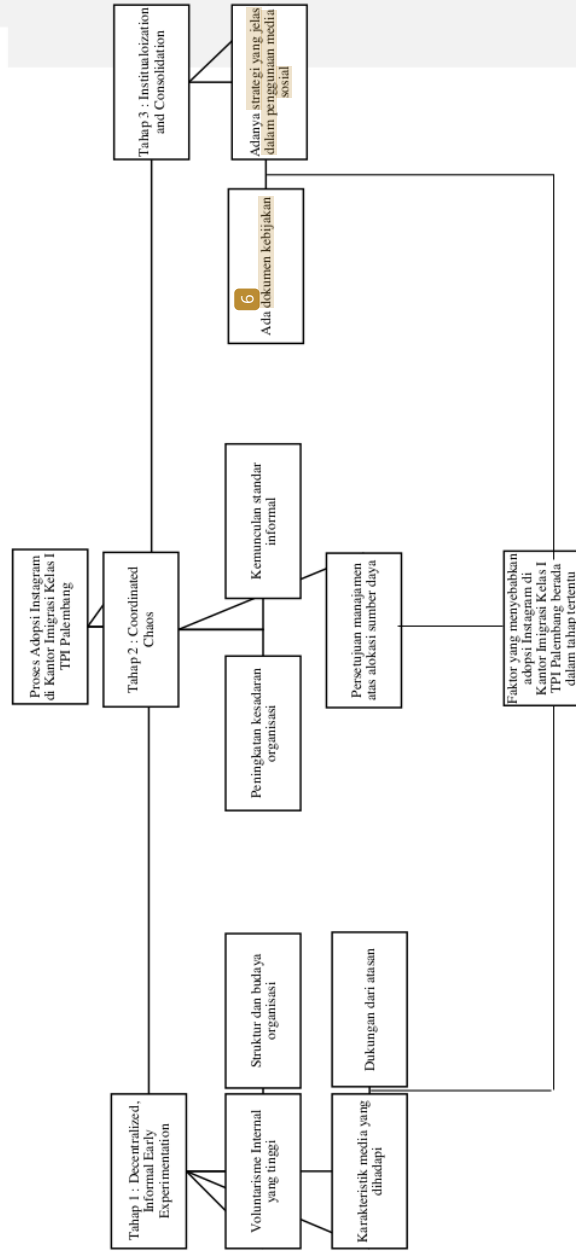
No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
			ceedings/article/view/25/ 24		kecil dan menengah. Organisasi yang memiliki kelincuhan dapat menyesuaikan setiap perubahan dengan cepat. Keberhasilan adopsi yang menjadi dasar strategi pemasaran digital bergantung pada teknologi, organisasi, dan lingkungan. Kesadaran dan kemauan juga menjadi penentu.

No.	Penulis	Judul Penelitian	Identitas Jurnal	Jenis penelitian	Temuan Penelitian
					Digitalisasi membuat organisasi lebih gesit dalam mengadaptasi daya saing

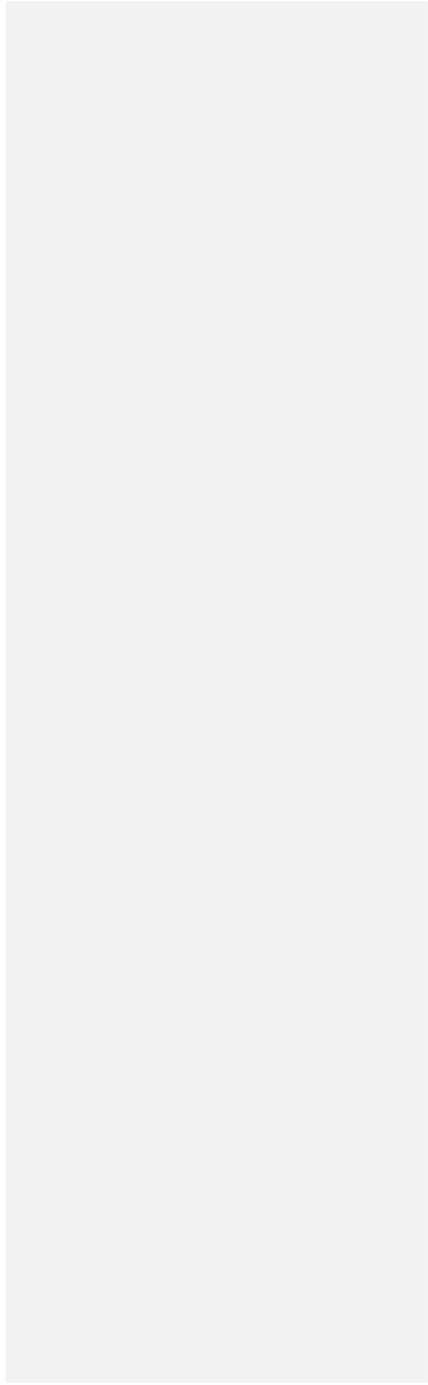
### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan dasar konsep <sup>6</sup> *A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government*) yang dikembangkan Mergel & Bretschneider (2013) yang mengidentifikasi 3 tahap proses adopsi sosial media yaitu : <sup>6</sup> *Intrapreneurship and Experimentation, Order From Chaos, Experimentation and Consolidation of Behavior and Norms*. Berikut beberapa indikator yang nantinya akan dikembangkan penulis dalam pembahasan :

Bagan 4. Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Instansi Terkait**

Gambar 4 Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Sumber : Dokumentasi

Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknik yang berada di bawah kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Sumatera Selatan. Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berlokasi di Jalan Pangeran Ratu No.1, Depan ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memiliki peranan penting dan strategis terutama terkait dengan tugas dan fungsinya sebagai instansi yang melaksanakan kebijakan dan standariasasi teknis di bidang keimigrasian. Selain tugas dan fugsii tersebut Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang juga berkewajiban untuk

melaksanakan tugas keimigrasian di bidang informasi dan sarana komunikasi keimigrasian, lalu lintas keimigrasian, serta pelaksanaan tugas keimigrasian di bidang pengawasan dan penindakan keimigrasian, serta melaksanakan tugas keimigrasian di bidang status keimigrasian.

#### 4.1.1 Sejarah Singkat Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berawal dari didirikannya Kantor Imigrasi Daerah sekitar tahun 1951 di samping Pelabuhan Darmaga Palembang, dan kantor ini berdiri dengan sumber dana dari donasi Perum Pelabuhan Palembang. Sekitar tahun 1970-an, dibangunlah Kantor Daerah Imigrasi Palembang (KADAIM) yang bersatu dengan Kantor Wilayah Direktorat Jendral Imigrasi Palembang (Kanwil-Ditjenim) dan kemudian KADAIM berubah nama menjadi Kantor Direktorat Imigrasi Palembang (Kanditjenim). Pada tahun 1976, Kantor Imigrasi Palembang memperoleh titipan sarana dalam bentuk gedung kantor dari bidang pelabuhan Palembang bersama Kantor Inspektorat Wilayah III Sumbagsel, Jambi, Lampung serta Bengkulu. Pada tanggal 1 Juli 1977, Kantor Inspektorat Wilayah III Sumbagsel membuat kantor wilayah Direktorat Jenderal Imigrasi di Palembang dan Kantor Direktorat Jenderal Imigrasi Palembang.

Pada tahun 1981, gedung Kantor Wilayah Departemen Kehakiman Sumatera Selatan dijadikan sebagai Kantor Imigrasi Palembang, dan kemudian diresmikan. Kantor Imigrasi Palembang dalam menjalankan fungsinya berada dibawah pengawasan Kantor Wilayah Departemen Kehakiman Sumatera Selatan. Pada tahun 2003, Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang resmi mendirikan kantor barunya diatas tanah hasil donasi dari Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Selatan, dengan tanah seluas 8000 m2 dengan kantor seluas 780 m2, di daerah Jakabaring Palembang. Kantor



Imigrasi Kelas I TPI Palembang bertempat di Jl. Pangeran Ratu No. 1 Jakabaring Palembang yang hingga pada hari ini masih terus melayani masyarakat dalam urusan keimigrasian.

#### 4.1.2 <sup>4</sup> Visi dan Misi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Berikut adalah visi dan misi dari Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang :

##### a) Visi :

Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memiliki visi memberikan pelayanan prima dan penegakkan hukum keimigrasian secara profesional.

##### b) Misi :

1. Menyelenggarakan pelayanan keimigrasian yang cepat, tepat dan terukur dalam memanfaatkan teknologi yang modern, serta meningkatkan kemampuan sumber daya manusia.
2. Pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat serta mengedepankan nilai-nilai dasar martabat dan Hak Asasi Manusia (HAM).
3. Mendeteksi secara dini pelanggaran keimigrasian yang timbul sebagai ancaman dan gangguan berupa kejahatan guna terlaksananya pembangunan nasional.
4. Membangun dan mengembangkan kerjasama dengan instansi terkait di bidang pengawasan dalam masyarakat dalam upaya penegakkan hukum keimigrasian.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Gambar 5 Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Sumber : <https://kanimpalembang.kemendikhum.go.id/profil/struktur-organisasi>

Berikut adalah penjelasan singkat mengenai tugas dari masing-masing entiti struktur organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang :

a) KAKANIM (Kepala Kantor Imigrasi)

Kepala Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang membawahi 4 kepala seksi dan 1 kepala sub bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Sub Bagian Tata Usaha
2. Seksi Teknologi Informasi Keimigrasian
3. Seksi Lalu Lintas Keimigrasian
4. Seksi Status Keimigrasian
5. Seksi Pengawasan dan Penindakan Keimigrasian.

b) Sub Bagian Tata Usaha, membawahi 3 bidang yaitu :

1. Urusan Kepegawaian
2. Urusan Keuangan
3. Urusan Umum

c) Seksi Lalu Lintas Keimigrasian (LANTASKIM), membawahi dua seksi, yaitu :

1. Seksi Lintas Batas Keimigrasian

2. Seksi Perizinan Keimigrasian

d) Seksi Status Keimigrasian (STATUSKIM), membawahi 2 seksi diantaranya :

1. Subseksi Penentuan Status Keimigrasian

2. Subseksi Penelaahan Status Keimigrasian

e) Seksi Teknologi Informasi Keimigrasian, membawahi 2 seksi, yaitu :

1. Seksi Informasi Keimigrasian

2. Seksi Sarana Informasi Keimigrasian

f) Seksi Intelijen dan Penindakan Keimigrasian (INTELDAKIM), membawahi 2 seksi, diantaranya sebagai berikut :

1. Seksi Pengawasan Keimigrasian

2. Seksi Penindakan Keimigrasian

Sub Unit Tata Usaha adalah sebuah sub unit dibawah Kepala Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pekerjaan Tata Usaha serta pekerjaan rumah tangga Kantor Imigrasi, melaksanakan pekerjaan kepegawaian, melaksanakan pekerjaan keuangan,serta melakukan tugas surat menyurat yang berkaitan dengan rumah tangga Imigrasi.

Seksi Lalu Lintas Keimigrasian (LANTASKIM) dan Seksi Status Keimigrasian (STATUSKIM) memiliki tugas dan fungsi melaksanakan kegiatan yang ada di keimigrasian khususnya dalam hal Pemberian Dokumen Perjalanan (PASPOR RI), Izin berangkatnya serta izin kembalinya, melaksanakan penentuan Status

Keimigrasian untuk Orang Asing yang terdapat di Indonesia serta pemberian keterangan kebenaran berdasarkan bukti-bukti bagi seseorang yang bermasalah perihal kewarganegaraan.

4 Seksi Pengawasan dan Penindakan Keimigrasian memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pengamatan dalam pengurusan keimigrasian kepada orang asing di wilayah kerja Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Fungsi pengamatan dan pengurusan keimigrasian secara spesifik adalah urusan terkait peninjauan pelanggaran perizinan keimigrasian dengan melakukan kerjasama antar instansi yang mengurus pengawasan orang asing, penyidikan dan penindakan kepada setiap orang yang melakukan tindak pidana dalam pelanggaran keimigrasian.

Seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian (TIKIM) adalah seksi yang bertugas dan berfungsi sebagai pelaksana penyebaran informasi terkait dengan layanan yang disediakan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Fungsi lainnya yang diemban oleh seksi TIKIM 4 adalah melaksanakan akumulasi terhadap kajian data, keterangan penyampaian serta penyelidikan keimigrasian, melaksanakan pendayagunaan, perlindungan Dokumen Keimigrasian dalam pelaksanaan pemeliharaan sarana komunikasi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. 3 Seksi ini yang menjadi fokus penelitian dari penulisan skripsi ini dikarenakan seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian adalah seksi yang bertanggungjawab penuh dan relevan dengan proses adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sehingga hasil penelitian akan mengarah pada bagaimana proses adopsi Instagram yang dikelola oleh Seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

#### 4.1.4 Tugas dan Fungsi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memiliki tugas dan fungsi sebagai salah satu instansi pemerintah yang melayani masyarakat dalam bidang keimigrasian. Pelayanan tersebut secara lebih nyata adalah pelayanan terkait perizinan keimigrasian visa, izin masuk, pendaftaran orang asing di wilayah Indonesia, izin masuk kembalinya, izin keluar tidak kembalinya, surat perjalanan Republik Indonesia, tanda bertolak, tanda masuk, surat keterangan dalam keimigrasian untuk perubahan imigrasinya.

Berikut adalah beberapa tugas dan fungsi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang :

- a) Melakukan kewajiban pada bagian Tata Usaha Negara
- b) Melakukan kewajiban pada bagian Keimigrasian di Seksi Informasi Keimigrasian
- c) Melakukan kewajiban pada bagian Keimigrasian di seksi Lantaskim
- d) Melakukan kewajiban pada bagian Keimigrasian di seksi Statuskim
- e) Melakukan Kewajiban pada bagian Keimigrasian di seksi Wadaskim

#### 4.2 Deskripsi Informan

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan lokus penelitian Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Maka dari itu, data primer dari penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara dengan informan. Penulis menghimpun 8 informan yang menjadi sumber perolehan informasi terkait penelitian ini. 8 informan tersebut terdiri dari : 3 orang staff Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Imigrasi, dimana 3 orang tersebut merupakan pengelelola akun Instagram resmi milik

<sup>5</sup> kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang bertugas membuat konten, mengedit dan mempublikasi konten didalam akun Instagram <sup>5</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, <sup>1</sup> orang kepala Sub Seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian, dan 1 orang ex-admin Akun Instagram <sup>5</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, <sup>1</sup> orang *Social Media Specialist* dan 2 orang perwakilan masyarakat sebagai pengguna akun Instagram <sup>5</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Berikut adalah deskripsi Informan dalam penelitian ini :

- a) AN, merupakan seorang <sup>3</sup> pegawai di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dengan jabatan Analis Keimigrasian Pertama. Beliau berusia 30 tahun dan sudah bekerja di <sup>3</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang selama 5 tahun. Beliau mengoperasikan akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sejak tahun 2018 sampai tahun 2019. Pada saat awal pembuatan akun Instagram resmi milik <sup>1</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, beliau merupakan admin <sup>1</sup> dari akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Semua konten dan semua hal terkait pembuatan akun instagram serta sosial media lainnya dipegang oleh beliau. Karena saudara Achmad Nopransyah merupakan admin yang pertama kali membuat akun Instagram, maka berdasarkan teori dalam penelitian ini saudara Achmad Nopransyah dapat dikatakan sebagai *maverick*.
- b) PA, adalah seorang laki-laki berusia 23 tahun yang bekerja sebagai staff seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian khususnya di bidang pengelolaan sosial media. Beliau sudah bekerja di <sup>3</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang selama 2 tahun dan di seksi TIKIM selama 2 tahun. Saudara Paisal Akbar merupakan salah satu operator akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya dalam

pembuatan konten yang berbentuk video. Walaupun beliau berfokus pada konten berbentuk video, tetapi beliau juga menguasai pembuatan berbagai bentuk konten seperti animasi dan *editing* gambar. Maka dari itu saudara Faisal Akbar dapat dikategorikan sebagai informan dalam penelitian ini, mengingat yang diteliti dalam penelitian ini berkaitan dengan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

c) AS, adalah seorang staff Seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian (TIKIM), dengan jabatan JFT Analis Keimigrasian Pertama. Berusia 30 tahun dan sudah bekerja di Kantor Imigrasi selama 5 tahun 2 bulan. Beliau adalah seorang admin utama akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dan sudah menjadi admin selama 2 tahun. Beliau bertugas mengoperasikan instagram, khususnya merancang konten yang akan dibuat, memeriksa konten yang akan diunggah, dan membalas pesan-pesan yang dikirimkan masyarakat melalui fitur *Direct Messages* di Instagram maupun di kolom komentar di setiap postingan yang diunggah oleh akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Karena beliau merupakan admin utama yang saat ini mengoperasikan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, maka saudara Andika Fodhi Sinaga, SE dikategorikan sebagai informan kunci dalam penelitian ini.

d) AI, adalah seorang staff Seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian (TIKIM), yang juga berperan dalam pengelolaan dan pengoperasian akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Saudara Alvi adalah seorang laki-laki yang sudah bekerja di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang selama 10 tahun. Beliau bertugas mengoperasikan Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang khususnya bagian pengelolaan media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

daritahun 2021 sampai dengan saat ini. Oleh karena itu, saudara Alvi dikategorikan sebagai informan yang mampu memberikan informasi terkait penelitian ini.

e) Ibu NW, adalah seorang Kasubsi Teknologi dan Informasi Keimigrasian (TIKIM). Beliau sudah bekerja di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang selama 17 tahun. Di seksi TIKIM, beliau sudah 2 tahun menjabat sebagai kasubsi. Terkait dengan pengelolaan dan pengoperasian Instagram, beliau berperan dalam hal monitoring dan pengawasan konten yang akan diunggah ke akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Selain itu, beliau juga berperan sebagai penyampai informasi terkait kebijakan yang diberikan dari Kepala <sup>3</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dalam hal ini yang berkaitan dengan pengoperasian sosial media yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

f) DC, merupakan laki- laki berusia 30 tahun yang bekerja sebagai *Social Media Specialist* di Kota Palembang. Bekerja di VOB Management sebagai CEO selama 3 tahun membuat beliau memiliki banyak pengalaman di bidang pengoperasian dan pengembangan media sosial. Pengalaman beliau sebagai pengamat, dan aktivitas dibidang sosial media, membuat penulis menjadikan beliau salah satu informan pendukung dalam penelitian ini untuk memperluas khazanah dan memperkaya sudut pandang dalam penelitian ini.



#### 4.3 Akun Instagram Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Gambar 6 Tampilan Akun Instagram @imigrasi\_palembang

Sumber : Disadur dari instagram.com (2023)

Gambar 7 merupakan tampilan dari akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Akun Instagram tersebut dibuat dan dinisiasi sekitar tahun 2019 karena pada saat itu sedang marak-maraknya penggunaan media sosial di sektor publik sebagai sarana penyebaran informasi dan penyediaan layanan pengaduan keluhan masyarakat dalam bentuk yang lebih modern. Akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ini sudah terverifikasi resmi oleh pihak Instagram sejak tahun 2020, sehingga membuat masyarakat tidak lagi ragu-ragu untuk menjadikan akun ini sebagai salah satu media untuk membantu masyarakat memperoleh informasi terkait dengan layanan yang disediakan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, atau hanya sekedar bertanya dan memberikan pengaduan terkait pelayanan yang diberikan.

Sejak tahun 2019 akun ini dibuat, sampai pada hari ini akun @imigrasi\_palembang sudah mengunggah 1882 postingan dalam bentuk gambar maupun video yang memuat informasi layanan, maupun ucapan hari raya, serta *update* kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dalam 4 tahun akun ini dioperasikan, akun @imigrasi\_palembang sudah diikuti oleh sebanyak 10.300 pengikut dan mengikuti sebanyak 243 akun. Dalam kolom deskripsi akun, akun @imigrasi\_palembang memberi keterangan lengkap bahwa akun tersebut adalah akun resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dan untuk layanan *live chat* *direct messages* akan dilayani di jam kerja (Senin – Jumat, jam 08.00-16.00). Dalam

kolom deskripsi tersebut juga disertakan nomor telepon yang bisa dihubungi, alamat web,serta alamat kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hal ini paling tidak mengindikasikan bahwa akun @imigrasi\_palembang adalah sebuah akun yang aktif digunakan, dan tidak pasif.

Berikut adalah tabel ringkasan profil informan yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini :

Tabel 2 Ringkasan Profil Informan

No	Nama (Inisial)	Jenis Kelamin	Jabatan	Lama Bekerja di Instansi
1.	AN	Laki-Laki	Analisis Keimigrasian Pertama	5 Tahun
2.	AS	Laki-Laki	JFT Analisis Keimigrasian Pertama	5 Tahun
3.	PA	Laki-Laki	Pemeriksa Keimigrasian	2 Tahun
4.	NA	Perempuan	Kasubsi Teknologi dan Informasi Keimigrasian	17 Tahun
5.	AI	Laki-Laki	Pengelola Media Sosial	10 Tahun
6.	DC	Laki-Laki	Social Media Specialist	3 Tahun

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

#### 4.4 Hasil Penelitian

Pada bagian ini penulis akan memaparkan hasil serta analisis mengenai tahapan proses adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hasil penelitian ini diolah dan dianalisis berdasarkan fenomena yang ditemukan oleh peneliti dari upaya observasi akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang serta wawancara mendalam dan terstruktur dengan beberapa informan yang dirasa dapat memberikan data yang valid dan berguna serta berkaitan dengan judul yang diambil oleh penulis yaitu “Adopsi media sosial di Sektor Publik : Studi pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang”.

Menurut Mergel dan Bretschneider (2013), proses adopsi media sosial di sektor publik melewati tahapan-tahapan yang serupa dengan apa yang dilalui oleh semua jenis teknologi informasi dan komunikasi yang baru didaptasi dalam sebuah organisasi. Tahapan-tahapan tersebut dibagi menjadi 3 yaitu :

- a) Tahap Eksperimen (*Experimentation*)
- b) Tahap Kekacauan Terkoordinasi (*Coordinated Chaos*)
- c) Tahap Pelembagaan (*Institutionalization*)

Ada kemungkinan sebuah organisasi tidak melalui tahapan tertentu dalam mengadopsi media sosial baru, ataupun melalui tiap-tiap tahapannya namun dengan kecepatan yang berbeda-beda pada masing-masing organisasi.

Untuk mempermudah mengidentifikasi proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah masuk ke tahap yang mana, maka berikut adalah indikator dari tiap-tiap tahapan menurut Mergel & Bretschneider (2013) :

**Commented [1]:** Komentar warga masyarakat di akun Instagram mungkin bisa digunakan sebagai data tambahan untuk mendukung argumentasimu. Silakan dipilih dan diolah komentar terbaik yang mau disisipkan di bagian hasil penelitian.

1. Tahap *Intrapreneurship and Experimentation*, indikatornya adalah sebagai berikut :

- a) Organisasi terdesentralisasi, terjadi eksperimen informal awal yang diinisiasi oleh mavericks.
- b) *Mavericks* hanya melakukan eksperimen di departemennya saja.
- c) Eksperimen media sosial di organisasi belum menjadi pekerjaan “formal” karena belum ada aturan tertentu yang mengatur.
- d) Bersifat *bottom-up*
- e) Menggunakan standard “abu-abu” yang berasal dari inovasi sejenis yang sudah ada sebelumnya
- f) Voluntarisme yang tinggi.

2. Tahap *Coordinated Chaos*, dengan indikatornya sebagai berikut :

- a) Peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi
- b) *Maverick* mensosialisasikan ide mereka kepada *stakeholder* yang berkaitan
- c) Kemunculan standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang tidak diinginkan
- d) *Maverick* menyusun kerangka mekanisme yang solid, dengan umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya.

3. Tahap *Institutionalization*, berikut adalah indikator tahap ini :

- a) Publikasi strategi media sosial yang resmi atau adanya dokumen kebijakan (arahan detail mengenai penggunaan media sosial, standar produksi informasi,

hak properti intelektual, jadwal posting harian, ukuran untuk mengukur "impact" media sosial)

- b) Seringkali aturan yang dibuat juga berlaku untuk akun pribadi karyawan
- c) Posisi mavericks beralih menjadi Social Media Director
- d) Formalisasi dan pengaturan standar untuk panduan pegawai pemerintah untuk berinteraksi dengan publik menggunakan akun resmi media sosial pemerintah.

Kerangka berpikir yang dikembangkan oleh Mergel dan Bretschneider (2013) cukup mampu menjelaskan proses adopsi media sosial di sektor publik. Tetapi model teoritis Mergel tidak selalu selaras dengan fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Seperti yang ditunjukkan dalam beberapa indikator berikut yang menunjukkan ketidaksesuaian fakta lapangan dengan teori yang dikembangkan oleh Mergel dan Bretschneider (2013) terkait dengan pengadopsian <sup>1</sup> media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dengan berpedoman pada teori 3 Tahap Proses Adopsi Media Sosial Oleh Pemerintah atau "A Three Stage Adoption for Social Media Use in Government" oleh Mergel dan Bretschneider (2013).

#### 4.4.1 Tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation*

Adopsi media sosial di pemerintah dalam tahap ini ditandai dengan adanya eksperimen *bottom-up* secara informal yang dilakukan oleh beberapa orang pegawai yang berinisiatif mengadakan inovasi dalam bentuk penggunaan media sosial di sebuah instansi tertentu. Dalam tahap ini memungkinkan pemerintah dan masyarakat berinteraksi langsung dengan khalayak dan bagi pemerintah, memungkinkan untuk menyediakan saluran yang inovatif untuk representasi, penyebaran informasi, serta pendidikan. Untuk menganalisis secara mendalam apakah adopsi Instagram di Kantor Imigrasi kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahapan ini, maka akan dilakukan analisis berdasarkan fenomena empiris yang dapat diamati dari indikator yang ada berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang terkait dekat dengan topik yang sedang diteliti penulis. Berikut fenomena empiris yang dapat diamati dari indikator tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation* :

**a) Organisasi yang terdesentralisasi, terjadi eksperimen informal awal yang dilakukan oleh *mavericks*.**

Dari indikator ini, untuk mempermudah dan mempertajam analisis maka fenomena empiris yang dapat diamati, yaitu :

**1. Kebebasan *mavericks* dalam berkreasi membuat konten yang diunggah di Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.**

Dalam Tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation* , salah satu hal yang paling menjadi ciri khas dari tahap ini adalah masih adanya kebebasan inisiator atau dalam bahasa yang digunakan di teori Mergel & Bretschneider (2013). *Mavericks* dibebaskan untuk berkreasi dalam pembuatan konten ataupun dalam pengelolaan media sosial yang digunakan, misalnya dalam hal tampilan akun dan lain sebagainya.

Pada pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, berdasarkan hasil wawancara dengan saudara AI selaku salah satu *operator* media sosial, khususnya Instagram, menyatakan bahwa operator memiliki kebebasan untuk berkreasi dalam pengelolaan media sosial milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang selama masih dalam koridor yang pantas, dalam hal ini masih enak dipandang dan tidak malah justru mengganggu. Berikut adalah kutipan wawancara dengan beliau.

*“Eee sebenarnya itu kan kreasi masing-masing ya, tetep pada koridor yang dibatasi, ga boleh kita keluar dari konteks yang terlalu ngejreng. Tetep easy catching tapi tetep yang ga norak. Tetep koridornya ada tapi tetep boleh berkreasi. Tetep fleksibel.” (Wawancara, AI, 06/02/2023).*

Hal ini sedikit berbeda dengan apa yang disampaikan oleh PA, salah satu admin media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang, khususnya yang mengurus bagian postingan di akun imigrasi @imigrasi\_palembang. Beliau di awal memang menyampaikan tidak ada batasan tertentu dalam hal konten terutama karena ini terkait dengan penggunaan Instagram, namun ada kode warna tertentu yang harus digunakan oleh *editor* serta *creator* dalam mengunggah konten di Instagram. Berikut kutipan wawancaranya.

*“Nggga, ngga ada. Kita disini bebas sih mau berkreasi apapun tapi sesuai pengetahuan atasan kita. Jadi ga ada sama sekali aturan-aturan yang mengatur konten. Kalo warna ada dari Dirjen. Warna nya itu harus krem kodenya itu #f6100a jadi warnanya diseragamin eee warna dasarnya gold. Tapi untuk isinya bebas” (Wawancara, PA, 06/01/2023)*



Pernyataan beliau, selaras dengan pernyataan yang diberikan admin utama akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, saudara AS, dimana beliau menyampaikan bahwa mengenai aturan-aturan dalam pengelolaan media sosial khususnya dalam hal ini pengelolaan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sifatnya muncul bertahap. Memang dulu masih belum ada, namun secara bertahap, saat diadakan kegiatan Kopi Darat Nasional Humas Imigrasi, disosialisasikanlah pedoman pengeoperasian media sosial Imigrasi. Dari situlah mulai lahir pedoman yang mengatur terkait pengoperasian akun Instagram @imigrasi\_palembang. Berikut kutipan wawancaranya.

*“Emm.. Di awal-awal periode 2018-2019 itu bener-bener berdasarkan kreatif pegawai sebagai admin. Ditengah keterbatasan sebelum pengelolaan jadi pengelolaan sederhana, waktu itu belum mengenal canva, jadi editnya kayak edit biasa. Tapi informasi yang disampaikan, kalau diliat dari sekarang sudah aesthetic kan, ya . Karena fitur Instagram itu beda dengan yang sekarang. Jadi yang sebelumnya, ya kalo diliat ga aesthetic tuh penuh nian. Nah itu keterbatasan juga. Seiring perkembangan waktu, apalagi masuk Covid, setiap kantor Imigrasi itu kayak diminta untuk aktif bersosmed, ini arahan dari Direktorat Jendral Imigrasi. Karena setelah itu diadakan kayak kopi darat Humas untuk admin medsos. Nah jadi dari kopi darat itu munculah Direktorat Jendral Imigrasi itu kayak mengeluarkan panduan, jadi template tahun ini warnanya ini, boleh menggunakan ini, caption nya ini, sapaan khas daerah boleh tu.” (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Sebagai pendukung dari wawancara diatas, penulis melakukan observasi pada akun Instagram @imigrasi\_palembang sebagai akun resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Penulis menemukan bahwa betul yang disampaikan informan terkait pedoman warna yang disampaikan, dimana warna dasar yang digunakan adalah

warna “cream” dengan kode yang disebutkan oleh informan, dan mengindikasikan bahwa betul dalam pengunggahan konten, ada pedoman terkait warna.

**Gambar 7. Konten Unggahan Akun Instagram @imigrasi\_palembang**

Sumber : Akun Instagram @imigrasi\_palembang

[https://www.instagram.com/imigrasi\\_palembang/](https://www.instagram.com/imigrasi_palembang/)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis terhadap beberapa informan, dapat diperoleh kesimpulan bahwa memang betul ada kebebasan terkait pembuatan konten dalam hal-hal yang lebih kecil seperti isi konten, bentuk konten dan penempatan gambar, foto, tulisan yang diunggah, namun tetap ada aturan yang mengatur khususnya dalam hal ini kode warna dan tata bahasa dalam penyampaian informasi. Tetap ada ruang kreatif bagi maverick, tapi tidak terbuka seluas-luasnya dikarenakan tetap ada pedoman yang mengatur terkait pengoperasian Instagram.

## 2. Inisiatif dari *maverick* untuk mengadopsi media sosial

Desentralisasi merupakan pelimpahan wewenang kepada unit-unit kerja untuk mengambil keputusan dan membuat kebijakan sendiri. Inisiatif dari *maverick* untuk mengadopsi sebuah media sosial dalam sebuah organisasi pemerintah dalam jalannya pelayanan terhadap publik merupakan salah satu pertanda bahwa organisasi tersebut memiliki garis komando yang terdesentralisasi.

Pada proses pengadopsian Instagram kedalam proses pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, terkhusus seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada admin yang pertama kali membuat akun Instagram @imigrasi\_palembang, menyatakan bahwa pembuatan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang merupakan perintah dari atasan secara lisan, ditambah dengan maraknya penggunaan media sosial Instagram di Kantor Imigrasi di tempat lain (kantor wilayah imigrasi lainnya). Berikut adalah kutipan wawancara dengan beliau.

*"Ohh.. Ini si disuruh dari atasan yo,dek. Dari pusat. Dan memang untuk penggunaan medsos sendiri, kami ini bikin medsos karena dari pusat sudah bikin duluan." (Wawancara, AN, 06/01/2023)*

Pernyataan yang disampaikan oleh saudara AN, selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS, yang merupakan admin yang bertanggungjawab mengoperasikan akun Instagram @imigrasi\_palembang saat ini. Berikut kutipan pernyataan beliau saat diwawancarai mengenai inisiatif pegawai dalam pembuatan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

*"Kalau inisiatif si harusnya idak. Karena media sosial untuk instansi pemerintah itu waktu itu kan gencar. Jadi di Kantor Imigrasi lain sudah ada. Jadi, di Kantor Imigrasi Palembang juga dibuat." (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS, mengindikasikan bahwa pembuatan Instagram @imigrasi\_palembang dibuat karena lingkungan sekitar organisasi sudah mengadopsi media sosial tersebut, maka untuk menyamakan dan mengikuti perkembangan, dibuatlah akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi. Saudara Andika juga menyampaikan bahwa ada instruksi secara lisan dari atasan, yaitu Dirjen Imigrasi secara lisan untuk mengencarkan penyebaran informasi melalui media sosial. Berikut kutipan wawancara dengan saudara AS.

*"Baru 2018 itu dibuat, 2019 itu ada instruksi untuk mengencarkan penyebaran informasi melalui media sosial" (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan kunci tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengadopsian media sosial khususnya Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang bukan merupakan inisiatif dari *maverick*, namun merupakan respon dari perintah atasan walaupun bentuknya tidak tertulis atau dalam bentuk lisan saja.

**b) *Mavericks* hanya melakukan eksperimen di departemennya saja.**

Dalam tahap pertama pengadopsian media sosial di sektor publik menurut Mergel dan Bretschneider dalam teorinya "*A Three Stage Adoption Process for Social Media Use in Government*" menyatakan bahwa salah satu indikator dalam tahap pertama proses adopsi sosial media di sektor publik adalah ketika *maverick* hanya bereksperimen atau mengadopsi media sosial di internal departemennya saja.

Dalam proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dinyatakan oleh saudara PA sebagai salah satu admin media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, bahwa tidak ada eksperimen yang bersifat internal seksi TIKIM saja. Pembuatan akun Instagram @imigrasi\_palembang memang diperuntukan sebagai representatif kantor Imigrasi Palembang dan memang untuk berelasi dengan pihak eksternal Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut kutipan hasil wawancara dengan beliau.

*“eee kalau Instagram kita itu representatif kantor Imigrasi Palembang. Jadi semua yang kita upload disana itu berhubungan dengan informasi untuk pihak luar, seperti itu.”(Wawancara, PA, 06/01/2023)*

Admin utama akun Instagram @imigrasi\_palembang, AS, juga menyampaikan hal serupa terkait peruntukan pembuatan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Beliau menyampaikan bahwa pembuatan akun Instagram ini memang difungsikan untuk penyebaran informasi keluar dan menjadi representatif Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut kutipan hasil wawancara dengan admin utama akun Instagram @imigrasi\_palembang, saudara AS.

*“Ya ini berarti, kayak media penyebaran informasi keluar, jadi ini representatif kantor, dan ini kan sudah ditambah verified nih, jadi pemohon itu ohh bukan abal-abal nih, jadi resmi informasi nih, jadi memang dia ya memang jadi representatif Kanim Palembang”(Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari hasil wawancara dengan dua orang informan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa adopsi Instagram di Kantor Imigrasi kelas I Palembang tidak melalui proses eksperimen secara internal seksi TIKIM, karena memang pembuatan

akun Instagram @imigrasi\_palembang ditujukan untuk penyebaran informasi secara eksternal sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan eksperimen hanya secara internal saja.

**c) Eksperimen media sosial di organisasi belum menjadi pekerjaan “formal” karena belum ada aturan tertentu yang mengatur.**

Indikator ketiga yang menjadi pertanda sedang bejalannya tahap 1 dalam proses pengadopsian media sosial di pemerintah menurut Mergel & Bretschneider (2013) adalah ketika dalam organisasi pemerintah tersebut pengadopsian media sosial belum menjadi sebuah pekerjaan yang secara resmi dituangkan dalam sebuah dokumen berisi pedoman rinci terkait dengan pengadopsian media sosial itu sendiri.

Untuk mengamati dan menganalisis indikator ini dengan lebih tajam dan mendalam, ada dua fenomena empiris yang dapat diamati oleh penulis sebagai bahan untuk memvalidasi bahwa pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memenuhi indikator ini atau tidak. Dua fenomena empiris tersebut diantaranya adalah, terdapat dokumen yang memuat bahwa tupoksi seksi TIKIM adalah mengoperasikan sosial media, dan terdapat dokumen resmi yang memuat pedoman terkait pengoperasian media sosial itu sendiri.

**1. Adanya dokumen yang memuat tupoksi seksi TIKIM sebagai operator sosial media**

Salah satu fenomena empiris yang mengindikasikan bahwa pengoperasian media sosial belum menjadi pekerjaan formal yang dilakukan dalam sebuah organisasi pemerintah adalah belum adanya dokumen yang memuat mengenai tugas mengoperasikan media sosial sebagai salah satu tugas pokok sebuah seksi atau divisi

dalam organisasi pemerintahan tersebut. Mengingat yang diamati pada kasus ini adalah organisasi pemerintah yang segala tugas dan kewajiban pegawainya kebanyakan ditulis dalam sebuah dokumen resmi yang ditandatangani oleh atasan yang terkait dengan seksi tersebut. Maka dari itu dinyatakan tugas tersebut informal apabila tidak termuat dalam sebuah dokumen resmi.

Salah satu pengelola media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya yang bertugas di seksi Teknologi dan Informasi Keimigrasian (TIKIM), PA, menyatakan bahwa pengoperasian media sosial khususnya pengoperasian Instagram secara spesifik tidak ada dimuat dalam dokumen tertentu. Berikut kutipan hasil wawancara dengan beliau.

*“Sebetulnya sampai saat ini belum ada peraturan yang menyebutkan bahwa seksi TIKIM bertugas mengelola media sosial karena lebih ke jaringan kesisteman, cuma berhubung tidak ada seksi lain yang relate jadi seksi TIKIM yang mengelola media sosial. Dan setau saya tidak ada dokumen resmi yang memuat secara persis bahwa tupoksi TIKIM itu mengelola akun Instagram.” (Wawancara, PA, 06/01/2023)*

Namun pernyataan yang disampaikan oleh saudara PA ini berbeda dengan pernyataan yang diberikan oleh informan lainnya. Informan lainnya menyatakan ada dokumen resmi yang memuat tentang salah satu tugas pokok seksi TIKIM yaitu pengadopsian dan pengoperasian media sosial dalam upaya melayani publik khususnya yang berkaitan dengan penyebaran informasi. Salah satu informan yang menyatakan hal tersebut adalah saudara AI sebagai salah satu pengelola media sosial yang bertugas di seksi TIKIM. Beliau menyampaikan bahwa pengelolaan dan pengoperasian media sosial merupakan salah satu tugas seksi TIKIM sebagai seksi yang memang tugasnya berkomunikasi dengan masyarakat.

*"Ehh . Kalau TUSI bener ke seksi Teknologi Informasi ya karena memang lebih komunikasi ke masyarakat. Kalo seksi lain kan memang mereka melayani dalam bentuk pelayanan yang bener-bener ke masyarakat."(Wawancara, AI, 06/10/2023)*

Beliau pun juga menyatakan bahwa ada Surat Keputusan (SK) yang memuat terkait tugas TIKIM untuk mengoperasikan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Berikut kutipan hasil wawancara dengan saudara AI.

*"Ada SK nya. Ada SK yang menunjuk bahwa pegawai-pegawai berikut sebagai pengelola media sosial itu ada Sknya. Jadi untuk kehumasan jadi kan memang tusi dari seksi TIKIM."(Wawancara, AI, 16/02/2023)*

Hal ini serupa dengan yang disampaikan oleh saudara AS, admin utama akun Instagram @imigrasi\_palembang. Beliau juga menyampaikan bahwa pengoperasian media sosial khususnya Instagram ini termuat dalam sebuah dokumen resmi. Saudara Andika menyatakan bahwa tugas pengoperasian Instagram ini termuat dalam sebuah database yang disebut Orta. Beliau menyatakan bahwa pengoperasian Instagram masih masuk dalam butir kegiatan penyebaran informasi kepada masyarakat. Berikut kutipan wawancara dengan saudara AS.

*"Sebenarnya kayak tupoksi TIKIM ini ada ya di Orta , ee kayak pokoknya menyebarluaskan untuk sosialisasi informasi kepada masyarakat. Jadi dari situ berkembang, pokoknya informasi sosialisasi ini bisa langsung , face to face melalui kegiatan sosialisai sama kayak penyebaran brosur di keramaian. Tapi seiring dengan pemanfaatan teknologi medsos ini, itu juga sebagai sarana, jadi itu masih masuk sebagai butir kegiatan penyebaran informasi kepada masyarakat. Jadi tidak salah lah kita untuk memanfaatkan teknologi."(Wawancara, AS, 06/01/2023)*



Pernyataan saudara AS terkait dengan penyebaran informasi melalui sosial media sebagai salah satu butir tugas pokok seksi TIKIM, diperkuat dengan adanya Permenkumham Republik Indonesia no 19. Tahun 2018 yang memuat tentang Organisasi dan Tata Kerja Imigrasi (ORTA) dimana pada pasal 18 ayat 2 dijelaskan bahwa Seksi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian mempunyai tugas melakukan penyiapan, penyusunan, perencanaan, pengoordinasian, evaluasi dan pelaporan di bidang pengumpulan, pengolahan dan penyajian data keimigrasian, pengelolaan informasi dan komunikasi keimigrasian, pelaksanaan hubungan masyarakat dan kerjasama antar instansi.

**Gambar 8. Permenkumham No. 19 Tahun 2018 Tentang ORTA Pasal 18**

Sumber : Diambil dari Dokumen ORTA (2023)

Pernyataan tersebut juga divalidasi oleh pernyataan Kasubsi TIKIM, Ibu NA. Beliau menyatakan bahwa salah satu tugas pokok dari seksi TIKIM adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik secara langsung yaitu dengan cara masyarakat langsung datang ke kantor ataupun melalui layanan telepon, maupun secara tidak langsung dengan menggunakan media sosial. Beliau menyatakan bahwa ada SOP yang menyatakan bahwa tugas pokok seksi TIKIM adalah penyampaian informasi kepada masyarakat apapun bentuknya (langsung maupun tidak langsung)

*"Masuk tugas pokok iya. Jadi tugas pokok dari teknologi informasi dan komunikasi itu yaitu menyampaikan informasi kepada masyarakat bukan hanya secara langsung maksudnya orang datang telfon atau datang gitu tapi juga pake medsos, pake web gitu. Ada dokumennya, dokumennya itu SOP. SOP ini petugasnya, sama tujuan dari SOP itu. Jadi kan seksi kita itu tujuannya menyampaikan informasi kepada masyarakat. Mulai dari biaya, kepastian penyelesaian atau kepastian waktu pelayanan, SARA termasuk disitu. Jadi ada ya dokumen resmi itu, SOP." (Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Dari hasil wawancara dengan informan terkait dan observasi yang dilakukan oleh penulis, dapat dinyatakan bahwa dalam pengoperasian Instagram sebagai salah satu bentuk media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang, memang sudah menjadi tanggung jawab dari seksi TIKIM karena termuat secara resmi dalam SOP.

## **2. Tidak ada pedoman khusus terkait pengoperasian media sosial**

Fenomena kedua yang dapat menjadi salah satu indikasi bahwa pengadopsian media sosial dalam sebuah organisasi pemerintahan belum menjadi tugas formal adalah tidak atau belum adanya pedoman khusus yang mengatur terkait dengan pengoperasian media sosial di instansi tersebut. Pedoman ini biasanya memuat tentang teknis tentang bagaimana seharusnya pengoperasian media sosial resmi milik instansi

tersebut dikelola dan dioperasikan, sehingga pengoperasian media sosial di instansi tersebut cenderung seragam.

Dalam proses pengadopsian akun Instagram @imigrasi\_palembang keberadaan pedoman ini terjadi secara bertahap. Jadi pada saat awal pembuatan akun instagram ini di tahun 2018, belum ada pedoman resmi yang mengatur mengenai teknis pengoperasian media sosial milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang apapun bentuknya. Namun seiring berjalannya waktu, dipublikasikanlah dokumen resmi yang mengatur tentang teknis tampilan, gaya bahasa dan lain-lain oleh Direktorat Jendral Imigrasi. Hal ini disampaikan oleh admin utama Instagram @imigrasi\_palembang, AS. Berikut kutipan hasil wawancara dengan saudara AS.

*“Jadi yang sebelumnya, ya kalo diliat ga aesthetic tuh penuh nian. Nah itu keterbatasan juga. Seiring perkembangan waktu, apalagi masuk Covid, setiap kantor Imigrasi itu kayak diminta untuk aktif bersosmed, ini arahan dari Direktorat Jendral Imigrasi. Karena setelah itu diadakan kayak kopi darat Humas untuk admin medsos. Nah jadi dari kopi darat itu munculah Direktorat Jendral Imigrasi itu kayak mengeluarkan panduan, jadi template tahun ini warnanya ini, boleh menggunakan ini caption nya ini, sapaan khas daerah boleh tu. Jadi ada itu. Nah terus di kopdar itu juga diberikan pelatihan dari sisi videografi, makek canva atau yang lain-lain. Waktu Covid kami daring. Jadi pakek zoom pelatihnnya.” (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari hasil wawancara tersebut, informan menjelaskan bahwa dokumen resmi yang memuat tentang pedoman pengoperasian media sosial itu muncul setelah diadakan acara “Kopi Darat Humas Imigrasi Nasional”. Acara tersebut diadakan pada masa pandemi sehingga dilaksanakan secara daring.

Untuk mendukung hasil wawancara diatas, penulis melakukan observasi lapangan dengan mencari dokumen yang dimaksud oleh informan tersebut. Berikut

<sup>1</sup> adalah Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002.HH.01.01 Tahun 2022

#### Gambar 9 . Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Ditjen Imigrasi

Dari hasil observasi penulis, dokumen Pedoman Pengelolaan Direktorat Jenderal Imigrasi memuat cukup lengkap mengenai teknis pengelolaan dan pengoperasian media sosial mulai dari tujuan pemanfaatan media sosial, sistematis pembuatan konten media sosial, proses distribusi konten media sosial serta teknis monitoring dan evaluasi media sosial. Dalam pedoman tersebut juga dilampirkan skema warna, jenis huruf, penggunaan tagar serta contoh *template* untuk konten yang akan diunggah oleh instansi di lingkungan Direktorat Jenderal Imigrasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terkait dan observasi penulis di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang tidak dapat digolongkan sebagai sebuah eksperimen informal dikarenakan ada dokumen resmi yang berisi tugas pokok TIKIM untuk memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana penyebaran informasi dan terdapat pedoman resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi yang memuat secara rinci teknis pengoperasian media sosial di lingkungan Direktorat Jenderal Imigrasi.

#### d) Bersifat Bottom Up

Indikator lainnya yang menandakan bahwa proses pengadopsian media sosial di sebuah instansi pemerintah masuk dalam tahap 1 menurut teori Mergel & Bretschneider adalah proses internalisasi media sosial terjadi secara *bottom up*.

*Bottom Up* dalam hal ini secara garis besar adalah proses pengadopsian media sosial terjadi dari inisiatif *maverick* dengan berbagai faktor yang mempengaruhi inisiasi media sosial tersebut dan bukan merupakan perintah dari atasan.

Indikator ini sama dengan indikator yang menyebutkan bahwa dalam tahap I proses pengadopsian media sosial di pemerintahan, bentuk organisasinya cenderung terdesentralisasi. Sehingga dapat langsung ditarik kesimpulan bahwa seperti pada indikator yang sudah disebutkan sebelumnya, pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bukan merupakan hasil dari inisiatif *mavericks*, maka dari itu pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak bersifat *Bottom Up*.

**e) Menggunakan standar “abu-abu” yang berasal dari inovasi sejenis yang ada sebelumnya**

Penggunaan standar “abu-abu” yang berasal dari inovasi sejenis yang ada sebelumnya merupakan salah satu fenomena yang mengindikasikan bahwa pengadopsian media sosial dalam sebuah instansi pemerintah masuk keadalam tahap pertama : *Intrapreneurship and Experimentation* menurut teori Mergel dan Bretschneider (2013). Penggunaan standar ini terjadi karena belum adanya pedoman khusus yang mengatur mengenai pengelolaan dan pengoperasian media sosial tersebut. Maka untuk membuat standar yang informal mengenai pengelolaan dan pengoperasian media sosial, digunakanlah standar-standar dari inovasi sejenis yang mirip dengan adopsi media sosial serta dianggap cukup relevan dalam pengelolaan dan pengoperasiannya.

Dalam proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seperti yang sudah dijelaskan dalam indikator sebelumnya sudah ada

pedoman tertulis yang mengatur tentang pengoperasian dan pengelolaan media sosial khususnya dalam hal ini Instagram secara rinci dan spesifik. Maka sudah pasti standar yang digunakan dalam pengadopsian akun Instagram @imigrasi\_palembang pada saat ini tidak menggunakan pedoman yang “abu-abu”. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan yang diwawancarai oleh penulis, AS yang menyatakan bahwa untuk mengadopsi aturan-aturan dari inovasi yang sejenis tidak memungkinkan karena pembuatan media sosial Twitter, Facebook, Instagram dan Website dibuat bersamaan di Tahun 2018. Sehingga memang tidak ada inovasi sejenis sebelum pembuatan akun Instagram ini sendiri. Berikut kutipan hasil wawancara dengan informan terkait.

*“Jadi bukan cuma Instagram yang dibuat. Instagram, Facebook, Twitter nah itu 3 dulu kemarin, sama tambahan satu website.” (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari hasil wawancara dengan informan dan analisis dari penulis maka kesimpulan yang dapat diambil adalah pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak menggunakan standar abu-abu dari inovasi sejenis yang pernah ada karena sudah ada pedoman tertulis yang mengatur dan tidak ada inovasi sejenis sebelum pengadopsian Instagram.

#### **f) Voluntarisme yang tinggi**

Indikator terakhir yang membuat sebuah proses pengadopsian media sosial dalam instansi pemerintah dapat digolongkan ke dalam tahap pertama menurut teori yang disampaikan oleh Mergel dan Bretschneider (2013) adalah voluntarisme yang tinggi oleh pegawai. Voluntarisme ini tentu mengarah pada kesukarelaan/keikhlasan pegawai untuk melakukan tugas-tugas yang tidak berkaitan dengan tugas pokok yang memang menjadi kewajibannya dalam hal ini yang berkaitan dengan pengoperasian sosial

media di Kantor Imigrasi Kelas 1 Palembang. Voluntarisme yang tinggi ini dapat dianalisis secara mendalam dengan mengamati 2 fenomena yaitu tidak ada dokumen yang menyatakan bahwa pengelolaan dan pengoperasian Instagram menjadi tanggung jawab seksi TIKIM, serta tidak adanya insentif khusus terkait dengan pengoperasian dan pengelolaan Instagram.

#### **1. Keberadaan dokumen yang memuat tugas seksi TIKIM sebagai operator dan pengelola media sosial**

Ada atau tidaknya dokumen yang memuat tugas seksi TIKIM sebagai operator dan pengelola media sosial dapat menjadi salah satu parameter tinggi rendahnya voluntarisme pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang khususnya seksi TIKIM dalam hal pengadopsian Instagram. Apabila tidak ada dokumen resmi yang menyatakan bahwa tugas dari seksi TIKIM adalah mengoperasikan dan mengelola media sosial, namun pengoperasian dan pengelolaan Instagram tetap ada maka hal mengindikasikan adanya voluntarisme yang tinggi mengenai pengadopsian media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Pada proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seperti yang sudah dibahas pada indikator sebelumnya yaitu eksperimen yang terjadi secara informal, dinyatakan bahwa pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak dapat dikatakan sebagai kegiatan eksperimen informal dikarenakan ada dokumen yang menyatakan bahwa salah satu butir tugas seksi TIKIM adalah penyampaian media informasi melalui media sosial.

## 2. Tidak ada insentif khusus terkait pengoperasian media sosial

Fenomena lainnya yang dapat diamati sebagai salah satu indikasi adanya voluntarisme yang tinggi pada pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya seksi TIKIM adalah tidak adanya insentif khusus yang diberikan untuk tugas mengoperasikan dan mengelola media sosial. Artinya, dalam hal upah atau insentif, pegawai tidak dibayar secara khusus untuk tugas pengoperasian media sosial, atau secara umum dapat dikatakan sukarela dalam hal upah.

Pada proses pengadopsian media sosial Instagram pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seluruh informan menyampaikan bahwa untuk mengoperasikan Instagram ini memang tidak ada insentif khusus. Berikut pernyataan dari saudara PA sebagai salah satu pengelola media sosial di seksi TIKIM.

*"Ga ada, sama sekali ga ada. Jadi semua postingan-postingan di Instagram itu ga ada insentif khusus yang diberikan kepada pengelola." (Wawancara, PA, 06/01/2023)*

Pernyataan yang disampaikan oleh saudara Paisal Akbar ini pun selaras dengan informasi yang disampaikan oleh AI salah satu pegawai seksi TIKIM. Beliau menyatakan bahwa tidak ada insentif khusus yang diberikan kepada pegawai yang ditugaskan mengelola media sosial, karena itu memang termasuk dalam tanggung jawab sebagai pegawai seksi TIKIM. Berikut kutipan hasil wawancara dengan saudara AI.

*"Kalau isentif ga ada ya karna itukan merupakan tugas dan fungsi dari seksi Teknologi Informasi. Kalau tadi insentif ga ada." (Wawancara, AI, 06/01/2023)*



Pernyataan ini dipertegas oleh pernyataan yang disampaikan oleh Kasubsi TIKIM, NA. Beliau menyatakan bahwa untuk Pegawai Negri Sipil memang tidak ada insentif khusus untuk pekerjaan tertentu. Lanjutnya, beliau menyampaikan bahwa insentif PNS hanya ada gaji, remunerasi, uang makan dan uang lembur. Jadi untuk insentif khusus terkait pengoperasian dan pengelolaan Instagram tidak ada.

*"Ga ada,dek. Jadi Insentif pegawai negri itu, gaji, remonerasi, uang makan sama uang lembur. Nah kalau dia ngerajinnya diluar jam kerja berarti diitung lembur. Tapi kalau ngerajinnya jam kerja ga ada, ga ada insentif khusus."(Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Dari informasi yang diberikan oleh informan yang bersangkutan, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dokumen yang menyatakan bahwa pengelolaan dan pengoperasian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang merupakan tugas dari seksi TIKIM, serta tidak ada insentif khusus terkait pengoperasian dan pengelolaan akun Instagram @imigrasi\_palembang. Sehingga, pegawai seksi TIKIM belum dapat dikategorikan memiliki voluntarisme yang tinggi terkait pengadopsian Instagram, walaupun tidak ada insentif terkait pengelolaan dan pengoperasian instagram, namun apabila ditinjau dari alasan dari tidak diadakannya insentif tersebut maka memang sebagai pegawai negri sipil tidak ada insentif khusus mengenai tugas tertentu.

**Tabel 4. Ringkasan Hasil Analisis Tahap 1 : Intrapreneurship and Experimentation**

No.	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
1.	Organisasi yang terdesentralisasi, terjadi eksperimen informal di kalangan <i>mavericks</i>	X	Struktur pembuatan kebijakan di Kantor Imigrasi khususnya terkait dengan pengelolaan media sosial di seksi TIKIM bersifat sentralisasi (berasal dari atasan)
2.	<i>Mavericks</i> hanya melakukan eksperimen di departemennya saja	X	Eksperimen langsung terjadi dengan masyarakat sebagai pihak eksternal.
3.	Eksperimen media sosial belum menjadi kegiatan "formal" karena belum ada aturan yang mengatur	X	Sudah ada pedoman resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi terkait dengan pengelolaan dan pengoperasian media sosial Imigrasi.
4.	Bersifat Bottom-Up	X	Pembuatan akun Instagram @imigrasi_palembang dibuat dari perintah lisan atasan dan didukung oleh dokumen resmi yang terbit sesudahnya.
5.	Menggunakan standar abu-abu yang berasal dari inovasi sejenis sebelumnya.	X	Tidak ada inovasi sejenis sebelumnya, inovasi terkait media sosial muncul bersamaan, sehingga tidak ada standar yang sudah ada sebelumnya untuk dijadikan acuan.
6.	Voluntarisme yang tinggi.	X	Pengelolaan sosial media, khususnya dalam hal ini pengelolaan Instagram sudah diterangkan dalam SK untuk menjadi tugas pokok pegawai seksi TIKIM.

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

Dari hasil wawancara dan observasi terkait dengan 6 indikator yang sudah dianalisis oleh penulis, maka dapat diasumsikan bahwa proses adopsi Instagram di kantor Imigrasi Kelas ITPI Palembang tidak masuk tahap 1, karena banyak indikator yang tidak terpenuhi seperti Organisasi yang terdesentralisasi, tetapi nyatanya

struktural organisasi Kantor Imigrasi Kelas I Palembang bersifat sentralisasi, lalu mavericks yang hanya melakukan eksperimen di departemennya saja, sedangkan yang terjadi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, eksperimen langsung terjadi untuk kepentingan eksternal yang langsung berhubungan dengan publik. Indikator ketiga yang mengindikasikan proses adopsi media sosial masuk ke tahap 1 menurut Mergel & Bretschneider (2013), yaitu eksperimen media sosial belum menjadi kegiatan “formal” karena belum ada aturan yang mengatur. Fakta yang ada di lokasi penelitian, pengelolaan dan pengoperasian Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah diatur oleh aturan yang dikeluarkan oleh Dirjen Imigrasi, sehingga jelas pengelolaan Instagram sudah menjadi kegiatan formal yang memang harus diemban sebagai tugas bagi pegawai seksi TIKIM.

Poin keempat dalam indikator tahap 1 proses pengadopsian media sosial di sektor publik menurut Mergel & Bretschneider (2013) adalah pembuatan media sosial bersifat *bottom-up*. Fakta yang terjadi di lapangan, pembuatan media sosial Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dibuat karena memang ada perintah dari atasan secara lisan, sebagai respon dari maraknya penggunaan media sosial di sektor publik, walaupun setelah itu muncul dokumen resmi yang berisi perintah tertulis terkait pengadopsian media sosial khususnya Instagram di lingkungan kantor Imigrasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bersifat *top-down*.

Poin kelima yang mengindikasikan sebuah proses pengadopsian media sosial di sektor publik masuk kedalam tahap 1 menurut teori Mergel & Bretschneider (2013), penggunaan standard “abu-abu” yang berasal dari inovasi yang sudah ada sebelumnya. Fakta yang terjadi di lokasi penelitian adalah tidak ada inovasi sejenis

yang pernah ada sebelum munculnya inovasi terkait media sosial, karena inovasi terkait media sosial muncul secara bersamaan. Hal ini pada akhirnya berdampak kepada tidak adanya aturan yang bisa dijadikan acuan terkait dengan inovasi yang berhubungan dengan sosial media. Dapat disimpulkan bahwa adopsi Instagram pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak menggunakan standard “abu-abu” dari inovasi sejenis yang ada sebelumnya, tetapi menggunakan aturan yang memang khusus dibuat sebagai pedoman pengelolaan dan pengoperasian sosial media di lingkungan instansi Imigrasi.

Poin terakhir yang mengindikasikan sebuah proses pengadopsian media sosial di sektor publik masuk kedalam tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation* adalah voluntarisme yang tinggi di kalangan pegawai terkait dengan pengadopsian media sosial Instagram. Pegawai dapat dikatakan memiliki voluntarisme yang tinggi sehubungan dengan pengadopsian media sosial apabila pekerjaan mengelola media sosial tidak masuk dalam tugas pokok, dan tidak ada insentif khusus terkait dengan pekerjaan tersebut. Mengenai insentif khusus, memang tidak ada insentif khusus bagi para pegawai terkait dengan pekerjaan mengelola media sosial. Namun hal semacam ini terjadi karena pada faktanya, tugas mengelola media sosial masuk kedalam butir tugas pokok pegawai yang bekerja di seksi TIKIM.

Dari 6 indikator yang telah dianalisis oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak masuk kedalam tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation* dalam teori *A Three Stage Adoption Process for Social Media Use in Government* menurut Mergel & Bretschneider (2013).

#### **4.4.2 Tahap 2 : *Order from Chaos***

Pada tahap ke 2 pengadopsian media sosial di sektor publik, berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mergel & Bretschneider (2013), yaitu *order from chaos* ditandai dengan adanya peningkatan kesadaran penggunaan media sosial di seluruh instansi yang mengadopsi media sosial tersebut. Dalam upaya mengadopsi media sosial dalam sebuah sektor publik, dalam tahap ini terjadi pembuatan aturan-aturan tertentu yang cenderung difungsikan untuk menghindari kekacauan-kekacauan yang mungkin terjadi di kemudian hari. Oleh karena itu, pada tahap ini munculnya standar-standar informal sebagai upaya pencegahan error di kemudian hari menjadi salah satu indikatornya. Standar informal yang dibentuk tentu terjadi dengan persetujuan pegawai untuk menjalankan *best practice* untuk menghasilkan sebuah pedoman.

##### **a) Peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi**

Salah satu indikator yang mengindikasikan bahwa pengadopsian sosial media di sebuah sektor publik masuk kedalam tahap ke 2 adalah terjadinya peningkatan kesadaran pemanfaatan sosial media di organisasi. Peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di sebuah sektor publik dapat dilihat dengan mengamati 2 fenomena yaitu, apakah pegawai di organisasi tersebut menggunakan media sosial untuk kepentingan pribadinya, seberapa intens penggunaan media sosial milik pribadi pegawai tersebut ? selanjutnya fenomena lain yang dapat diamati adalah apakah ada rancangan inovasi untuk mengembangkan penggunaan media sosial di instansi tersebut ? . Berikut adalah hasil pengamatan dan analisis penulis terkait 2 fenomena yang menjadi indikasi tahap ke 2 dari proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

### 1. Intensitas penggunaan media sosial oleh pegawai seksi TIKIM

Intensitas penggunaan media sosial oleh pegawai merupakan salah satu ukuran untuk memastikan bahwa dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang sudah terjadi peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi. Intensitas penggunaan media sosial oleh pegawai seksi TIKIM dapat dilihat dari apakah mereka memiliki dan menggunakan Instagram sebagai media sosial yang digunakan sehari-hari, lalu keaktifan atau intensitas penggunaan Instagram dapat diamati melalui jumlah followers dan unggahan dari akun pribadi pegawai tersebut, apabila akun Instagram yang bersangkutan tidak dalam mode privat atau terbuka untuk publik.

Penulis melakukan wawancara kepada beberapa pegawai seksi TIKIM terkait dengan kepemilikan akun Instagram pribadi milik pegawai seksi TIKIM. Berdasarkan keterangan dari saudara AS, disampaikan bahwa rata-rata pegawai di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang didominasi oleh pegawai dengan usia 20-30 tahun sehingga rata-rata pegawai pasti memiliki media sosial. Berikut pernyataan saudara AS.

*"Rata-rata pegawai ini sekarang ni dominasi oleh umur yang ini ya, rentang 20-30 an tu banyak, pasti ada. Bahkan dari pejabat struktural pun banyak. Dari kepala kantor pun ada, kepala seksi-seksi, kepala KTU, dan kasubsi-kasubsinya mereka ada."(Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS tersebut hampir mirip dengan pernyataan saudara PA terkait kepemilikan dan intensitas penggunaan Instagram oleh pegawai di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut hasil wawancara penulis dengan saudara PA sebagai salah satu informan.

*"kalau di seksi TIKIM ini setau saya pada punya akun Instagram. Dari struktural sampe staffnya semua punya akun instagram. Ada beberapa yang aktif, dan beberapa yang Cuma scroll-scroll, terutama struktural ya."(Wawancara, PA, 06/01/2023)*

Berdasarkan pernyataan dari saudara PA, dinyatakan bahwa sebagian besar pegawai seksi TIKIM memiliki akun Instagram, namun ada beberapa yang aktif bermedia sosial ada yang hanya sebatas membaca informasi-infromasi yang tersedia di akunnya saja. Biasanya senior-senior yang sudah masuk dalam jabatan struktural karena faktor usia, sehingga mereka hanya memanfaatkan media sosial Instagram untuk menerima informasi.

Untuk mendukung pernyataan yang disampaikan oleh informan, penulis mencoba melakukan observasi terhadap beberapa akun Instagram milik pegawai seksi TIKIM. Informasi mengenai akun pribadi seksi TIKIM diperoleh penulis dengan bertanya dengan salah satu informan, saudara AS. Saudara AS memberikan sampel 5 akun Instagram milik pegawai seksi TIKIM, termasuk instagram milik beliau sendiri untuk menjadi bahan analisis penulis. Dengan username sebagai berikut : @akbarpaisal, @duta\_wulandari, @nidyawee, @achmadfrein, dan @andikafodhi. Berikut hasil observasi dan analisis penulis terhadap beberapa akun instagram milik pegawai seksi TIKIM.

**Gambar 10. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai TIKIM**

Sumber : Disadur dari Instagram.com (2023)

Gambar 11 adalah tampilan akun Instagram pribadi milik salah satu pegawai seksi TIKIM, saudara PA. Dari Gambar 8 dapat dilihat bahwa akun Instagram tersebut kemungkinan besar betul dimiliki oleh seorang pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, karena foto profil yang digunakan adalah foto asli dari yang bersangkutan dengan menggunakan seragam Imigrasi, dan diikuti oleh akun @imigrasi\_palembang. Terkait dengan intensitas penggunaan Instagram, pegawai tersebut nampak aktif menggunakan instagram pribadinya untuk mengunggah konten-konten yang berkaitan dengan segala sesuatu yang berbau teknologi informasi. Hal ini terlihat dari *highlight* yang tersemat di profil Instagram yang bersangkutan. Walaupun terlihat tidak ada unggahan yang diunggah di akun pribadi milik pegawai yang bersangkutan, penulis cukup yakin akun ini aktif digunakan dari jumlah pengikut akun yang cukup banyak, yaitu sekitar 22.500 pengikut.

Selain dari satu akun Instagram tersebut ada beberapa akun pribadi milik pegawai yang menjadi bahan observasi penulis. 3 Akun diantaranya tidak dapat dilihat oleh publik karena diatur dengan mode privat. Berikut beberapa tampilan akun

**Gambar 11. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM**



Instagram pribadi beberapa pegawai di Seksi TIKIM Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Sumber : Disadur dari [instagram.com](https://www.instagram.com) (2023)

Sumber : Disadur dari [instagram.com](https://www.instagram.com) (2023)

**Gambar 13. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM**

**Gambar 12. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM**

Sumber : Disadur dari [instagram.com](https://www.instagram.com) (2023)

Gambar 12,13 dan 14 merupakan beberapa tampilan akun Instagram pribadi milik pegawai yang bekerja di Seksi TIKIM. Informasi mengenai akun ini sebagai salah satu akun pribadi milik pegawai Seksi TIKIM, diperoleh dari salah satu pegawai Seksi TIKIM yang menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu saudara AS. Dapat dilihat, akun Instagram yang bersangkutan di atur dengan mode privat sehingga tidak terbuka untuk publik, sehingga tidak dapat terlalu banyak dianalisis, hanya dapat dianalisis melalui jumlah pengikut dan yang diikuti serta unggahan yang diunggah oleh yang bersangkutan. Setidaknya dapat diambil kesimpulan bahwa kemungkinan besar melihat dari jumlah unggahan, pengikut dan diikuti, akun Instagram yang bersangkutan masih aktif digunakan dan betul akun Instagram tersebut milik salah satu pegawai yang bekerja di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya di Seksi

TIKIM karena ke 3 akun yang di privat tersebut, terlihat bahwa akun tersebut diikuti oleh akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, @imigrasi\_palembang.

**Gambar 14 . Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM**

Sumber : Disadur dari instagram.com (2023)

Gambar 15 adalah tampilan akun Instagram pribadi milik pegawai seksi TIKIM. Akun Instagram tersebut dimiliki oleh salah satu informan yang bertugas sebagai admin utama akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dapat dilihat bahwa akun Instagram pribadi milik yang bersangkutan adalah akun yang masih aktif digunakan dilihat dari unggahan, sorotan yang dibuat oleh yang bersangkutan, serta jumlah pengikut dan yang diikuti oleh akun tersebut.

Dari hasil wawancara dengan informan terkait serta observasi terhadap beberapa akun pribadi milik pegawai seksi TIKIM, dapat diambil kesimpulan bahwa paling tidak sebagian besar pegawai seksi TIKIM memiliki akun Instagram yang aktif digunakan, artinya hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pegawai seksi TIKIM melek media sosial dan bahkan aktif dan intens dalam menggunakan media sosial khususnya dalam hal ini menggunakan Instagram, sehingga seharusnya dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, pegawai sudah cukup mengerti dan paham terkait sistem penggunaan aplikasi media sosial Instagram.

## **2. Ada rancangan pengembangan atau inovasi terkait penggunaan media sosial.**

Fenomena kedua yang dapat diamati sebagai indikator adanya peningkatan kesadaran menggunakan media sosial di sebuah organisasi sektor publik adalah adanya rancangan pengembangan atau inovasi yang terkait dengan penggunaan media sosial. Setelah media sosial di adopsi dalam sebuah organisasi sektor publik, maka untuk menuju ke tahap selanjutnya dalam proses pengadopsian, diperlukan kesadaran pegawai atau entiti organisasi untuk melakukan pengembangan ataupun inovasi terhadap media sosial yang digunakan, karena apabila hal tersebut tidak dilakukan maka konsekuensi yang akan terjadi adalah proses adopsi media sosial di instansi tersebut akan terhambat.

Pada proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, berdasarkan hasil wawancara dengan informan, saudara AS sebagai admin <sup>1</sup> utama akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dinyatakan bahwa ada rancangan untuk mengembangkan penggunaan <sup>1</sup> media sosial di Kantor Imigrasi Kelas

I TPI Palembang, yaitu dengan membuat platform berita. Berikut hasil wawancara dengan informan.

*"Tapi sekarang target kinerja itu berita, jadi berita yang kita buat jadi bahan caption di Instagram atau Facebook, kita posting disitu. Cuma ditambahin media lain kayak media lain ke harian koran, kayak kumparan, Kompasiana, Netizen Republik, gitu." (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan tersebut informan memberikan informasi bahwa ada salah satu target kinerja dari seksi TIKIM adalah membuat sebuah platform berita sejenis *Kumparan, Kompasiana*, serta platform berita sejenis untuk menyebarkan informasi terkait dengan layanan Keimigrasian yang saat ini masih di usahakan untuk pembuatan konten dan platform semacam itu.

Selain dari rencana membuat media berita resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, pengembangan media sosial, khususnya akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I Palembang juga dapat disoroti dari perkembangan akun Instagram @imigrasi\_palembang yang dulunya belum *verified* dan sekarang sudah resmi *verified*. Proses memverifikasi sebuah akun Instagram untuk menjadi akun yang terverifikasi dilakukan dengan cara menghubungi pihak *Facebook* (karena *Facebook* merupakan perusahaan yang menaungi *Instagram*) untuk melakukan pengajuan verifikasi akun resmi milik seorang publik figur, perusahaan atau instansi tertentu. Dan langkah ini sudah dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Informasi ini diperoleh penulis dari wawancara dengan salah satu informan, yaitu itu saudari NA, yang menjabat sebagai Kasubsi TIKIM. Berikut hasil wawancara dengan saudari NA.

*"Jadi akun imigrasi itu kan sekarang udah centang biru udah verified. Yang diupload disana itu 90% informasi entah itu bentuk kegiatan entah itu bentuk teks" (Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Pernyataan beliau memberi informasi bahwa akun @imigrasi\_palembang sudah resmi terverifikasi. Untuk mendukung pernyataan beliau, penulis melakukan observasi terhadap akun Instagram @imigrasi\_palembang. Berikut tampilan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

**Gambar 15. Logo Akun Terverifikasi @imigrasi\_palembang**

Sumber :Disadur dari [instagram.com](https://www.instagram.com) (2023)

Dapat dilihat pada Gambar 16 , tampilan akun Instagram @imigrasi\_palembang, memang benar adanya bahwa akun Instagram tersebut sudah memperoleh verifikasi resmi dari Instagram sendiri yang ditandai dengan logo centang biru disebelah nama pengguna akun.

Lebih lanjut informan memberikan pernyataan mengenai proses memperoleh *verified account* untuk akun resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut pernyataan saudara NA sebagai informan.

*"Verified itu kayaknya 2021 akhir. Dan itu kita ngajuin. Jadi karena banyak akun mengatasnamakan imigrasi, Dulu waktu dicari itu akun Instagram imigrasi itu ada 3 nah karena itulah untuk meyakinkan masyarakat, valid gitu. Itu kita ngajuin itu sama Facebook. Target kita 2023 itu Youtube" (Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Dari hasil wawancara tersebut, informan menyatakan bahwa pengajuan verifikasi akun @imigrasi\_palembang diajukan karena ada banyak akun yang

mengatas namakan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Untuk meyakinkan publik bahwa akun @imigrasi\_palembang benar merupakan akun resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang maka diajukanlah verifikasi akun kepada Facebook. Pernyataan tersebut juga memuat tentang target pengembangan media sosial lain milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yaitu akun Youtube. Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara NA, dapat diperoleh informasi bahwa salah satu target kedepan Seksi TIKIM adalah pengajuan verifikasi akun Youtube Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa ada rancangan pengembangan ataupun inovasi terkait penggunaan media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, yaitu pembuatan platform berita, verifikasi akun Instagram @imigrasi\_palembang dan rencana pengajuan verifikasi akun Youtube resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Berdasarkan fakta lapangan yang diamati dari proses wawancara dan observasi penulis terhadap akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, 2 fenomena yang menjadi tanda bahwa terdapat peningkatan kesadaran penggunaan media sosial yaitu instensitas penggunaan Instagram oleh pegawai dan adanya rancangan atau rencana pengembangan penggunaan media sosial di Seksi TIKIM, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peningkatan kesadaran penggunaan media sosial sudah terjadi di dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

**b) Maverick mensosialisasikan kepada stakeholder yang berkaitan**

Indikator kedua yang mengindikasikan bahwa proses pengadopsian media sosial di organisasi sektor publik berada pada tahap kedua yaitu *maverick* melakukan upaya sosialisasi kepada stakeholder yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh instansi tersebut. Tidak dijelaskan secara spesifik dalam teori <sup>6</sup> *A Three Stage Adoption Process for Social Media Use In Government* menurut Mergel & Bretschneider (2013) apa jenis ide, bentuk, dan bagaimana proses sosialisasi tersebut dilakukan, namun teori tersebut hanya menekankan “syarat” sebuah proses adopsi media sosial di sektor publik masuk kedalam tahap 2 adalah terjadinya sosialisasi kepada stakeholder yang berkaitan oleh *maverick*.

<sup>1</sup> Pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dapat dilihat dari upaya instansi mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa <sup>1</sup> Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memiliki media sosial resmi sebagai bentuk pelayanan kepada publik dalam bentuk yang lebih modern. Berdasarkan keterangan dan pernyataan dari informan yang di wawancarai penulis, beliau menyatakan ada beberapa cara yang digunakan dalam upaya sosialisasi kepada masyarakat khususnya terkait keberadaan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut pernyataan saudara AS.

*"Sosialisasi... Ya karena kami verified, orang tu tinggal ngetik. Terus kalo orang dateng kesini kan spanduk banyak. Di setiap postingan dan spanduk pun ada dibagian bawah yang bisa dihubungin. Itu pas masuk kantor itu didepan itu ada contact person tuh, facebook apa instagram ada nomor telepon apa, twitter apa, itu dipajang diasana, jadi semakin menjangkau lah gitu. Sama satu kita kan sudah ke google business jadi orang menjangkau juga mudah. Selain dapat rute ke kantor, dia juga bisa DM kesitu, juga bisakah ulasan gitu. Ada" (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan informan, beliau menyatakan bahwa salah satu bentuk upaya Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang untuk mempermudah masyarakat menjangkau media sosial resmi milik Kanim Palembang, khususnya Instagram adalah dengan membuat akun yang terverifikasi. Dengan begitu hasil pencarian teratas dari masyarakat yang mencari akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Palembang langsung @imigrasi\_palembang. Untuk mendukung pernyataan ini, penulis melakukan observasi terhadap hasil pencarian akun resmi kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang di Instagram.

**Gambar 16. Hasil Pencarian "imigrasipalembang" di Instagram**

Sumber : Disadur dari instagram.com (2023)



Dari gambar 14 dapat dilihat bahwa ketika penulis mengetik kata kunci “imigrasi Palembang” langsung muncul akun @imigrasi\_palembang di pencarian teratas. Hal ini memperkuat pernyataan dari saudara AS bahwa dengan akun yang terverifikasi mempermudah masyarakat untuk mencari akun resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Dari hasil wawancara dengan saudara AS juga diperoleh informasi bahwa sosialisasi kepada masyarakat juga dilakukan dengan pembuatan *banner* di lingkungan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang memuat informasi mengenai nomor Whatsapp yang dapat dihubungi, akun Twitter, akun Instagram dan laman resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang dapat dihubungi sebagai sumber informasi dan juga forum pengaduan layanan.

**Gambar 17. Banner Informasi Media Sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

Sumber : Dokumentasi oleh Penulis (2023)

**Gambar 18. Baliho Kontak yang dapat dihubungi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

Sumber : Dokumentasi oleh Penulis (2023)

Selain *banner* fisik, Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang juga menyediakan layanan *Google Bussiness*. Layanan *Google Bussiness* mempermudah masyarakat untuk menjangkau media sosial, nomor telepon dan juga alamat kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dengan mengetik kata kunci “Kantor Imigrasi Palembang” di kolom pencarian Google, masyarakat langsung disediakan informasi lengkap mengenai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut adalah tampilan Google

**1**  
Business dari Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

**Gambar 19. Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

umber :Disadur dari google.com (2023)

**Gambar 20. Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

Upaya sosialisasi juga dilakukan dengan cara menandai (*tag*) stakeholder yang berkaitan dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dengan menandai akun stakeholder yang bersangkutan, memungkinkan stakeholder yang bersangkutan lebih mudah menjangkau unggahan yang diunggah oleh akun @imigrasi\_palembang. Berikut hasil observasi penulis terkait dengan upaya akun @imigrasi\_palembang mensosialisasikan unggahan dengan cara menandai akun stakeholder yang berkaitan.

**Gambar 21. Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder**

c)

**Gambar 22. Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder**

**Gambar 23. Akun Instagram @imigrasi\_palembang menandai Stakeholder**

Sumber :Disadur dari instagram.com (2023)

Dari 3 sampel tampilan unggahan akun Instagram @imigrasi\_palembang dapat dilihat bahwa akun @imigrasi\_palembang rutin menandai 5 akun yaitu @kemenkumhamri @ditjen\_imigrasi @kumhamsumsel @rbkunwas @kemenpanrb @moh.ridwan.ptk25. 5 akun tersebut adalah akun Instagram instansi yang terkait dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang .

Setelah mengidentifikasi ke-5 akun yang seringkali ditandai di setiap unggahan akun @imigrasi\_palembang, penulis mengamati bahwa dengan menandai akun instansi yang berkaitan dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, selain melakukan upaya sosialisasi, hal ini pun dilakukan dengan tujuan laporan unggahan konten kepada instansi yang terakait dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Namun, hal yang disayangkan adalah sosialisasi yang dilakukan oleh akun Instagram @imigrasi\_palembang dengan cara menandai beberapa akun stakeholder yang berkaitan ini seolah-olah membuat sosialisasi dan aktivitas yang dilakukan akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terkesan kuat dengan persona elitis. Dikarenakan dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis terhadap aktivitas akun Instagram @imigrasi\_palembang cenderung kurang dengan interaktif. Hal tersebut dapat diperkuat dengan visualisasi jejaring aktor yang terkait dengan akun Instagram @imigrasi\_palembang.

#### **Grafik 2. Visualisasi Jejaring Aktor Akun Instagram @imigrasi\_palembang**

Sumber : Diolah Penulis dengan Gephi (2023)

Grafik 1 diperoleh dari hasil observasi penulis terhadap aktivitas menandai dan aktifitas komentar yang ada di akun Instagram @imigrasi\_palembang dari 100 konten unggahan yang diunggah oleh akun Instagram @imigrasi\_palembang di tahun 2022. Dari Grafik 1 dapat dilihat bahwa ada 5 panah merah tebal yang mengarah kepada 5 akun yang hampir selalu ditandai oleh akun @imigrasi\_palembang. 6 akun tersebut adalah @kemenkumhamri @ditjen\_imigrasi @kumhamsusel @rbkunwas @kemenpanrb @moh.ridwan.ptk25. Sedangkan untuk interaksi dengan akun masyarakat yang berkomentar di kolom komentar cukup jarang terjadi, hal ini dapat terlihat dari garis-garis didalam grafik yang hanya tergambar sedikit.

Dari hasil observasi penulis terhadap akun Instagram @imigrasi\_palembang dan wawancara dengan beberapa informan yang terkait dengan penelitian, penulis menemukan bahwa pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI

Palembang, *maverick* sudah melakukan upaya sosialisasi dengan berbagai cara yaitu, dengan memverifikasi akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, membuat akun Google Bussiness dan menandai akun-akun stakeholder yang terkait dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang walaupun dari segi jejaring aktor, interaksi yang terjadi di akun Instagram @imigrasi\_palembang masih cenderung bersifat elitis dan kurang interaksi dengan masyarakat.

**c) Kemunculan standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan**

Indikator berikutnya yang mengindikasikan bahwa proses adopsi media sosial di sektor publik masuk kedalam tahap ke 2 menurut teori Mergel dan Bretschneider (2013) adalah munculnya standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan. Dalam indikator ini, sudah terjadi lebih dulu fenomena yang tidak terencana dan sesuatu yang buruk dalam proses pengadopsian. Berangkat dari fenomena buruk yang pernah terjadi itu, dibuatlah standar informal sebagai upaya preventif, atau pencegahan agar dikemudian hari fenomena sejenis dapat dihindari atau resiko terjadinya fenomena tersebut dapat dikurangi.

Berdasarkan informasi yang diperoleh penulis dari informan, pada proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang, pernah terjadi *error* yang cukup fatal, yaitu akun Instagram @imigrasi\_palembang yang notabene adalah akun resmi milik instansi pemerintah, diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini disadari ketika akun @imigrasi\_palembang tiba-tiba mengunggah unggahan yang memuat konten bitcoin dan seorang tokoh publik Elon Musk. Berikut hasil wawancara dengan informan terkait hal tersebut.

*“Error nya itu Cuma, Instagram kita pernah hilang tahun kemaren. Entah karena apa. Jadi postingannya itu kayak postingan bitcoin, terus tiba-tiba hilang.” (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS terkait error yang pernah terjadi tersebut kurang lebih sama dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudari NA. Berikut pernyataan beliau dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis.

*“Pernah di hack setelah verified malah di hack. Dihack itu munculnya Elon Musk, itu jadi IP nya luar negeri, terus kita gabisa tau orangnya dimana, diluar negeri kan belum tentu orang luar negeri” (Wawancara, NA, 16/01/2023)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan, singkatnya error yang pernah terjadi dalam proses adopsi Instagram di kantor Imigrasi kelas I TPI Palembang ini adalah hilangnya akun karena adanya indikasi peretasan melalui alamat IP yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Tentu sebagai akun resmi milik instansi pemerintah ini merupakan hal yang cukup fatal. Karena bisa saja akun disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar, melakukan penipuan, dan tindak kejahatan lainnya yang mungkin terjadi melalui media sosial. Apabila hal ini sampai terjadi maka akan sangat beresiko merusak citra Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Tentu dengan kejadian semacam itu, pihak Kantor Imigrasi tidak tinggal diam. Ada langkah yang diambil untuk mengambil akun yang diambil oleh pihak yang tidak bertanggung jawab tersebut. Berikut pernyataan informan terkait langkah yang diambil oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dalam menanggapi kejadian tersebut.

*"Caranya itu, kita lapor dulu ke Humas Kanwil, karena kan kita ada atasannya nih, untuk memastikan ya jelas lapor ke kepala kantor sini dulu tapi ya. Jadi itu kita laporkan ke kepala kantor kita, berbarengan lapor ke Humas Kanwil, itu Cuma buat tau. Terus kita lapor ke Humas Dirjen nah itu nanti mereka bantu follow up laporan kita yang di IGnya. Kita kan ada bikin laporan di IG ya, nah itu dibantu buat difollow up. Nah jadi, karena kita itu dibawah humas Dirjen Imigrasi, mereka bantu follow up. Follow up kan gunanya Cuma untuk buat cepetin prosesnya dan akun ini perlu pulih. Pulihnya yaa lumayan lah seminggu ada tuh kemaren di hack. Kita gatau peredaran dipakek buat apa." (Wawancara, NA, 16/10/2023)*

Dari pernyataan yang disampaikan oleh saudari NA, langkah yang diambil oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dalam mengatasi *error* tersebut adalah dengan cara melapor dengan Kepala Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, lalu laporan diteruskan ke humas Kanwil Imigrasi Sumsel, lalu laporan tersebut disampaikan ke Humas Direktorat Jenderal Imigrasi untuk dibuat laporan akun telah disalahgunakan ke pihak Instagram. Dari situlah akun dapat dipulihkan kembali.

Setelah mengalami *error* tersebut, tentu dibentuklah upaya pencegahan lainnya sehingga hal-hal tersebut tidak terjadi di kemudian hari. Berikut pernyataan informan, saudara AS, terkait upaya pencegahan terjadinya *error* di kemudian hari terkait dengan adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

*"Tapi semenjak kejadian itu dibatasi, Cuma di PC ini sama login HP di HP abang dan HP Kasubsi. Cuma 2 orang dan itu sudah di double dengan double authentication, jadi emailnya diganti, passwordnya diganti, terus pake autentikasi 2 faktor jadi dia double-double." (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS, upaya preventif dilakukan setelah terjadi kejadian akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Upaya pencegahan



tersebut dilakukan dengan cara pembatasan *gadget* yang dapat mengakses akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Jadi hanya 2 orang yang boleh *login* akun Instagram @imigrasi\_palembang yaitu saudara AS sendiri sebagai admin utama, dan saudari NA sebagai kasubsi TIKIM. Selain itu dari sisi akun Instagram sendiri, diamankan dengan cara menggunakan *double-authentication* yang mengharuskan pengguna Instagram menautkan akun Instagramnya dengan akun email untuk mencegah peretasan akun terjadi kembali. Akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang juga tidak lagi dipasang di setiap komputer milik pegawai TIKIM. Saat ini untuk mencegah hal yang tidak diinginkan terjadi, akun Instagram @imigrasi\_palembang hanya *login* di PC milik admin utama, saudara AS.

Upaya pencegahan lain terkait dengan kejadian peretasan akun tersebut juga dilakukan. Hal ini disampaikan dalam wawancara penulis dengan informan lainnya, saudari NA. Berikut hasil wawancara penulis dengan saudari NA.

*“ Kita itu buat safetynya, ganti Password itu 3 bulan sekali paling lama buat security karena ada petugas lain kan yang pernah pegang.”*(Wawancara, NA, 16/01/2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara NA, upaya pencegahan lainnya yang dilakukan adalah mengganti password media sosial secara berkala, minimal 3 bulan sekali. Hal ini berkaitan dengan sifat perputaran pegawai yang terjadi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Karena pegawai yang memegang akun Instagram berganti-ganti, maka untuk meningkatkan keamanan, paling tidak setiap pergantian admin, kata sandi akun diganti.

Dari hasil wawancara penulis dengan 2 informan, yaitu saudara AS dan saudari NA, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa pernah terjadi *error* dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, yaitu peretasan akun Instagram <sup>1</sup> @imigrasi\_palembang. Dan *error* ini ditanggapi dengan pengambilalihan akun tersebut untuk mencegah akun melakukan aktivitas yang membahayakan citra Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dari kejadian tersebut lahir tindakan preventif yang tidak tertulis sebagai upaya pencegahan terhadap kejadian yang tidak diinginkan dikemudian hari, yaitu pembatasan login akun @imigrasi\_palembang, autentikasi dua faktor untuk pengamanan akun dan penggantian kata sandi akun Instagram secara berkala. Maka kesimpulannya, terjadi kemunculan standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang tidak diinginkan dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

**d) Maverick menyusun kerangka mekanisme yang solid, sebagai umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya.**

Indikator terakhir dari tahap ke 2 adopsi media sosial menurut Mergel & Bretschneider (2013) adalah *maverick* menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai bentuk umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya. Hal ini dapat diamati dengan melihat apakah ada timbal balik dari masyarakat dalam proses adopsi media sosial dalam organisasi sektor publik. Apabila memang ada timbal balik yang diberikan masyarakat, lalu hal selanjutnya yang dapat diamati adalah respon dari maverick terkait umpan balik yang diberikan masyarakat tersebut dalam sebuah mekanisme yang solid.

Dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, fenomena ini dapat diamati dalam proses pengaduan layanan yang dilayani fitur Direct Messages yang ada di Instagram. Untuk memperoleh informasi terkait dengan hal tersebut, penulis melakukan wawancara dengan informan kunci yaitu saudara AS sebagai admin utama akun Instagram @imigrasi\_palembang. Berikut hasil wawancara penulis dengan informan.

*“Pengaduan kan bisa buat viral ya, nah itu harus direspon. Konfliknya tu harus dipelajari. Kayakmana ketika postingan kita diserbu spam yang dak jelas. Biasanya pengaduannya akan kami telusuri by DM . Misalnya ada pengaduan yang sifatnya bisa langsung dijawab ya langsung jawab.Jadi kami misalnya panjang butuh kronologinya, kami arahin ke whatsapp, habis itu kami atur jadwal ketemu biar ybs bisa kesini. Selain penyebaran informasi juga pengaduan.” (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan yang diberikan oleh informan, timbal balik yang diberikan oleh publik atau masyarakat disampaikan melalui pengaduan layanan. Pengaduan tersebut disampaikan melalui kolom komentar ataupun pesan langsung yang dikirimkan ke akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Dari pengaduan tersebut, *maverick* menyusun mekanisme pelayanan pengaduan dengan 2 cara sebagai berikut :

a) Apabila pengaduan sifatnya dapat dijawab langsung di kolom komen atau di DM, maka akan dijawab langsung oleh admin. Berikut contoh pengaduan yang langsung ditanggapi di kolom komentar

**Gambar 24. Interaksi masyarakat di akun @imigrasi\_palembang**

Sumber : Disadur dari [instagram.com](https://www.instagram.com) (2023)

b) Apabila pengaduan sifatnya kompleks dan butuh keterangan kronologi yang detail maka masyarakat akan diarahkan untuk menghubungi petugas melalui nomor *Whatsapp* resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Apabila hal ini masih dirasa kurang menjawab aduan, maka akan diatur jadwal pertemuan tatap muka dengan masyarakat yang bersangkutan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penulis, sudah terjadi penyusunan kerangka mekanisme yang solid yang dilakukan oleh *mavericks* yang dalam hal ini adalah admin utama akun Instagram @imigrasi\_palembang terhadap timbal balik masyarakat yaitu pengaduan yang dilakukan di kolom komentar ataupun melalui pesan langsung. Sudah disusun kerangka mekanisme pelayanan yang cukup solid untuk menanggapi timbal balik masyarakat dalam bentuk pengaduan keluhan dan pertanyaan seputar layanan yang diberikan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Tabel 3. Tabel Ringkasan Hasil Analisis Tahap 2 : Order From Chaos

No.	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
1.	Peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi	√	Terjadi peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial yang dinilai dari aktivitas penggunaan akun Instagram pribadi pegawai, dan adanya rencana pengembangan media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dengan membuat media berita dan melakukan verifikasi terhadap akun Youtube resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.
2.	<i>Mavericks</i> mensosialisasikan keberadaan akun Instagram kepada stakeholder yang berkaitan	√	<i>Mavericks</i> mensosialisasikan keberadaan akun Instagram @imigrasi_palembang dengan cara memasang banner, memverifikasi akun, membuat layanan <i>Google Bussiness</i> dan menandai akun Instagram resmi milik stakeholder yang berkaitan.
3.	Kemunculan standar informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan	√	Pemah terjadi <i>error</i> dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yaitu peretasan akun, standar informal yang dibentuk adalah pembatasan login akun, autentikasi dua faktor terhadap akun dan pergantian kata sandi secara berkala
4.	Maverick menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya.	√	Umpan balik diberikan masyarakat dalam bentuk pengaduan keluhan dan pertanyaan seputar layanan imigrasi di kolom komentar dan DM. Kerangka mekanisme layanan pengaduan secara online disusun sebagai respon terhadap timbal balik yang diberikan masyarakat.

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis kepada informan dan terhadap akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, diperoleh asumsi bahwa proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap ke 2 : Order from Chaos berdasarkan teori "A Three Stage Adoption Process for Social Media Use in Government" menurut Mergel & Bretschneider (2013). Hal ini didasari dengan hasil analisis penulis dengan berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh Mergel & Bretschneider (2013) dimana keempat indikator yang mengindikasikan tahap kedua proses pengadopsian media sosial di sektor publik, terjadi pada proses pengadopsian akun Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Pada indikator pertama tahap kedua teori Mergel & Bretschneider (2013), terjadi peningkatan kesadaran penggunaan media sosial di organisasi. Penulis mengamati dua fenomena yang terjadi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dimana hampir seluruh pegawai seksi TIKIM memiliki akun Instagram dan cukup aktif bermedia sosial khususnya Instagram yang dinilai dari jumlah unggahan, pengikut dan akun yang diikuti. Selain itu peningkatan kesadaran penggunaan media sosial di organisasi juga penulis amati melalui fenomena adanya rencana pengembangan media sosial yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seperti verifikasi akun Youtube dan rencana pembuatan media berita milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Pada indikator kedua tahap ke 2 proses adopsi media sosial menurut Mergel & Bretschneider (2013), maverick melakukan sosialisasi kepada stakeholder terkait dengan keberadaan akun Instagram @imigrasi\_palembang sebagai salah satu bentuk modern pelayanan yang diberikan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Penulis mengamati bahwa sosialisasi keberadaan <sup>1</sup> **akun Instagram Kantor Imigrasi kelas I TPI Palembang** memang dilaksanakan oleh *mavericks* dengan cara memasang banner yang berisi informasi mengenai akun-akun media sosial resmi yang dimiliki <sup>1</sup> **Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**, melakukan verifikasi terhadap **akun Instagram @imigrasi\_palembang** untuk mempermudah masyarakat melakukan pencarian, membuat layanan Google Bussiness untuk mempermudah masyarakat menjangkau <sup>1</sup> **akun media sosial** serta alamat **kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**, dan upaya yang terakhir dalam melakukan sosialisasi kepada stakeholder adalah dengan cara menandai akun stakeholder terkait.

Pada indikator ketiga tahap ke 2 pengadopsian media sosial di sektor publik menurut Mergel dan Bretschneider (2013) ditandai dengan kemunculan standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diharapkan. Konsekuensi yang tidak diharapkan pernah terjadi dalam proses adopsi Instgram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dimana terjadi peretasan akun oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. Dari fenomena itu sebagai responnya muncul standar informal berupa pembatasan login akun Instagram yang hanya dapat login di 2 perangkat milik admin utama dan kasubsi, autentikasi 2 faktor pada akun Instagram @imigrasi\_palembang, dan pergantian kata sandi secara berkala (minimal 3 bulan sekali).



Indikator terakhir tahap ke 2 proses adopsi media sosial di sektor publik menurut Mergel & Bretschneider (2013) adalah *maverick* menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya. Pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang umpan balik terjadi dalam bentuk penyampaian aduan dan keluhan dari masyarakat melalui kolom komentar dan melalui fitur *Direct messages*. Umpan balik ini ditanggapi oleh *mavericks* dengan membuat mekanisme pengaduan layanan, khususnya untuk pelayanan yang lebih kompleks dan butuh penelusuran kronologis yang lebih dalam.

Dari rangkuman hasil analisis 4 indikator tersebut, proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap ke 2: Order from Chaos menurut teori "*A Three Stages Adoption for Social Media Use in Government*" menurut Mergel dan Bretschneider (2013).

#### 4.4.3 Tahap 3 : *Institualization and Consolidation*

Tahap ketiga atau tahap terakhir proses adopsi media sosial di sektor publik menurut teori Mergel dan Bretschneider adalah *Institualization and Consolidation* atau dapat diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi, institualisasi dan konsolidasi. Indikator yang paling khas mengindikasikan bahwa sebuah proses adopsi media sosial masuk kedalam tahap ini adalah adanya pedoman yang jelas dan rigid terkait dengan pengoperasian dan pengelolaan sebuah media sosial di sektor publik. Keberadaan pedoman yang jelas dan rigid ini, secara garis besar juga merupakan bentuk publikasi publikasi strategi media sosial secara resmi.

Untuk mengidentifikasi apakah sebuah proses adopsi media sosial di instansi masuk kedalam tahap ini, dapat dilakukan analisis dengan menggunakan 3 poin indikator yaitu, adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial (standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, ukuran untuk mengukur *engagement* atau jangkauan atau jejaring), adanya aturan media sosial yang diberlakukan untuk akun pribadi pegawai, dan posisi *mavericks* berubah menjadi *social media director*. Berikut analisis penulis terkait 3 indikator dalam tahap 3 proses adopsi media sosial di sektor publik menurut Mergel and Bretscheneider (2013).

**1. Adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial : standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, serta ukuran untuk mengukur *engagement*.**

Poin indikator pertama dari tahap ketiga proses adopsi media sosial di sektor publik menurut Mergel and Bretschneider (2013) adalah adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial. Dokumen tersebut paling tidak memuat 4 hal praktis dalam pengoperasian media sosial yaitu standar produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, serta ukuran untuk mengukur jangkauan jejaring (*engagement*).

Dalam proses pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dinyatakan oleh informan bahwa ada dokumen yang memuat tentang aturan terkait pengoperasian akun media sosial milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya dalam hal ini pengoperasian Instagram. Berikut pernyataan sauda.

*"Nah jadi dari kopi darat itu munculah Direktorat Jendral Imigrasi itu kayak mengeluarkan panduan, jadi template tahun ini warnanya ini, boleh menggunakan ini caption nya ini, sapaan khas daerah boleh tu.ra AS terkait dengan hal tersebut." (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan saudara AS, dapat dianalisis bahwa benar ada pedoman yang memuat aturan-aturan mengenai pengoperasian media sosial resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang dibuat oleh Direktorat Jenderal Imigrasi. Dokumen tersebut adalah dokumen yang sama yang dianalisis pada tahap ke 2: *Order from Chaos*, yaitu Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01 Tahun 2022.

Standar produksi dalam hal ini dapat diartikan sebagai aturan-aturan mengenai isi konten dan mengenai siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial, bagaimana strategi yang akan menjadi ciri khas tertentu, serta detail bentuk konten media sosial. Berdasarkan observasi penulis, dalam dokumen **Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01 Tahun 2022** memuat dengan cukup lengkap mengenai siapa yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan media sosial milik masing-masing Kantor Imigrasi, bagaimana strategi khas media sosial yang berada di lingkungan Direktorat Jenderal Imigrasi, serta aturan mengenai detail bentuk dan isi konten media sosial masing-masing kantor Imigrasi.

Terkait siapa yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial, termasuk didalamnya pengelolaan Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, disebutkan dalam **Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01**, Bab II mengenai Pemanfaatan Media Sosial adalah 1 orang atau lebih pegawai yang ditunjuk oleh kepala UPT Keimigrasian terkait yang berada dibawah pengawasan Kepala Bidang/ Kepala Seksi/ Kepala Sub-Seksi dibidang komunikasi, atau dibidang Tata Usaha yang berada di rumah detensi Imigrasi. Dijelaskan didalam pedoman tersebut, pegawai yang ditugaskan menjadi admin media sosial bertugas untuk merencanakan, memroduksi, mempublikasikan dan mengevaluasi konten media sosial serta memantau linimasa atau pesan untuk merespon interaksi dengan warganet.

Strategi khas media sosial dibawah naungan Direktorat Jenderal Imigrasi juga dijelaskan dalam **Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01** Bab II mengenai Pengelolaan Media Sosial. Lebih lanjut dalam pedoman tersebut menjelaskan mengenai persona, gaya bahasa, skema warna

jenis huruf, serta tagar yang dianjurkan dalam unggahan akun media sosial resmi milik masing-masing Kantor Imigrasi dibawah Direktorat Jenderal Imigrasi. Berikut adalah tabel strategi khas media sosial dibawah naungan Direktorat Jenderal Imigrasi.

**Tabel 4. Tabel Strategi Khas Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi**

Sumber :Disadur dari Dokumen Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01(2023)

Lebih lanjut dijelaskan dalam dokumen tersebut, mengenai saluran media sosial yang dianjurkan untuk dipergunakan dalam upaya penyebaran informasi oleh Kantor Imigrasi dibawah naungan Direktorat Jenderal Imigrasi. Media sosial yang dianjurkan adalah Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube, dengan ketentuan akun harus dibuka untuk publik, dibuat sebagai akun profesional bukan akun pribadi, mencantumkan informasi situs UPT setempat sebagai rujukan informasi pada profil media sosial serta penamaan akun dengan format imigrasi (nama kantor Imigrasi)\_(rumah detensi) . Contoh : imigrasi\_palembang.

Terkait aturan detail mengenai bentuk dan isi konten yang diunggah oleh media sosial juga dimuat lengkap dalam Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01 Bab III mengenai Pembuatan Media Sosial. Dalam bab tersebut dijelaskan 14 poin yang menjelaskan mengenai sistematis isi konten seperti penggunaan *template* warna, penggunaan logo Imigrasi (hak properti intelektual), muatan konten (informasi, edukasi, promosi, dan hiburan), relevansi konten, isi materi informasi (foto dokumentasi, foto kutipan, poster, infografis, meme, iklan layanan masyarakat, videografis, film pendek, video slideshow, video reportase, komik, humor ringan, kuis trivia, dll), tidak memuat foto Kepala UPT Keimigrasian

untuk publikasi ucapan hari raya, hari jadi, dan sejenisnya, tidak memuat ucapan yang sifatnya internal (rapat, apel, ulang tahun pegawai, dll) dan tidak terkait dengan pelayanan publik, dan detail-detail lainnya.

Lebih lanjut dijelaskan dalam Bab IV mengenai Distribusi Konten Media Sosial admin dengan penuh tanggungjawab dibebaskan untuk menyusun perencanaan, jadwal, waktu dan frekuensi unggahan konten. Admin juga bertanggungjawab untuk memperluas jangkauan akun dan menambah pengikut yang bersifat organik. Disebutkan dalam pasal ke 4 bab IV Distribusi Konten Media Sosial bahwa admin maksimal mengunggah maksimal 3 konten dalam satu hari dalam rentang waktu 4 jam setelah tiap postingan diunggah.

Mengenai jangkauan jejaring, dalam BAB II Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01 dijelaskan bahwa admin dianjurkan merencanakan Key Performance Indikator (KPI) berdasarkan instrumen data yang diberikan media sosial seperti *engagement, reach, activity, sentimen* serta ekspresi.

Dari hasil observasi penulis terhadap Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kantor Imigrasi sudah memiliki pedoman yang berbentuk dokumen resmi yang memuat tentang detail pengoperasian media sosial yang didalamnya menjelaskan tentang standar produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan dan ukuran jangkauan jejaring media sosial (*engagement*).

## 2. Aturan media sosial instansi yang diberlakukan untuk akun pribadi pegawai

Indikator ke dua dari tahap ketiga proses adopsi media sosial di sektor publik menurut teori yang dikemukakan oleh Mergel & Bretschneider (2013) adalah ketika aturan media sosial yang berlaku di instansi berlaku pula bagi akun pribadi pegawai. Aturan-aturan ini terkait dengan semua aturan yang ada di pedoman yang menjadi acuan *maverick* dalam mengelola media sosial di sektor publik, dan pada indikator ini, aturan yang dimuat dalam pedoman tersebut juga diberlakukan bagi akun pribadi pegawai.

Pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dari hasil wawancara penulis dengan informan terkait ditemukan bahwa aturan-aturan yang termuat di Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 tidak berlaku bagi akun pribadi milik pegawai. Pedoman tersebut hanya berlaku bagi pengelolaan dan pengembangan media sosial resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Berikut hasil wawancara penulis dengan beberapa informan terkait.

*Ga ada. Setiap pegawai bertanggungjawab atas akun yang dimilikinya. Itukan akun mereka, jadi mereka yang memilih sendiri. Dari kantor pun paling, ya kayak bukak kuota untuk antrian online ya disebarluaskan di akun masing-masing. Nah paling kita repost, kita jadiin story di akun masing-masing (Wawancara, AS, 06/01/2023)*

Dari pernyataan tersebut, saudara AS menyatakan bahwa tidak ada aturan yang mengatur pengelolaan akun pribadi pegawai karena pegawai bertanggungjawab atas penggunaan akunnya masing-masing. Hanya pegawai di Kantor Imigrasi diarahkan dan diimbau untuk menyebarluaskan **informasi yang** diberikan **oleh** akun **Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang** guna memperluas jangkauan informasi yang

5 diberikan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terkait dengan pelayanan yang disediakan. Pernyataan saudara AS tidak jauh berbeda dengan pernyataan saudara NA terkait dengan ada tidaknya aturan yang mengatur akun pribadi pegawai. Berikut pernyataan saudara NA.

*Jadi akun pribadi ga ada. Akun pribadi itu milik sendiri kan ya. Jadi akun imigrasi itu kan sekarang udah centang biru udah verified. Yang diupload disana itu 90% informasi entah itu bentuk kegiatan entah itu bentuk teks. Tapi kalau akun pribadi walaupun kita PNS bebas dia mau bikin apa aja. TikTok juga bebas. Ga ada ini sih ga ada aturan khusus soal akun pribadi (Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Berdasarkan pernyataan saudara NA, tidak jauh berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudara AS, dapat dilihat bahwa beliau menyatakan bahwa untuk akun pribadi tidak ada aturan-aturan khusus yang mengatur, bebas tidak terikat dengan pedoman-pedoman tertentu. Namun pernyataan dari saudara AP cukup berbeda dengan pernyataan yang diberikan oleh 2 informan sebelumnya. Berikut pernyataan saudara AP terkait dengan ada tidaknya aturan pengoperasian media sosial pribadi pegawai.

*"Tetep ada, jadi sebagai abdi negara yang dibayar oleh negara tetep ada koridor yang harus kita patuhi, kita nggak boleh politik praktis dia mau bikin lah." (Wawancara, AP, 16/02/2022)*

Menurut saudara AP masih ada aturan yang mengatur pegawai dalam berselancar di media sosial. Aturan tersebut bentuknya adalah dilarang mengekspresikan pilihan politiknya di media sosial pribadi. Namun aturan semacam ini adalah aturan yang sifatnya global bagi seluruh ASN yang diatur dalam Undang-undang nomor 5 tahun 2014, tentang Pembinaan Jiwa Korps dan Kode Etik Pegawai



Negeri Sipil (PNS). Undang-undang nomor 10 tahun 2016. Selanjutnya ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2004 dan PP nomor 53 tahun 2010. Bukan sebuah aturan rigid yang diturunkan dari di Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 yang diturunkan dan diberlakukan bagi media sosial milik pribadi pegawai.

Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa informan tersebut dapat disimpulkan bahwa aturan yang dijadikan acuan dalam pengoperasian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak berlaku bagi Instagram pribadi milik pegawai. Sehingga secara garis besar dapat ditarik kesimpulan dalam pengoperasian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang indikator pemberlakuan peraturan yang mengatur pengoperasian Instagram milik instansi terhadap akun pribadi pegawai tidak terjadi.

### 3. Posisi mavericks berubah menjadi Social Media Director

Indikator terakhir yang mengindikasikan adopsi media sosial di sektor publik masuk ke dalam tahap 3 : *Institutionalization and Consolidation* dalam teori *A Three Stages Adoption for Media Social Use in Government* menurut Mergel dan Bretschneider (2013) adalah dimana posisi mavericks yang tadinya mengerjakan berbagai hal lain selain mengelola sosial media, beralih menjadi hanya terspesialisasi di bidang media sosial. Ranah kerja bidang media sosial yang awalnya hanya menjadi “sampingan” dari tugas pokok yang sudah ada sebelumnya, dalam tahap ini, tugas mengelola media sosial menjadi tugas yang khusus bagi satu posisi jabatan.

Dalam pengoperasian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, yang terjadi di lapangan adalah belum ada satu buah posisi yang betul-betul hanya

terspesialisasi mengerjakan pengelolaan media sosial. Pernyataan ini diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa informan. Berikut hasil wawancara dengan informan terkait dengan keberadaan *social media director* di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

*Nah jadi kalo di TIKIM ini dek, kan fokusnya penyebaran informasi melalui medsos. Jadi kalau misalnya satu diwajibkan, ya bisa semua lah karena style pemerintah lah. Jadi ga ada orang yang khusus, kalo misalnya satu orang yang bisa foto, dia juga wajib bisa buat berita. Jadi semisal dia cuti atau berhalangan hadir yang lain bisa backup. Nah tapi untuk menjawab, untuk login Instagram itu Cuma di 1 PC. Jadi dari orangnya yang balesin ga masuk, nah yang lain itu harus login di PC inilah.(Wawancara, As, 06/01/2023)*

Dari pernyataan tersebut, saudara AS menyatakan bahwa tidak ada satu pegawai khusus yang mengelola media sosial milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Semua pegawai TIKIM diwajibkan untuk menguasai minimal dasar-dasar pengelolaan media sosial, minimal pengambilan foto. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi apabila admin utama sedang berhalangan hadir, pekerjaan terkait pengelolaan media sosial masih dapat berjalan.

Pernyataan saudara AS tidak jauh berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudara NA terkait dengan keberadaan pegawai khusus yang mengelola media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya seksi TIKIM. Berikut hasil wawancara dengan saudara NA.

*Ga ada petugas khusus yang mengembangkan dan mengoperasikan. Kenapa ga ada satu orang khusus, karena di Imigrasi ini kita itu ga terikat di satu tempat. Jadi dia rolling.(Wawancara, NA, 16/02/2023)*

Saudara NA menyatakan bahwa tidak ada satu pegawai khusus yang betul-betul tupoksi nya hanya mengelola media sosial di Seksi TIKIM. Hal ini dikarenakan sistem manajemen sumber daya manusia di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sifatnya bergulir secara berkala sehingga tidak memungkinkan untuk meletakkan satu orang dalam posisi tertentu dan hanya menguasai ranah kerja tertentu.

Dari hasil wawancara dengan dua informan terkait, dapat diambil kesimpulan bahwa untuk posisi *social media director* atau pegawai yang khusus hanya mengelola media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang hingga hari ini belum ada dikarenakan sistem manajemen SDM yang bersifat rolling.

**Tabel 5. Tabel Ringkasan Hasil Analisis Tahap 3 : Instiutalization and Consolidation**

No.	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
1.	Adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial : standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, serta ukuran untuk mengatur jangkauan jejaring ( <i>engagement</i> )	√	Ada dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi. Dokumen tersebut adalah Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 yang memuat tentang standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan serta ukutang untuk mengatur jangkauan jejaring.
2.	Aturan media sosial instansi yang diberlakukan pada akun pribadi pegawai	X	Berdasar pada Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 tidak ada aturan yang juga diberlakukan pada akun pribadi pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

3.	Posisi <i>Mavericks</i> berubah menjadi <i>Social Media Director</i>	X	Tidak ada posisi khusus yang hanya mengerjakan pengelolaan media sosial di seksi TIKIM. Semua pegawai seksi TIKIM bertanggungjawab secara umum terkait dengan pengoperasian media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.
----	----------------------------------------------------------------------	---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan informan dan juga hasil observasi penulis terhadap fakta lapangan, ditemukan bahwa proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang hanya memenuhi 1 indikator dari 3 indikator yang disyaratkan oleh tahap 3 proses adopsi media sosial di sektor publik menurut Mergel & Bretschneider (2013). Indikator yang terpenuhi tersebut adalah adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak masuk kedalam tahap 3 pengadopsian media sosial di sektor publik berdasarkan teori <sup>6</sup> *A Three Stage Adoption Process for Social Media Use in Government* menurut Mergel dan Bretschneider (2013).

#### 4.4.4 Pandangan Eksternal terhadap akun @imigrasi\_palembang

Setelah menganalisis proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, penulis mewawancarai pihak eksternal yaitu seseorang yang kompeten di bidang media sosial untuk memberikan penilaian terkait dengan akun Instagram @imigrasi\_palembang. Wawancara ini dilakukan untuk memperluas kacamata penelitian ini agar tidak terlalu monoton dari sisi internal Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang saja, tetapi juga dianalisis berdasarkan pendapat ahli yang kompeten di bidang media sosial.

Penulis melakukan wawancara pada tanggal 21 Februari 2023 dengan saudara DC sebagai narasumber. Beliau adalah *social media specialist* di Kota Palembang. Saudara DC sudah menekuni bidang media sosial selama kurang lebih 5 tahun terakhir. Untuk mendukung penelitian ini, penulis menanyakan beberapa pertanyaan terkait dengan pandangan informan mengenai akun Instagram @imigrasi\_palembang. Beberapa pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut.

a) Bagaimana pandangan informan terkait tampilan dari akun @imigrasi\_palembang?

Pertanyaan tersebut ditanyakan penulis kepada informan dengan tujuan untuk memperoleh informasi terkait pandangan informan terkait dengan akun @imigrasi\_palembang dari segi tampilan. Informan menilai dengan terlebih dulu mengobservasi tampilan akun Instagram @imigrasi\_palembang. Berikut pernyataan informan.

*“Jadi kalo secara tampilan, untuk akun @imigrasi\_palembang ini sudah menarik, cukup informatif, Cuma memang untuk pengembangannya harus lebih hati-hati untuk penggunaan grid, karena grid ini kalau misalnya kebetulan ada masukan info baru atau postingan baru yang tidak sesuai dengan tema dia akan kepotong, dia bakal kelihatan berantakan. Jadi lebih baik pilih satu warna tone yang sama untuk beberapa postingan. Supaya lebih rapih” (Wawancara, DC, 21/02/2023)*

Dari pernyataan informan, informan menyatakan bahwa dari segi tampilan, tampilan akun Instagram @imigrasi\_palembang sudah cukup menarik dan informatif. Informan memberikan saran mengenai penggunaan *grid* dalam mengunggah konten karena menurut beliau hal ini cukup akan mengganggu tampilan apabila ada unggahan penting yang temanya tidak sesuai dengan tema unggahan sebelumnya, menurut

informan lebih baik menggunakan tema warna yang seragam saja daripada menggunakan konsep *grid*.

b) Bagaimana jangkauan informasi yang ditawarkan oleh akun Instagram @imigrasi\_palembang ?

Pertanyaan ini ditanyakan penulis kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai pandangan informan terkait dengan jangkauan informasi yang diberikan oleh akun Instagram @imigrasi\_palembang, sejauh mana dan seberapa jauh informasi yang diberikan oleh akun Instagram @imigrasi\_palembang bagi masyarakat pengguna Instagram. Berikut pernyataan informan terkait dengan jangkauan informasi akun @imigrasi\_palembang.

*"Kalau dilihat-liat ini kan sudah centang biru. Tetapi dengan centang biru, engagement ratenya itu sangat sedikit. Jadi informasi yang dibuat disini, mau sebagus apapun tidak sampai ke orang banyak. Jadi percuma effort yang kita keluarkan untuk membuat konten itu tidak akan sampai pesannya. Mungkin ads bisa digunakan, tidak secara terus-terusan, tapi untuk postingan-postingan yang krusial, misalnya cara kepengurusan imigrasi, cara pendaftaran yang lebih krusial. Tetapi yang bersifat hiburan atau kegiatan tidak perlu. Karena menurutku, di Indonesia ini orang agak males untuk baca informasi yang kayak gini. Jadi, kita munculkan dari ads supaya minatnya muncul gitu." (Wawancara, DC, 21/02/2023)*

Dari pernyataan informan, dapat dilihat bahwa informan berpedapat bahwa untuk sebuah akun yang sudah bercentang biru atau sudah terverifikasi, tapi secara jangkauan, akun ini masih sangat kurang menjangkau sehingga berdampak pada penyebaran informasi yang kurang luas. Informan menyatakan bahwa hal ini akan sangat sia-sia, karena sebagus apapun tampilan konten yang dibuat dalam unggahan akun ini, unggahan tersebut tidak tersebar luas. Informan menyarankan bagi pengelola

akun Instagram @imigrasi\_palembang untuk menggunakan layanan iklan Instagram atau *Instagram Ads* khusus untuk konten-konten yang krusial, misalnya unggahan terkait dengan jadwal pembukaan kuota paspor. Penggunaan iklan Instagram juga baik dipertimbangkan menurut informan, mengingat minat masyarakat Indonesia rata-rata masih rendah dalam hal inisiatif membaca informasi.

c) Bagaimana pandangan informan terkait adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ?

Pertanyaan ini ditanyakan penulis kepada informan untuk memperoleh informasi terkait pandangan informan mengenai apakah sudah tepat sasaran pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dan walaupun tidak tepat sasaran apakah ada saran-saran untuk pengelolaan media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang di kemudian hari. Berikut pernyataan informan terkait dengan upaya adopsi Instagram di kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

*"Jadi sebenarnya memang pengembangan akun Instagram ini sudah tepat sasaran. Dalam artian, jangkauannya memang luas dan memang lebih diminati oleh masyarakat, dibandingkan kita mengembangkan seperti website, atau misalnya aplikasi yang tidak terlalu dipakai. Jaman sekarang udah gapake website lagi. Terus juga aplikasi itu orang pasti pilih-pilih karena akan memberatkan untuk handphone nya, jadi memang harus lebih dikembangkan untuk akunnya ini bagaimana supaya bisa menjangkau lebih dan efektifnya lebih kuat lagi, lebih tajam lagi engagementnya."*  
(Wawancara, DC, 21/02/2023)

Berdasarkan pernyataan informan, informan menyatakan bahwa pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ini sudah tepat sasaran, karena model penyampaian informasi menggunakan platform Instagram ini dari segi

jangkauan memang lebih luas dan lebih diminati oleh masyarakat. Informan juga berpendapat bahwa untuk masa-masa saat ini penggunaan website sudah tidak diminati. Sedangkan untuk menggunakan aplikasi tertentu, orang akan cenderung pilih-pilih karena kapasitas *smartphone* masing-masing orang berbeda-beda. Menurut informan, adopsi Instagram sudah tepat, hanya tinggal pengembangan akun agar lebih dapat menjangkau masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan saudara DC, dapat ditarik kesimpulan bahwa dari segi tampilan, akun Instagram @imigrasi\_palembang sudah baik, hanya perlu dipertimbangkan untuk penggunaan *grid* dalam mengunggah konten. Sedangkan dari segi luas jangkauan penyebaran informasi, menurut informan, untuk akun yang terverifikasi jangkauan informasi yang ditawarkan oleh @imigrasi\_palembang masih sangat sempit, dinilai dari jumlah *likes* dan komentar di kolom komentar. Informan menyarankan untuk memanfaatkan layanan iklan Instagram untuk memperluas jangkauan informasi dari akun @imigrasi\_palembang. Dan yang terakhir terkait dengan keputusan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang untuk mengadopsi Instagram dalam upaya memberikan pelayanan informasi yang kekinian, informan berpandangan bahwa hal tersebut sudah tepat sasaran mengingat pada masa ini website sudah kurang diminati oleh masyarakat.



#### 4.4.5 Hasil Temuan Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Tabel 6 Hasil Temuan Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
<p>Bagaimana Proses Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang</p>	<p>1. <i>Intrapreneurship and Experimentation</i> (Kemunculan <i>mavericks</i> dan eksperimen tahap awal)</p>	<p>1. Organisasi terdesentralisasi, terjadi eksperimen informal awal yang diinisiasi oleh <i>mavericks</i></p>	<p>a) Kebebasan <i>mavericks</i><sup>1</sup> dalam berkreasi membuat konten yang diunggah di Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.</p> <p>b) Pembuatan akun Instagram @imigrasi_palembang diinisiasi oleh pegawai atau perintah dari atasan?</p>	<p>a) Tetap ada ruang kreatif bagi <i>maverick</i>, tapi tidak terbuka seluas-luasnya dikarenakan tetap ada pedoman yang mengatur pengoperasian Instagram.</p> <p>b) pengadopsian media sosial khususnya Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Palembang bukan merupakan inisiatif dari <i>maverick</i>, namun merupakan respon dari perintah atasan walaupun bentuknya tidak tertulis atau dalam bentuk lisan saja</p>

<sup>1</sup> *Mavericks* : pengelola media sosial

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
		2. <i>Mavericks</i> hanya melakukan eksperimen di departemennya saja.	Apakah adopsi Instagram hanya terjadi di internal Seksi TIKIM ?	Adopsi Instagram di Kantor Migrasi kelas I Palembang tidak proses secara internal seksi TIKIM, karena memang pembuatan akun Instagram @imigrasi_palembang ditujukan untuk penyebaran informasi secara eksternal sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan eksperimen hanya secara internal saja.
		3. Eksperimen media sosial di organisasi belum menjadi pekerjaan "formal" karena belum ada aturan tertentu yang mengatur	a) Apakah pengoperasian Instagram masuk tupoksi Seksi TIKIM ? b) Apakah sudah ada pedoman khusus yang	a) pengoperasian Instagram sebagai bentuk media sosial di Kantor Migrasi Kelas I Palembang, memang

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
			mengatur pengoperasian akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ?	<p>sudah menjadi tanggung jawab dari seksi TIKIM karena termuat secara resmi dalam SOP.</p> <p>b) Terdapat pedoman resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi yang memuat secara rinci teknis pengoperasian media sosial di lingkungan Direktorat Jenderal Imigrasi</p>
		4. Bersifat <i>bottom-up</i>	Apakah Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang merupakan implementasi dari kebijakan pusat atau hasil inisiatif <i>maverick</i> ?	<p>Pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bukan merupakan hasil dari inisiatif <i>mavericks</i>, maka dari itu pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak bersifat <i>Bottom Up</i></p>

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
		5. Menggunakan standar "abu-abu" yang berasal dari inovasi sejenis yang ada sebelumnya	<p>a) Apakah ada inovasi sejenis terkait adopsi sosial media sebelum adopsi instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ?</p> <p>b) Apakah ada aturan atau standar tertentu yang digunakan sebagai pedoman dalam inovasi yang terjadi sebelumnya ?</p>	<p>Pengadopsi 5 Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak menggunakan standar abu-abu dari inovasi sejenis yang pernah ada karena sudah ada pedoman tertulis yang mengatur dan tidak ada inovasi sejenis sebelum pengadopsian Instagram.</p>
		6. Voluntarisme yang tinggi	<p>a) Apakah pengoperasian akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tupoksi Seksi TIKIM?</p> <p>b) Apakah ada insentif terkait akun pengoperasian Instagram ?</p>	<p>a) ada dokumen yang menyatakan bahwa salah satu butir tugas seksi TIKIM adalah penyampaian media informasi melalui media sosial. b) tidak ada insentif terkait pengelolaan dan pengoperasian instagram</p>

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
	2. <i>Order from Chaos</i> (Menghindari kekacauan dengan pengaduan standarisasi)	1. Peningkatan kesadaran pemanfaatan sosial media di organisasi	<p>a) Berapa banyak pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang memiliki akun Instagram ?</p> <p>b) Seberapa intens pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang mengoperasikan Instagram ?</p> <p>c) Ada rancangan pengembangan atau inovasi terkait penggunaan media sosial.</p>	<p>a&amp;b) Sebagian besar pegawai seksi TIKIM memiliki akun Instagram yang aktif digunakan, artinya hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pegawai seksi TIKIM meleak media sosial dan bahkan aktif dan intens dalam menggunakan media sosial khususnya dalam hal ini menggunakan Instagram</p> <p>c) ada rancangan pengembangan ataupun inovasi terkait penggunaan media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, yaitu pembuatan platform berita, verifikasi akun Instagram</p>

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
		2. <i>Maverick</i> mensosialisasikan ide mereka kepada stakeholder yang berkaitan	<p>a) Apa bentuk ide yang disosialisasikan kepada stakeholder ?</p> <p>b) Bagaimana penyampaian ide yang dilakukan kepada stakeholder ?</p> <p>c) Siapa saja stakeholder yang menjadi target sosialisasi ?</p>	<p>@imigrasi_palembang dan rencana pengajuan verifikasi akun Youtube resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.</p> <p><i>maverick</i> sudah melakukan upaya sosialisasi dengan berbagai cara yaitu, dengan memverifikasi akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, membuat akun Google Business dan menandai akun-akun stakeholder yang terkait dengan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang</p>

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
		3. Kemunculan standard informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan.	<p>a) Apakah pernah terjadi <i>error</i> terkait pengoperasian akun Instagram ?</p> <p>b) Apa <i>error</i> yang terjadi ?</p> <p>c) Apa kesepakatan yang lahir sebagai konsekuensi dari <i>error</i> yang terjadi ?</p>	<p>a&amp;b) Pernah terjadi <i>error</i> dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, yaitu peretasan akun Instagram @imigrasi_palembang .</p> <p>c) Tindakan preventif yang tidak tertulis sebagai upaya pencegahan terhadap kejadian yang tidak diinginkan dikemudian hari, yaitu pembatasan login akun @imigrasi_palembang , autentikasi dua faktor untuk pengamanan akun dan penggantian kata sandi akun Instagram secara berkala.</p>
		4. <i>Maverick</i> menyusun kerangka mekanisme yang	a) Apakah ada respon masyarakat terkait	sudah terjadi penyusunan kerangka

Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil
		solid, dengan umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya	pelayanan dengan media Instagram ? b) Apakah ada tindak lanjut dari respon masyarakat ?	mekanisme yang solid yang dilakukan oleh <i>mavericks</i> yang dalam hal ini adalah admin utama akun Instagram @imigrasi_palembang terhadap timbal balik masyarakat yaitu pengaduan yang dilakukan di kolom komentar ataupun melalui pesan langsung.
	3. <i>Institutionalization</i> (Institusionalisasi dan konsolidasi kebiasaan serta norma)	2 1. Publikasi strategi media sosial yang resmi atau adanya dokumen kebijakan (arahan detail mengenai penggunaan media sosial, standar produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal posting harian, ukuran untuk mengukur "impact" media sosial)	Apakah sudah ada dokumen resmi yang mengatur detail mengenai pengoperasian media sosial standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, serta ukuran untuk mengukur <i>engagement</i> dari akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ?	Kantor Imigrasi sudah memiliki pedoman yang berbentuk dokumen resmi yang memuat tentang detail pengoperasian media sosial yang didalamnya menjelaskan tentang standar produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan dan ukuran jangkauan jejaring



Rumusan Masalah	Dimensi	Indikator	Fenomena Empiris yang diamati	Hasil media sosial (engagement).
		2. Seringkali aturan yang dibuat juga berlaku untuk akun pribadi karyawan	Apakah aturan yang mengatur pengoperasian akun pribadi pegawai Kantor Imigrasi kelas I TPI Palembang ?	Aturan yang dijadikan acuan dalam pengoperasian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak berlaku bagi Instagram pribadi milik pegawai.
		3. Posisi <i>mavericks</i> beralih menjadi <i>Social Media Director</i>	Apakah ada pegawai yang khusus mengurus Instagram milik kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang ?	posisi <i>social media director</i> atau pegawai yang khusus hanya mengelola media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang hingga hari ini belum ada dikarenakan sistem manajemen SDM yang bersifat rolling

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

**4.4.6 Tabel Checklist 3 Tahap Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

**Tabel 7 . Tabel Checklist 3 Tahap Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang**

No.	Tahap	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
1.	Tahap 1 : <i>Intrapreneurship and Experimentation</i>	Organisasi yang terdesentralisasi, terjadi eksperimen informal di kalangan <i>mavericks</i>	X	Struktur pembuatan kebijakan di Kantor Imigrasi khususnya terkait dengan pengelolaan media sosial di seksi TIKIM bersifat sentralisasi (berasal dari atasan)
		<i>Mavericks</i> hanya melakukan eksperimen di departemennya saja	X	Eksperimen langsung terjadi dengan masyarakat sebagai pihak eksternal.
		Eksperimen media sosial belum menjadi kegiatan "formal" karena belum ada aturan yang mengatur	X	Sudah ada pedoman resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi terkait dengan pengelolaan dan pengoperasian media sosial Imigrasi.
		Bersifat Bottom-Up	X	Pembuatan akun Instagram @imigrasi_palembang dibuat dari perintah lisan atasan dan didukung oleh dokumen resmi yang terbit sesudahnya.
		Menggunakan standar abu-abu yang berasal dari inovasi sejenis sebelumnya.	X	Tidak ada inovasi sejenis sebelumnya, inovasi terkait media sosial muncul bersamaan, sehingga tidak ada standar yang sudah ada sebelumnya untuk dijadikan acuan.
Voluntarisme yang tinggi.	X	Pengelolaan sosial media, khususnya dalam hal ini pengelolaan Instagram sudah diterangkan		

No.	Tahap	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
				dalam SK untuk menjadi tugas pokok pegawai seksi TIKIM.
2.	Tahap 2 : Order From Chaos	Peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi	√	Terjadi peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial yang dinilai dari aktivitas penggunaan akun Instagram pribadi pegawai, dan adanya rencana pengembangan media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dengan membuat media berita dan melakukan verifikasi terhadap akun Youtube resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.
<i>Mavericks</i> mensosialisasikan keberadaan akun Instagram kepada stakeholder yang berkaitan		√	<i>Mavericks</i> mensosialisasikan keberadaan akun Instagram @imigrasi_palembang dengan cara memasang banner, memverifikasi akun, membuat layanan <i>Google Bussiness</i> dan menandai akun Instagram resmi milik <i>stakeholder</i> yang berkaitan.	
Kemunculan standar informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan		√	Pernah terjadi <i>error</i> dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yaitu peretasan akun, standar informal yang dibentuk adalah pembatasan login akun, autentikasi dua faktor terhadap akun dan pergantian kata sandi secara berkala	

No.	Tahap	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
		Maverick menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai umpan balik dari publik sebagai dasar penyusunannya.	√	Umpan balik diberikan masyarakat dalam bentuk pengaduan keluhan dan pertanyaan seputar layanan imigrasi di kolom komentar dan DM. Kerangka mekanisme layanan pengaduan secara online disusun sebagai respon terhadap timbal balik yang diberikan masyarakat.
3.	Tahap 3 : <i>Institutionalization and Consolidation</i>	Adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial : standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan, serta ukuran untuk mengatur jangkauan jejaring ( <i>engagement</i> )	√	Ada dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi. Dokumen tersebut adalah Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 yang memuat tentang standard produksi informasi, hak properti intelektual, jadwal unggahan serta ukutan untuk mengatur jangkauan jejaring.
Aturan media sosial instansi yang diberlakukan pada akun pribadi pegawai		X	Berdasar pada Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002 tidak ada aturan yang juga diberlakukan pada akun pribadi pegawai Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.	
Posisi <i>Mavericks</i> berubah menjadi <i>Social Media Director</i>		X	Tidak ada posisi khusus yang hanya mengerjakan pengelolaan media sosial di seksi TIKIM. Semua pegawai seksi TIKIM bertanggungjawab	

No.	Tahap	Indikator	Checklist	Fakta Lapangan
				secara umum terkait dengan pengoperasian media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

Tabel 8 menunjukkan keberadaan indikator yang disebutkan oleh teori <sup>6</sup> *A Three Stages Adoption Process for Social Media Use in Government* menurut Mergel dan Bretschneider (2013), untuk mengidentifikasi sebuah proses adopsi media sosial di sebuah instansi masuk kedalam tahap tertentu, maka dalam proses adopsi media sosial di instansi tersebut harus memenuhi indikator-indikator tertentu yang dimuat dalam teori Mergel dan Bretschneider (2013). Dapat dilihat pada tabel 8, tabel checklist indikator masing-masing tahapan, bahwa setelah melalui proses pengumpulan dan analisis data diperoleh bahwa adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk ke dalam tahap 2 : *order from chaos* menurut teori <sup>6</sup> *A Three Stages Adoption Process for Social Media Use In Government* menurut Mergel dan Bretschneider (2013). Hasil analisis ini diperkuat pula dengan hasil olahan data yang diolah oleh penulis menggunakan NVIVO, dimana diagram menunjukkan bahwa untuk Tahap 2 : *Order From Chaos*, hasil diagram terlihat lebih besar dibandingkan dengan tahap 1 dan tahap 3, sehingga memperkuat argumen bahwa proses adopsi Instagram adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masukke dalam tahap 2 : *order from chaos* berdasarkan teori Mergel dan Bretscheneider (2013).

Grafik 3 Hasil Analisis Data menggunakan NVIVO

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

#### 4.5 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan penulis untuk berusaha mengungkapkan bagaimana proses adopsi media sosial khususnya Instagram di salah satu instansi pelayanan yang bergerak di sektor publik yaitu Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Lebih spesifik lagi, penelitian ini berusaha mengidentifikasi proses adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap mana menurut teori *Three Stages Adoption Process For Social Media Use in Government*. Dari hasil yang telah diuraikan pada subbab sebelumnya dapat dilihat sebagai berikut.

Menurut Setyorini (2022), proses adopsi TikTok di lingkungan Kementerian Keuangan memasuki tahap 2 : *order from chaos*. Hal ini sama dengan yang terjadi pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Kesamaan hasil penelitian ini kemungkinan besar terjadi karena karakteristik instansi pemerintahan di Indonesia cenderung sama, termasuk dalam hal pengadopsian media sosial dalam upaya memberikan layanan informasi yang hari-hari ini sedang marak terjadi di instansi pemerintah.

Mergel dan Bretschneider (2013) menyatakan bahwa penggunaan media sosial di pemerintah Amerika Serikat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu jaringan perhatian pasif diantara para praktisi media sosial serta pada tingkat yang jauh lebih rendah , panduan formal dari manajemen puncak (awalnya kurang). Hal ini cukup dapat diidentifikasi juga pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI

**Commented [2]:** Di sub-bab ini, kamu harus secara mengulas kelemahan penelitian ini (1 paragraf saja) dan menawarkan agenda penelitian selanjutnya terkait topik adopsi media sosial (1 paragraf saja).

Palembang. Jaringan pasif diantara para praktisi media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dalam hal ini para maverick mempengaruhi pola adopsi media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Seperti misalnya pola kerja pengelolaan akun Instagram dan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dimana setiap pegawai yang bekerja di Seksi TIKIM harus mampu mengoperasikan media sosial walaupun mungkin hanya secara sederhana, berdampak pada pengelolaan media sosial khususnya Instagram yang terus bergerak dan tidak jalan ditempat karena tidak hanya mengandalkan satu orang. Faktor kedua adalah panduan formal dari manajemen puncak. Panduan ini, jika diamati pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang adalah berupa Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002. HH.01.01 Tahun 2022. Setelah muncul pedoman tersebut, pengelolaan media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, khususnya Instagram menjadi lebih terarah baik dari segi tampilan akun, perawatan akun, dan lain sebagainya.

Pangsetu (2020) menemukan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka familiar dengan media sosial. Hal ini berdampak pada proses persuasi inovasi media kepada jajaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menjadi relatif cepat. Hal ini pun terjadi pada proses persuasi inovasi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang khususnya untuk awal adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Karena setiap pegawai yang bertanggung jawab mengelola media sosial, dalam hal ini pegawai seksi TIKIM sudah melek media sosial, ketika ada arahan untuk mengadopsi media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, prosesnya cenderung tidak lama karena “calon” operator media sosial sudah terlebih dahulu mengoperasikan akun pribadinya untuk kepentingan pribadi sebelum arahan dari

manajemen pusat hadir terkait dengan adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Lebih lanjut Pangestu (2020) menyatakan bahwa media sosial terbukti efektif dalam mempublikasikan informasi, jangkauan luas, biaya operasional lebih murah dan prosesnya lebih mudah. Hal ini pun selaras dengan yang terjadi pada adopsi Instagram sebagai salah satu turunan dari media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Instagram terbukti cukup efektif dalam publikasi informasi yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terkait dengan pelayanan yang ditawarkan kepada publik. Selain itu jangkauan akun @imigrasi\_palembang cukup luas untuk dapat dicari oleh siapa saja yang membutuhkan informasi terkait layanan Imigrasi di Kota Palembang. Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan. Dengan pengoperasian dan pengelolaan Instagram yang baik maka secara tidak langsung hal ini membantu membentuk serta membangun citra Kantor Imigrasi kelas I Palembang menjadi baik. Belum lagi respon masyarakat yang dapat langsung dituangkan melalui media Instagram terkait dengan pelayanan yang diberikan kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang kepada publik. Para pengambil kebijakan dapat mengambil kebijakan berdasarkan masukan-masukan yang diberikan publik melalui platform media sosial, khususnya dalam hal ini Instagram.

Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Hisham, dkk. (2015). Penggunaan media sosial Instagram di lingkungan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berdampak baik pada berbagai bidang. Salah satunya membuat Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang menjadi cepat membaca situasi, ataupun tren yang sedang berkembang di ranah publik. Dengan kemampuan membaca situasi yang cepat



membuat Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berpeluang lebih cepat mengakomodir situasi atau tren yang sedang berkembang di publik, dan ini tentu berdampak bagi penilaian publik terhadap pelayanan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Kosasi (2017), dimana adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi kecil dan menengah. Model komunikasi satu arah adalah model komunikasi yang seringkali dianut oleh lembaga instansi pemerintah dalam pola komunikasi dengan masyarakat. Komunikasi yang dijalin cenderung kurang memancing masyarakat untuk terlibat aktif khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Hal ini terjadi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, jika diamati akun Instagram @imigrasi\_palembang cenderung hanya berifat informatif tetapi kurang dari segi interaksi. Fenomena semacam ini juga terjadi di instansi lainnya seperti yang disampaikan oleh Purworini (2014).

Dekker (2020) dalam penelitiannya tentang adopsi media sosial di institut kepolisian menjelaskan bahwa dalam proses adopsi media sosial terdapat banyak hambatan. Hambatan dalam proses adopsi media sosial, khususnya media sosial Instagram juga terjadi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Pasti ada hambatan dalam pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seperti misalnya dari segi Sumber Daya Manusia, dimana tidak semua pegawai di seksi TIKIM mahir mengoperasikan dan berkreasi dengan media sosial Instagram, mungkin dari segi biaya operasional, dan lain sebagainya yang bisa diteliti lebih lanjut dalam penelitian lanjutan.

Reddick dan Norris (2013) dalam penelitiannya yang menggunakan data di tahun 2011, menyatakan bahwa rata-rata pemerintah daerah di Amerika pada waktu itu sudah menggunakan paling tidak satu media sosial dalam pelayanan publik yang diberikan. Dari hasil penelitian ini, mengingat saat ini sudah menginjak tahun 2023, maka sangat wajar jika Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah mengadopsi beberapa media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan pemberian layanan kepada publik. Salah satu nya Instagram. Penggunaan media sosial <sup>3</sup> di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang merupakan salah satu upaya untuk menjadi lembaga pelayanan publik yang tetap relevan dengan perkembangan jaman.

Santoso, dkk (2020) dalam penelitiannya yang bertajuk "*Social Media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement*" menemukan bahwa walaupun pemerintah sudah memberikan konten berisi informasi kepada masyarakat, namun keterlibatan masyarakat masih rendah. Hal ini mirip dengan yang disampaikan oleh Purworini (2014) dan memang betul juga terjadi pada adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dimana akun masih kurang interaktif walapun konten sudah cukup informatif bagi masyarakat.

Bhatia dan Mabillard (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa hingga saat ini pemerintah kota Swiss dan Austria masih lebih intens menggunakan media lokal seperti buletin dan jurnal kota dibandingkan dengan menggunakan media sosial. Hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor tentunya. Untuk dikantor Imigrasi, media lokal milik Imigrasi justru akan segera dibuat yaitu dalam bentuk media berita lokal milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palenbang. Jadi justru fenomena yang terjadi kebalikan dari fenomena yang terjadi di Swiss dan Austria. Di Swiss dan Austria media lokal sudah terlebih dahulu eksis dibanding media sosial, sedangkan di Kantor Imigrasi

Kelas I TPI Palembang, fenomena yang terjadi justru sebaliknya yaitu Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terlebih dahulu mengadopsi media sosial, menginisiasi nilai-nilai yang ada di dalamnya lalu membuat rancangan untuk membuat media berita milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang nantinya akan menjadi media lokal resmi.

Tabel 8 Ringkasan Pembahasan

No.	Judul / Penulis	Hasil Penelitian	Hasil Penelitian ini
1.	Adopsi media sosial oleh pemerintah: studi kasus akun TikTok kementerian keuangan (Setyorini, 2022)	Proses adopsi TikTok di lingkungan Kementerian Keuangan memasuki tahap 2 : <i>order from chaos</i>	Proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap 2 : <i>order from chaos</i>
2.	<i>Social Media Adoption and resulting tactics in the US federal government.</i> (Mergel & Bretchneider, 2013)	Penggunaan media sosial di pemerintah Amerika Serikat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu jaringan perhatian pasif diantara para praktisi media sosial serta pada tingkat yang jauh lebih rendah , panduan formal dari manajemen puncak (awalnya kurang).	Jaringan pasif diantara para praktisi media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dalam hal ini para maverick mempengaruhi pola adopsi media sosial di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang
3.	<i>Social Media Adoption at the American Grass Roots : Web 2.0 or 1.5 ?</i> (Norris, 2013)	Rata-rata pemerintah daerah di Amerika sudah mengadopsi media sosial setidaknya satu jenis media sosial dalam layanan publik (pada tahun 2011)	Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah mengadopsi beberapa media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan pemberian layanan kepada publik .
4.	Model Informasi Publik di Era Media Sosial : Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo Purworini (2014)	Model komunikasi satu arah adalah model komunikasi yang seringkali dianut oleh lembaga instansi pemerintah dalam pola komunikasi dengan masyarakat. Komunikasi yang dijalin cenderung kurang memancing masyarakat untuk terlibat aktif khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat.	Akun Instagram @imigrasi_palembang cenderung hanya berifat informatif tetapi kurang dari segi interaksi.
5.	Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan	Media sosial terbukti efektif dalam mempublikasikan	Instagram terbukti cukup efektif dalam publikasi informasi

No.	Judul / Penulis	Hasil Penelitian	5. Hasil Penelitian ini
	Kebudayaan Majalengka (Pangestu, 2020)  3	informasi, jangkauan luas, biaya operasional lebih murah dan prosesnya lebih mudah	yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terkait dengan pelayanan yang ditawarkan kepada publik.
6.	<i>Social Media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement</i> (Santoso, 2020)	Walaupun pemerintah sudah memberikan konten berisi informasi kepada masyarakat, namun keterlibatan masyarakat masih rendah	Akun masih kurang interaktif walupun konten sudah cukup informatif bagi masyarakat.
7.	<i>How do cities use their communication channels? (A study of social media adoption in two European federal states)</i> (Iris Bhatia, 2022)	Hingga saat ini pemerintah kota Swiss dan Austria masih lebih intens menggunakan media lokal seperti buletin dan jurnal kota dibandingkan dengan menggunakan media sosial.	Fenomena yang terjadi kebalikan dari fenomena yang terjadi di Swiss dan Austria. Di Swiss dan Austria media lokal sudah terlebih dahulu eksis dibanding media sosial, sedangkan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, fenomena yang terjadi justru sebaliknya yaitu Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang terlebih dahulu mengadopsi media sosial
8.	<i>Public Sector Adoption of Social Media</i> (Hisham, et.al, 2015)  6	Faktor adopsi media sosial dapat bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan, termasuk pengambil keputusan adopsi sektor publik, media sosial, dan petugas komunikasi.	Penggunaan media sosial Instagram di lingkungan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berdampak baik pada berbagai bidang.
9.	<i>Social media adoption in the police: Barriers and Strategies</i> (Dekker, 2020)	Polisi berurusan dengan berbagai hambatan untuk adopsi media sosial yang menjelaskan praktik yang berbeda.	Pasti ada hambatan dalam pengadopsian Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, seperti misalnya dari segi Sumber Daya Manusia, dimana tidak

No.	Judul / Penulis	Hasil Penelitian	Hasil Penelitian ini
			semua pegawai di seksi TIKIM mahir mengoperasikan dan berkreasi dengan media sosial Instagram, mungkin dari segi biaya operasional, dan lain sebagainya yang bisa diteliti lebih lanjut dalam penelitian lanjutan.
10.	Inovasi Teknologi Media Sosial : Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi (Kosasi, 2017)	Adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi kecil dan menengah	Adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi kecil dan menengah.

Sumber : Diolah oleh Penulis (2023)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dengan berdasar pada hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa proses adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap ke 2 : *order from chaos* menuju ke tahap 3 : *Institutionalization and Consolidation* menurut teori *A Three Stages Adoption Process For Social Media Use in Government* menurut Mergel & Bretschneider (2013) atau dalam bahasa Indonesia teori 3 Tahap Proses Adopsi Media Sosial di Pemerintah. Berikut uraian kesimpulan dari hasil penelitian yang dirangkum oleh penulis.

##### **1. Tahap 1 : *Intrapreneurship and Experimentation***

Dalam tahap ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mergel dan Bretschneider (2013) ada 6 indikator yang menandakan sebuah proses adopsi media sosial di pemerintah masuk kedalam tahap 1. Indikator pertama yaitu organisasi sifatnya terdesentralisasi dan terjadi eksperimen informal awal yang dilakukan oleh *mavericks*. Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak memenuhi indikator ini karena setelah dianalisis, tipe organisasi di Kantor Imigrasi bersifat sentralisasi khususnya dalam pengadopsian Instagram karena pembuatan akun Instagram dan akun media sosial lainnya milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bukan merupakan inisiatif dari pegawai, melainkan perintah dari atasan walaupun awalnya perintah hanya bersifat lisan.

Indikator kedua yaitu *mavericks* hanya melakukan eksperimen di internal organisasinya saja. Proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas ITPI Palembang juga tidak memenuhi indikator ini dikarenakan pembuatan akun Instagram saat pertama kali dibuat langsung ditujukan untuk memberikan informasi secara eksternal sehingga tidak ada proses uji coba internal.

Indikator yang ketiga yaitu eksperimen terkait pengoperasian media sosial belum menjadi pekerjaan formal karena belum ada aturan tertentu yang mengatur. Proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang juga tidak memenuhi indikator ini, dikarenakan sudah adanya pedoman terkait pengoperasian media sosial yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi serta adanya dokumen yang memuat bahwa pengoperasian media sosial menjadi salah satu butir tugas pokok seksi TIKIM.

Indikator yang keempat yaitu, bersifat *bottom-up*. Proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang juga tidak memenuhi indikator ini. Seperti pembahasan sebelumnya, mulai dari pembuatan awal akun media sosial, semuanya berasal dari perintah atasan bukan merupakan hasil inisiatif dari pegawai.

Indikator kelima yaitu, menggunakan standar abu-abu yang berasal dari inovasi sejenis sebelumnya. Indikator kelima dari tahap 1 ini juga tidak dipenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hal ini dikarenakan semua inovasi yang terkait media sosial terjadi bersamaan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, sehingga tidak ada inovasi sejenis yang ada sebelumnya, ditambah lagi, sudah ada standar yang jelas terkait pengoperasian media



sosial yaitu pedoman pengoperasian media sosial yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi. Sehingga tidak ada lagi standar abu-abu.

Indikator keenam dari tahap pertama proses adopsi media sosial di pemerintah yaitu adanya voluntarisme yang tinggi. Voluntarisme yang tinggi ditandai dengan tidak adanya insentif bagi pengerjaan operasional pengelolaan Instagram dan tugas pengelolaan media sosial tidak termasuk dalam tugas pokok pegawai. Pada proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi kelas I TPI Palembang, memang tidak ada insentif khusus bagi pegawai terkait dengan tugas pengoperasian dan pengelolaan akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, akan tetapi hal ini adalah hal yang wajar dikarenakan tugas pengoperasian dan pengelolaan Instagram termasuk salah satu butir tugas seksi TIKIM untuk menyebarkan informasi terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Sehingga proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak memenuhi indikator keenam.

Dari uraian terkait 6 indikator dari tahap 1 proses adopsi media sosial di pemerintah menurut Mergel dan Bretschneider, proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak masuk kedalam tahap 1 karena tidak memenuhi semua indikator yang mengindikasikan proses adopsi media sosial masuk kedalam tahap 1 proses adopsi media sosial di pemerintah.

## **2. Tahap 2 : *Order from Chaos***

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mergel dan Bretschneider (2013), proses adopsi media sosial masuk kedalam tahap ke 2 apabila memenuhi 4 indikator yaitu peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi, ada upaya

*maverick* untuk mensosialisasikan proses adopsi media sosial kepada stakeholder yang berkaitan, kemunculan standar informal sebagai hasil dari konsekuensi yang sebetulnya tidak diinginkan, serta *maverick* menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai umpan balik dari respon publik.

Indikator pertama yaitu peningkatan kesadaran pemanfaatan media sosial di organisasi dipenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar pegawai yang sudah familiar dengan penggunaan Instagram sebagai salah satu media sosial yang digunakan sehari-hari oleh pegawai dan adanya rancangan pengembangan media sosial berupa rencana verifikasi akun Youtube milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dan pembuatan media berita milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Sehingga proses adopsi media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memenuhi indikator pertama dari tahap kedua proses adopsi media sosial di pemerintah.

Indikator kedua yaitu adanya upaya sosialisasi yang dilakukan oleh *maverick* terkait dengan proses adopsi media sosial. Upaya ini dapat dilihat dari upaya pemasangan papan, banner dan reklame terkait media sosial yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, verifikasi akun Instagram @imigrasi\_palembang, pembuatan *Google Business*, dan menandai akun stakeholder terkait. Dengan upaya tersebut, proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang memenuhi indikator ini.

Indikator ketiga, yaitu kemunculan standar informal sebagai hasil dari konsekuensi yang tidak diinginkan. Indikator ini sudah terpenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hal tersebut dikarenakan sudah

ada standard informal berbentuk pembatasan *login* Instagram oleh pegawai TIKIM dan penggantian *password* secara berkala karena pernah terjadi hilangnya akun akibat diretas oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

Indikator keempat, yaitu maverick menyusun kerangka mekanisme yang solid sebagai umpan balik terhadap respon masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan. Indikator ini pun dipenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang karena *mavericks* membuat alur pengaduan secara daring dari keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media sosial.

Dengan terpenuhinya keempat indikator yang mengindikasikan sebuah proses adopsi media sosial di pemerintah masuk kedalam tahap ke 2 : *order from chaos*, maka dapat dipastikan proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang masuk kedalam tahap ke 2 adopsi media sosial di pemerintahan menurut Mergel dan Bretschneider (2013).

### **3. Tahap 3 : *Institutionalization and Consolidation***

Terdapat 3 indikator yang menandai sebuah proses adopsi media sosial di sebuah instansi pemerintah masuk kedalam tahap ke 3 menurut Mergel dan Bretschneider (2013), yaitu adanya dokumen resmi yang mengatur detail pengoperasian media sosial, aturan media sosial instansi yang berlaku bagi akun pribadi pegawai dan perubahan posisi *mavericks* yang berubah menjadi *Social Media Director*.

Indikator pertama dalam tahap ketiga proses adopsi media sosial di pemerintah dipenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Hal ini dikarenakan memang sudah ada pedoman resmi yang dikeluarkan oleh

<sup>1</sup> Direktorat Jenderal Imigrasi, yaitu Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0002.HH.01.01.

Indikator kedua dalam tahap ketiga proses adopsi media sosial di pemerintah menurut Mergel dan Bretschneider (2013) adalah ketika aturan media sosial milik instansi diberlakukan pula bagi akun pribadi pegawai. Indikator ini tidak terpenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

Indikator kedua yang menandai proses adopsi media sosial di pemerintah masuk kedalam tahap 3 menurut Mergel & Bretschneider (2013) adalah ketika posisi *mavericks* berubah menjadi *social media director*. Hal ini tidak terjadi dan tidak memungkinkan untuk terjadi di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang karena sistem perputaran pegawai yang digunakan dalam manajemen sumber daya manusia di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Sehingga proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak memenuhi indikator ini.

Dari 3 indikator yang mengindikasikan proses adopsi media sosial masuk ke dalam tahap 3 : *Institutionalization and Consolidation* , hanya 1 indikator yang terpenuhi dalam proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Sehingga proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang tidak masuk tahap ke 3 Proses Adopsi Media Sosial di Pemerintah menurut Mergel dan Bretschneider (2013).

Dari semua hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, tentu masih banyak kelemahan-kelemahan yang ada. Penelitian ini cenderung hanya mengungkap dan mengidentifikasi sudah di tahap mana sebuah proses adopsi media sosial yang terjadi dalam sebuah instansi pemerintah. Untuk penelitian lebih lanjut, selain daripada

mengidentifikasi sebuah proses adopsi media sosial sudah sampai di tahap apa berdasarkan dengan teori yang digunakan, dapat ditambahkan dengan faktor-faktor yang menyebabkan sebuah proses adopsi media sosial di pemerintah masuk kedalam tahap tertentu, sehingga lebih tampak nyata hubungan sebab akibat dari fenomena yang sedang diteliti.

## 5.2 Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut rekomendasi yang dapat diberikan penulis :

1. Untuk pengelola dan operator Akun Instagram @imigrasi\_palembang, sebaiknya tampilan akun Instagram @imigrasi\_palembang dapat dibuat lebih rapih lagi dengan cara menyusun *colour pallete* yang seragam sehingga lebih menarik untuk dilihat dari segi estetika.

2. Admin yang memegang akun @imigrasi\_palembang dapat lebih aktif dan interaktif dalam membalas respon yang diberikan oleh masyarakat di kolom komentar atau pun di *direct message* guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

3. Operator akun Instagram @imigrasi\_palembang memperluas jejaring akun dengan cara mengaktifkan iklan Instagram atau *Instagram Ads* khususnya untuk unggahan yang bersifat informatif seperti pembukaan kuota paspor.

4. Untuk pengelola akun Instagram @imigrasi\_palembang, apabila situasi dan kondisi organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, tidak harus dipaksa untuk menuju ke tahap selanjutnya, karena berdasarkan teori pun tidak semua tahapan ideal bagi kondisi dan situasi organisasi

**Commented [3]:** Bagaimana saran untuk aktor-aktor di Pemerintah Pusat? Atau, pimpinan Kantor Imigrasi di Kota Palembang?

**Commented [W4R3]:**

5. Untuk aktor Pemerintah Pusat, lebih peka terhadap perubahan tren penggunaan media sosial, sehingga dapat menangkap apa yang sedang menjadi tren di masyarakat dan menjadi lebih dekat dengan masyarakat khususnya dalam upaya pelayanan publik yang optimal.

6. Untuk Pimpinan Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, mengarahkan operator ataupun admin Instagram Kelas I TPI Palembang untuk membuka seluas-luasnya interaksi dengan publik tidak hanya melalui media sosial Instagram saja namun juga <sup>1</sup> media sosial lainnya yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang guna meningkatkan kepercayaan <sup>3</sup> publik terhadap Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.

7. Untuk penelitian di kemudian hari selain platform media sosial, riset-riset tentang organisasi publik bisa menggunakan data komentar para pengunjung tentang organisasi publik di Google Map Review.

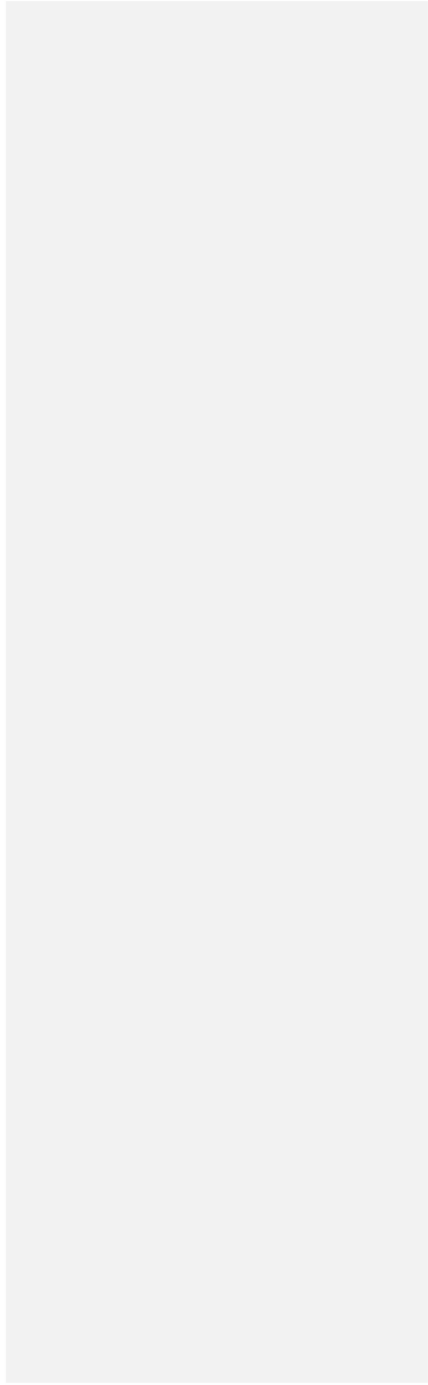
### DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Sahya. 2015. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Arikunto, S. 1986. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Cahyono, A. S. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Dekker, R. (2020). Social media adoption in the police: Barriers and Strategies. *Government Information Quarterly*, 30(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101441>
- Dwiyono, P. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly). *Universitas Muhammadiyah Malang*, 51(1), 51. [http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%20II.pdf)
- Furqon, A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Aini Rakhmawati, N. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet Analysis of Local Government Social Media in Indonesia Based on Netizen Response. *Jurnal Sositoteknologi*, 17(2), 177–184. <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/viewFile/6488/3382>.
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Ismail, Ahmad, Amril Hans, H. M. (2019). Online Social Movement: Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia. *Etnosia : Jurnal Etnografi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.31947/etnosia.v4i1.5039>
- Ismail, A., Munsil, H., & Hans, A. (2019). Online Social Movement: Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 4(1), 91. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v4i1.5039>
- Karman. (2014). Social Media : Between Freedom and Exploitation. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 75–88.
- Kosasi, S. (2017). Inovasi Teknologi Media Sosial: Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 131136. <http://www.knsi.stikombali.ac.id/index.php/e proceedings/article/view/25>

- Kurniasih, N. (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah. *Forum Kehumasan Kota Tangerang*, September, 1–22. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15820.41609>
- 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.
- M. Hisham M. Sharif & Indrit Troshani & Robin Davidson. (2015). Public Sector Adoption of Social Media. *Journal of Computer Information Systems*, 55(4). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101441>
- Mergel, I., & Bretschneider, S. I. (2013). A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government. *Public Administration Review*, 73(3), 390–400. <https://doi.org/10.1111/puar.12021>
- Pangestu. (2020). Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka. *Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 3(3). <https://doi.org/10.15575/ANNABA.V3I3.2270>
- Panjaitan, D. T. M. R., & Pardede, P. D. K. (2019). *Administrasi Publik*.
- Pasolong. (2014). gabungan Teori Administrasi. In *Teori Administrasi*.
- Pramesi Salsabella Adista Trisnu. (2021). *Apa itu Masyarakat 5.0, Karakteristik, dan Contoh Implementasinya*. <https://Tirto.Id/>. <https://tirto.id/apa-itu-masyarakat-50-karakteristik-dan-contoh-implementasinya-gjWz>
- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo. *Jurnal Komuniti*, 6(1), 3–15.
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia"*. <https://DataIndonesia.Id/>. <https://dataIndonesia.id/digital/detail/a-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Rogers, R. (2019). Digital Methods. *Digital Methods*, January 2013. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8718.001.0001>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, *Jurnal Humaniora. Universitas Bina Sarana Informatika*, 1.
- Setiawan, daryanto. (2017). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211.
- Setyorini, E. (2022). Adopsi media sosial oleh pemerintah: studi kasus akun TikTok kementerian keuangan. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 253–276. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3966>
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Administrasi*. CV. Pustaka Setia.



- Suryadharna, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *Information Technology*, 2, 1–10. <http://ejurnal.itats.ac.id/index.php/integer/article/view/174>
- Taufik, T. (2020). 8182-26108-2-Pb. *Birokrasi Baru Untuk New Normal: Tinjauan Model Perubahan Birokrasi Dalam Pelayanan Publik Di Era Covid-19*, 2(1), 1–18. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dialogue/article/view/8182>
- Vania, H. F. (2020). *73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi dari Media Sosial*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/profile/hanna-farah-vania>
- W, Y. H. (2022). *Tantangan Administrasi Publik di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. <https://Jogja.Tribunnews.Com/>. <https://jogja.tribunnews.com/2022/10/31/tantangan-administrasi-publik-di-era-revolusi-industri-40-dan-society-50>
- Yayasan Sekolah Alam Digital. (2020). *17 Tujuan SDGs*. Pustakaborneo.Org. <https://pustakaborneo.org/esd-sdgs/sdgs/17-tujuan-sdgs.html#gsc.tab=0>



# Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

## ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to poltekim Student Paper	2%
2	media.neliti.com Internet Source	2%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
4	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	1%
7	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
8	www.slideshare.net Internet Source	1%
9	repository.poliupg.ac.id Internet Source	1%

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 1%

Exclude bibliography      On

## SURAT KETERANGAN PENGECEKAN SIMILARITY

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yoana Puteri Adinda  
Nim : 07011281924085  
Prodi : Administrasi Publik  
Fakultas : FISIP

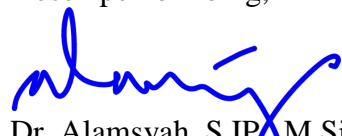
Menyatakan bahwa benar hasil pengecekan similarity Skripsi/Tesis/Disertasi/Lap. Penelitian yang berjudul “Adopsi Media Sosial di Sektor Publik (Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang)” adalah 10 %. Dicek oleh operator \*:

1. Dosen Pembimbing
2. UPT Perpustakaan
3. Operatur Fakultas.....

Demikianlah surat keterangan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat saya pertanggung jawabkan.

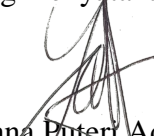
Palembang, 27 Maret 2023

Menyetujui  
Dosen pembimbing,



Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si  
NIP. 197808182009121003

Yang menyatakan,



Yoana Puteri Adinda  
NIM. 07011281924085

\*Lingkari salah satu jawaban tempat anda melakukan pengecekan Similarity