

ANALISIS KINERJA MEDIA SOSIAL OPD PEMERINTAH KOTA BANDUNG DALAM PENYIARAN KEBIJAKAN PUBLIK

Rahmina Puspa Aliza Ridwan¹ , Said Bambang Nurcahya², Anisa Nursyabani³

Politeknik Pajajaran ICB Bandung Indonesia 40192^{1,2,3}

rahmina.puspa@poljan.ac.id¹, said.bambangnurcahya@poljan.ac.id², anisa.nursyabani@poljan.ac.id³

Abstract

Public Policy is an agreed rule to be issued and used to regulate people, groups, and officials. In broadcasting information, local governments have switched to using social media in broadcasting information on work programs and public policies. The effectiveness and information conveyed quickly and correctly is used to influence people's behavior. The city of Bandung with it's large population and the most active social media users, through the Regional Apparatus Organization (OPD) has used social media Instagram, Facebook, and Twitter. The performance analysis of social media is done to each of OPD in the Bandung City Government in broadcasting public policies according to the given tupoksi. The methodology used in this study is descriptive analysis, an analysis used by the majority of analysts, to display statistics through mathematical calculations. Its function is to find out the description of the distribution of sample or population data. So that the data will be easier to understand and more informative. The data analyzed are the number of OPD social media followers, the number of activity/policy submissions, what are the most popular policies being discussed, how many people discuss the most popular policies, what day the policy discussion gets follower interaction, how many followers interact. From this analysis, suggestions and recommendations aimed at the Bandung City Government can be used to improve and improve the management of social media so that public policy information broadcasts can be used to influence public behavior at large.

Keywords: *Social Media, Public Policy, Broadcasting, OPD Performance, Bandung City*

Abstrak

Kebijakan Publik adalah aturan yang sudah disepakati untuk dikeluarkan dan dipakai untuk mengatur orang, kelompok, serta pejabat. Dalam menyiarkan informasi, Pemerintah Daerah sudah beralih menggunakan media sosial dalam penyiaran informasi program kerja dan kebijakan publik. Efektifitas dan informasi yang tersampaikan secara cepat dan benar dipakai untuk mempengaruhi perilaku masyarakat. Kota Bandung dengan populasi masyarakatnya yang besar dan pengguna media sosial teraktif, melalui Organisasi Perangkat Daerah (OPD) telah menggunakan media sosial instagram, facebook, dan twitter. Analisa kinerja media sosial dilakukan di setiap OPD Pemerintah Kota Bandung dalam penyiaran kebijakan publik sesuai dengan tupoksi yang ditetapkan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif, metode analisis ini merupakan analisis yang digunakan oleh mayoritas analis, untuk menampilkan statistik melalui perhitungan matematis. Fungsinya adalah untuk mengetahui gambaran penyebaran data sampel atau populasi. Sehingga data tersebut akan mudah dipahami dan lebih informatif. Adapun data yang di analisis adalah jumlah pengikut media sosial OPD, jumlah kiriman kegiatan/kebijakan, kebijakan terpopuler apa yang menjadi pembicaraan, berapa orang yang membahas kebijakan terpopuler, hari apa pembahasan kebijakan mendapat interaksi pengikut, dan berapa pengikut yang melakukan interaksi. Dari analisis ini kemudian saran dan rekomendasi yang ditujukan untuk Pemerintah Kota Bandung dapat digunakan dalam perbaikan dan peningkatan pengelolaan media sosial sehingga penyiaran informasi kebijakan publik bisa digunakan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat secara luas.

Kata Kunci : **Media sosial, Kebijakan Publik, Penyiaran, Kinerja OPD, Kota Bandung**

Corresponding Author : said.bambangnurcahya@poljan.ac.id

PENDAHULUAN

Kota Bandung terletak di ibukota provinsi Jawa Barat dan telah menjadi kota metropolitan. Kehidupan dan masyarakat yang sangat beragam membuat Pemerintah Daerah Kota Bandung harus mampu membuat kebijakan publik yang mensejahterakan rakyat. Menurut Badan Pusat Statistik, Kota Bandung di proyeksikan memiliki penduduk interim 2020 -2023 sebanyak 2.452.943 jiwa dengan rasio pertumbuhan 0,45 persen. Kebijakan Publik Kota Bandung pada tahun 2022 terbanyak pada pelayanan, dan pelayanan paling banyak dilakukan adalah pelayanan kesehatan khususnya menangani Pandemi Covid 19. Kunci keberhasilan penanganan pandemi adalah kolaborasi antar lini mulai tingkat RT, RW, Kelurahan dan Puskesmas yang menjadi ujung tombak dalam memberikan informasi imunisasi Vaksin Covid 19. Pemerintah Kota Bandung memiliki 230 Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) yang terdiri dari 5 lembaga, 38 Badan, Dinas, Satuan, dan Bagian, 30 Kecamatan, 3 Rumah sakit, dan 151 Kelurahan.

Dalam membuat kebijakan publik OPD Kota Bandung menggunakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat agar kebijakan, kegiatan, tugas pokok dan fungsinya dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat yang pada jangka panjangnya dapat mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, sehat, rukun, berpendidikan, berbudaya, dan beriman. Instagram, Twitter, dan facebook adalah media sosial terpopuler yang digunakan masyarakat di dunia untuk berkomunikasi dan interaksi dengan ciri khas tersendiri. Website dan email menjadi media komunikasi selanjutnya dalam memperdalam pelayanan dan informasi.

Efektifitas dalam menyebar luaskan informasi dan kebijakan publik di Pemerintah Kota Bandung melalui media sosial dapat dianalisa menggunakan aplikasi

analisa populer diantaranya keyhole.co. Dari hasil analisa tersebut, Pemerintah Kota Bandung dalam menindak lanjuti mempopulerkan kebijakan publik. Diharapkan akhirnya kesejahteraan masyarakat di masa mendatang bisa lebih ditingkatkan.

Maksud dan Tujuan

Maksud dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas Penyiaran Kebijakan Publik menggunakan media sosial dan mengukur kinerja Media sosial seluruh OPD di kota Bandung

Adapun Tujuan dari penelitian ini agar OPD Pemerintah Kota Bandung dalam menyiarkan Kebijakan dan kegiatannya diterima secara baik oleh masyarakat Kota Bandung, mengikuti kebijakan OPD Pemerintah Kota Bandung, dan quote atau program kerjanya mudah diterima semua kalangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis kinerja

Analisis untuk menilai tingkat keberhasilan bank pada periode tertentu berdasarkan rencana kerja, laporan realisasi rencana kerja, dan laporan berkala bank; aspek yang dinilai terutama meliputi modal (*capital*), aset (*assets*), manajemen (*management*), hasil (*earning*), dan likuiditas (*liquidity*), disingkat CAMEL, kepatuhan terhadap ketentuan, dan aspek lain; di Indonesia analisis kinerja bank pada dasarnya dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai bank sentral; analisis kinerja juga dapat dilakukan oleh pihak lain untuk berbagai tujuan. (*Otoritas Jasa Keuangan*)

Definisi Analisis Kinerja

Analisis kinerja merupakan suatu metode untuk menilai kemajuan yang telah dicapai dibandingkan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Analisis kinerja tidak dimaksudkan sebagai mekanisme untuk

memberikan *reward/punishment*, melainkan sebagai alat komunikasi dan alat manajemen untuk memperbaiki kinerja organisasi.

Elemen Analisis Kinerja

Analisis kinerja terdiri dari tiga elemen, yaitu:

1. Kerangka analisis kinerja
 Dalam kerangka analisis kinerja, terdapat tahapan penetapan, pengumpulan data kinerja, dan cara pengukuran kinerja.
2. Evaluasi kinerja
 Untuk mengetahui capaian realisasi, kemajuan dan kendala yang dijumpai dalam rangka pelaksanaan misi, agar dapat dinilai dan dipelajari guna perbaikan pelaksanaan program/kegiatan di masa yang akan datang.
3. Analisis akuntabilitas kinerja
 Analisis akuntabilitas kinerja meliputi uraian keterkaitan pencapaian kinerja kegiatan dengan program dan kebijakan dalam rangka mewujudkan sasaran, tujuan, dan misi serta visi sebagaimana ditetapkan dalam perencanaan strategis.

Cara Analisis Kinerja

Berikut adalah cara analisis kinerja:

- Membandingkan rencana dan realisasi pencapaiannya
- Membandingkan realisasi tahun ini dengan tahun lalu
- Membandingkan dengan organisasi lain (benchmarking)
- Membandingkan realisasi dengan standarnya

Langkah-langkah Prosedur Analisis Kinerja

1. Identifikasi standar kinerja
 Mengidentifikasi desain pekerjaan
 Mengidentifikasi standar kualitas kerja
2. Identifikasi kinerja
 Menentukan fokus
 Menentukan strategi

- Mengembangkan instrumen
 - Mengumpulkan data
 - Mengolah data
 - Menafsirkan data
3. Identifikasi masalah kinerja
 Mengidentifikasi 'gap' antara standar dan kinerja
 Menganalisis penyebab/gejala masalah
 Mengidentifikasi bukti-bukti masalah
 4. Identifikasi penyebab masalah.
 5. Identifikasi alternatif solusi terhadap masalah kinerja, solusi pelatihan (training), Solusi non-pelatihan (non-training)

Kebijakan Pemerintah Daerah Kota Pengertian Kebijakan

Kebijakan tidak pernah muncul di “ruang khusus” (Nugroho, 2003:108), seperti yang dituliskan oleh Kraft dan Furlog (2005:31): “Kebijakan tidak dapat dibuat dalam keadaan vakum. Kebijakan dipengaruhi oleh kondisi sosial dan ekonomi, nilai politik, yang berlaku dan suasana hati masyarakat pada suatu waktu, struktur pemerintahan, dan norma nasional serta budaya lokal, merupakan variabel yang lain.” Maka harus ada konteks yang memicu lahirnya kebijakan publik. Konteks tersebut merupakan rangkain proses yang meletakkan kebijakan publik pada langkah-langkah kritis. Masyarakat memegang kebaikan sebagai panduan bagi kehidupannya.

Kebaikan masyarakat kemudian secara formal dinyatakan dalam Konstitusi Nasional. Keyakinan akan kebaikan yang secara formal dinyatakan dalam undang-undang dasar nasional tetap berada dalam hati dan jiwa masyarakat. Nilai-nilai dan norma dipercaya menjadi prinsip pemandu rakyat agar tetap selalu bersama, sebagai saudara, agar dapat mencapai tujuan umumnya. Kepercayaan akan kebaikan menciptakan nilai-nilai dan norma-norma. Kepercayaan akan kebaikan akan dapat dipahami sebagai budaya, etika, atau konsep

yang lain. Nilai-nilai dan norma-norma menentukan bagaimana cara masyarakat akan dikelola.

Kebijakan dalam arti luas mempunyai dua aspek pokok, yaitu kebijakan merupakan praktika sosial dan kebijakan yang ditimbulkan untuk mendamaikan. Kebijakan merupakan praktika sosial, bukan event yang tunggal atau terisolir. Kebijakan yang dihasilkan pemerintah berasal dari segala kejadian dalam masyarakat dan diperjuangkan pula untuk kepentingan masyarakat. Praktika sosial merupakan persoalan atau problema masyarakat, problema ini kemudian dijadikan isu. Isu inilah yang selanjutnya dapat menjadi kebijakan. Kebijakan tumbuh dari suatu peristiwa yang benar-benar terjadi dalam suatu pratika dari masyarakat. Kebijakan yang ditimbulkan untuk mendamaikan “claim” dari pihak-pihak yang konflik, atau untuk menciptakan “incentive” bagi tindakan bersama bagi pihak-pihak yang ikut menempatkan tujuan, tetapi mendapatkan perlakuan yang tidak sesuai dalam usaha bersama tersebut. Upaya yang ditempuh jika ada pihak-pihak yang konflik yaitu pengambilan kebijakan. Selain itu, jika terdapat beberapa pihak yang bersama-sama ikut menentukan tujuan yang ingin dicapai bersama, tetapi dalam perjalanannya ada pihak-pihak yang mendapatkan perlakuan yang tidak sama dan rasional, suatu tindakan yang berupa pengambilan kebijakan yang dapat mendorong tercapainya situasi yang rasional (Thoha, 2006:56). Versi formal yang dibuat oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), kebijakan ialah pedoman untuk bertindak, pedoman itu dapat itu dapat saja sangat sederhana atau kompleks, bersifat umum atau khusus, luas atau sempit, kabur atau jelas, longgar atau terperinci, bersifat kualitatif atau kuantitatif, publik atau privat. Kebijakan dalam maknanya berupa suatu deklarasi mengenai suatu dasar pedoman bertindak, suatu tindakan tertentu, suatu

program mengenai aktivitas-aktivitas tertentu atau suatu rencana. Irawan Suntaro dan Hasan Hariri (2015:3) mengutip pandangan Amara Raksasataya dalam Islamy, mengemukakan bahwa kebijaksanaan memuat tiga elemen, yaitu: 1) identifikasi, 2) taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan, 3) penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disintesis bahwa kebijakan adalah suatu rangkaian tindakan yang dilakukan pemerintah dalam lingkungan tertentu dengan menunjukkan hambatan-hambatan dan alternatif-alternatif pemecahannya untuk tujuan, sasaran atau keinginan.

Istilah dalam kebijakan publik mengandung tiga konotasi yaitu, pemerintah, masyarakat dan umum. Hal ini terdapat dalam dimensi subjek, objek, dan lingkungan. Dalam dimensi subjek, kebijakan publik adalah dari pemerintah. Kebijakan dari pemerintah merupakan kebijakan yang resmi dan dengan demikian mempunyai kewenangan yang dapat memaksa masyarakat untuk mematuhi.

Pemerintah Daerah Kota

Pemerintahannya tanpa adanya pemerintah, karena pemerintah pada hakekatnya adalah kekuasaan yang terorganisir. Pemerintah adalah organisasi yang diberikan hak untuk melaksanakan kekuasaan kedaulatan. Dalam pengertian yang lebih luas pemerintah adalah sesuatu yang lebih besar dari pada badan menteri-menteri. Suatu pengertian yang sering dipergunakan sekarang yang mengacu pada kabinet yang ada di Inggris sebagai contoh pemerintah masa kini. Dalam pengertian lebih luas lagi, pemerintah bertanggung jawab untuk memelihara perdamaian dan keamanan didalam dan luar negara. Oleh karena itu pemerintah harus memiliki: 1)

kekuatan militer atau kendali atau angkatan bersenjata. 2) kekuasaan legislatif atau perangkat pembuat hukum dan undang-undang. 3) kekuasaan finansial atau kemampuan untuk menggalang dana yang cukup dari masyarakat yang membiayai pertahanan negara dan penegakan hukum yang dibuat atas nama negara. Secara singkat, negara harus memiliki kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif, yang disebut sebagai tiga kekuasaan dalam pemerintahan (C.F Strong, 2016:10). Pemerintahan merupakan suatu organisasi birokrasi yang besar dan didalamnya menganut paham demokrasi, selain sentralisasi dan dekonsentrasi, diselenggarakan pula asas desentralisasi. Adanya desentralisasi, terjadi pembentukan dan implementasi kebijakan yang tersebar diberbagai jenjang pemerintahan subnasional. Asas ini berfungsi untuk menciptakan keanekaragaman dalam penyelenggaraan pemerintahan sesuai dengan kondisi dan potensi masyarakat. Asas desentralisasi berfungsi untuk mengakomodasi keanekaragaman masyarakat, sehingga terwujud variasi struktur dan politik untuk menyalurkan aspirasi masyarakat setempat (A. Retnowati, 2017:10). Bersamaan dengan munculnya negara sebagai organisasi terbesar yang relatif awet dan kokoh dalam kehidupan bermasyarakat, maka pemerintah mutlak harus ada sebagai unsur utamanya, yaitu munculnya dua kelompok besar yang memerintah dan yang diperintah, antara dua kelompok besar ini lahirlah hubungan pemerintahan yang ditunjukkan dengan adanya gejala pemerintahan dapat berbentuk otokratis disatu pihak atau demoktaris dipihak yang lain. Hubungan pemerintah yang lain sebagai objek forma ilmu pemerintahan adalah peristiwa pemerintahan, yang dapat saja terjadi satu kali seperti keberadaan proklamasi, karena apabila terulang kembali akan menimbulkan

keberadaan negara baru, dan peristiwa pemerintahan berulang kali seperti pemilihan umum baik tingkat negara, propinsi, kabupaten, maupun tingkat yang paling rendah seperti desa, rukun warga dan rukun tetangga (Inu Kencana, 2013:42). Jadi objek forma ilmu pemerintahan adalah hubungan antara penguasa dengan rakyatnya yang dapat dilihat dari peristiwa pemerintahan dan gejala pemerintahan, yang dalam penjabarannya dapat berbentuk hubungan tirani dan anarkis sebagai puncak ekstrim gejala pemerintahan dalam hubungan vertikal. Hubungan horizontal antara pemerintah dan rakyatnya dapat pula berbentuk jual beli. Secara etimologi pemerintah dapat diartikan sebagai berikut: 1) Perintah berarti melakukan pekerjaan menyuruh, yang berarti memiliki empat unsur yaitu, terdiri dari dua pihak, unsur yang diperintah yaitu rakyat, unsur yang memerintah yaitu pemerintah itu sendiri dan antara keduanya ada hubungan. 2) Setelah ditambah awalan “pe” menjadi pemerintah yang berarti badan atau organisasi yang mengurus. 3) Setelah ditambah akhiran “an” menjadi pemerintahan, yang berarti perbuatan, cara atau perihal (Inu Kencana, 2013:45)

Pengertian Media Sosial

Media sosial pada hakekatnya seperangkat alat online yang mendukung interaksi sosial antar pengguna. Istilah ini agak berbeda dengan media tradisional seperti televisi dan buku yang menyampaikan pesan pada khalayak massa namun tidak memfasilitasi terjadinya interaksi yang dialogis antara pengguna media sosial untuk membicarakan isi pesan. Media sosial telah mengubah komunikasi yang bersifat monolog (satu-ke-banyak) ke dalam komunikasi dialogis (banyak-kebanyak). Hal ini menunjukkan sebuah tahapan perkembangan teknologi media sosial yang senantiasa memperhatikan kondisi sosiologis

penggunanya. Media sosial yang berkembang pada saat ini diantaranya email, facebook, instagram, twitter, youtube, whatsapp, dan sebagainya.

Sistem media sosial hadir dalam berbagai bentuk dan mendukung berbagai jenis interaksi. Meskipun media sosial menghubungkan secara individual antara pengguna yang satu dengan lainnya, media sosial melakukannya dengan cara yang sangat berbeda tergantung pada karakteristik media sosial seperti apa yang diinginkan. Karakteristik media sosial yang diinginkan oleh pengguna dapat menentukan pilihan pertanyaan seperti ini: Siapa yang dapat melihat apa? Siapa yang bisa membalas siapa? Berapa lama konten terlihat? Apa yang bisa link ke apa? Siapa yang bisa menautkan siapa? Seperti yang dibahas dalam pembukaan bab ini, pilihan desain media sosial dapat mempengaruhi interaksi sosial sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan pengguna. Selain itu, praktik sosial, hubungan pribadi, dan sejarah sangat mempengaruhi bagaimana sistem media sosial digunakan. Para teknokrat media sosial sukses menciptakan media seperti forum email dan diskusi, pada hakikatnya merupakan sebuah upaya untuk memenuhi beragam kebutuhan individu dan masyarakat. Meskipun kita semua sudah dapat mengenal banyak sistem media sosial dengan baik, penting untuk membedakan antara sistem yang berbeda seperti email, wiki, dan game video multiplayer secara besar-besaran sambil mengenali kesamaannya. Menurut Hansen dkk (2011 : 12-14) Salah satu cara untuk memahami karakteristik media sosial adalah dengan mempertimbangkan sekumpulan dimensi kunci berdasarkan layanan media sosial. Pendekatan ini menyediakan konsep dan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk membandingkan jenis media sosial yang satu dengan media lainnya. Ada beberapa aspek yang dapat

digunakan sebagai dasar untuk membedakan media sosial diantaranya :

Ukuran populasi komunikator dan komunikan, Kecepatan interaksi, Jenis elemen dasar, Pengendalian elemen dasar, Tipe koneksi, Retensi isi pesan, Ini bukan satu-satunya dimensi yang mungkin terjadi, namun aspek-aspek ini akan dapat menangkap banyak perbedaan penting diantara media sosial. Aspek-aspek ini juga akan dapat membantu meletakkan dasar untuk analisis jaringan komunikasi yang terjadi antara pengguna media sosial dengan menggunakan metode yang lebih formal yang secara implisit atau eksplisit diciptakan oleh berbagai platform media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Analisis kinerja ini adalah metode Penelitian Analisis Deskriptif untuk menentukan kinerja media sosial OPD Pemerintah Daerah Kota Bandung. Metode analisis ini merupakan analisis yang digunakan oleh mayoritas analis, untuk menampilkan statistik melalui perhitungan matematis. Fungsinya adalah untuk mengetahui gambaran penyebaran data sampel atau populasi. Sehingga data tersebut akan mudah dipahami dan lebih informatif. Adapun data yang di analisis adalah jumlah subscriber. Follower media sosial OPD, jumlah suka dan komentar pada konten, berapa rata-rata interaksi audiensi terhadap *konten* di media sosial, di hari apa saja audiens aktif menggunakan media sosial, Siapa saja *influencer* yang berpengaruh terhadap interaksi di media sosial, Berapa angka pertumbuhan interaksi audiensi di setiap bulan. Dari analisis ini kemudian saran dan rekomendasi yang ditujukan untuk Pemerintah Kota Bandung dapat digunakan dalam perbaikan dan peningkatan pengelolaan media sosial sehingga penyiaran informasi kebijakan publik bisa digunakan

untuk mempengaruhi perilaku masyarakat secara luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari Hasil Penelitian menggunakan aplikasi keyhole.co menggunakan analisis profil diperoleh data jumlah pengikut akun isntagram OPD Kota Bandung terkini (15 Oktober 2022), diperoleh data jumlah kiriman tiap OPD Pemerintah Kota Bandung mulai dari dibuat sampai dengan saat ini, selanjutnya kami juga mendata kebijakan, kegiatan, quote, atau hastaq apa yang paling populer, berapa pengikut yang merespon hari apa di respon dan berapa jumlah interaksi pada hari tersebut, sehingga data ini dapat digunakan oleh semua OPD pada umumnya dan Pemerintah Kota Bandung pada Khususnya untuk meningkatkan pelayanan dan mensejahterakan Masyarakat Kota Bandung.

Analisis kinerja yang digunakan peneliti adalah dengan cara membandingkan Penyiaran kebijakan Publik di media sosial Instagram terutama dalam menilai kebijakan/kegiatan terpopuler tiap OPD. Dari data kebijakan terpopuler di tiap OPD dibuat perbandingan 10 OPD yang membuat penyiaran terpopuler sebagai berikut :

Tabel 1. Penyiaran Terpopuler

No	Dibahas	OPD	penyiaran ter populer
1	2,090	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda	ppkmevell
2	1,703	Dinas Pendidikan	drummer
3	1,608	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	salamanisback
4	851	Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan	ridwan kamil
5	759	Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari	Kolaborasi Inovasi
6	699	Rumah Sakit Gigi dan Mulut	Lowongan Pekerjaan
7	687	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	HJKB 212
8	281	Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	kemenpanrb
9	234	Satuan Polisi Pamong Praja	satlinmas
10	199	Rumah Sakit Umum Daerah	road show prokes

Sumber :Hasil Pengolahan data

Dalam membandingkan penyiaran kebijakan/ kegiatan, peneliti menampilkan 10 OPD terpopuler dalam membuat quote/ judul/hastaq. Secara kalimat/frase kata penyiaran dan terpopuler adalah Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda dengan quotate/ hastag berjudul PPKM Level 1 yang dibahas oleh 2.090 pengikut (*Followers*).

Dalam membuat Perbandingan kinerja penulis membandingkan banyaknya pengikut semua OPD Pemerintah Kota Bandung, dan 10 OPD dengan pengikut (Followers) sebagai berikut :

Tabel 2, Top Pengikut (follower)

No	Pengikut	OPD
1	153,449	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda
2	68,134	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil
3	57,634	Dinas Pendidikan
4	52,176	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
5	44,547	Dinas Kesehatan
6	34,854	Dinas Perhubungan
7	31,873	Dinas Ketenagakerjaan
8	21,142	Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari
9	17,810	Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
10	16,070	Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana

Sumber :Hasil Pengolahan data

!0 OPD dengan pengikut terbanyak adalah Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda dengan 153.449 pengikut dilanjutkan Dinas Kependudukan dan catatan sipil sebanyak 68.134 pengikut dan ketiga adalah dinas Pendidikan dengan jumlah 57.634 pengikut. Membandingkan penyiaran yang dibahas dengan jumlah pengikut dapat diartika bahwa OPD yang mempunyai Pengikut terbanyak tidak berbanding lurus dengan kiriman terpopuler, Perbandingan lainnya adalah OPD dengan produktifitas dalam menyiarkan

kegiatan/ kebijakan publik terbanyak yang dapat dipakai untuk menganalisa kinerja Media Sosial OPD yaitu :

Tabel 3, OPD terproduktif

No	Kiriman	OPD
1	11,213	Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga
2	10,086	Perumda Tirtawening
3	9,977	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda
4	7,244	Kecamatan Cicendo
5	5,169	Sekretariat DPRD
6	4,894	Kecamatan Batununggal
7	4,682	Kecamatan Coblong
8	4,103	Kecamatan Antapani
9	3,970	Dinas Perdagangan dan Perindustrian
10	3,561	Kecamatan Astana Anyar

Sumber :Hasil Pengolahan data Dinas Sumber daya air dan Binamarga menjadi OPD paling produktif dalam menyiarkan kegiatan/ kebijakannya dengan total 11.213 kiriman. Selanjutnya perbandingan OPD yang mempunyai Pengikut terbanyak dengan OPD terproduktif dari Tabel 2 dengan Tabel 3 bila di analisa maka keluar data OPD produktif tidak selalu mempunyai pengikut terbanyak. Selanjutnya perbandingan quote/hastag/frase kata yang menjadi trending topik di OPD dengan jumlah pembahasan dibandingkan sebagai berikut :

Tabel 4, Interaksi VS kebijakan

No	OPD	top Kebijakan	Dibahas	interaksi
1	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda	ppkmev11	2,090	460
2	Dinas Pendidikan	drummer	1,703	705
3	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	salamansback	1,608	346
4	Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan	Ridwan Kamil	851	127
5	Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari	Kolaborasi Inovasi	759	355
6	Rumah Sakit Gigi dan Mulut	Lowongan Pekerjaan	699	230
7	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	HJKB 212	687	417
8	Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	kemenpanrb	281	129
9	Satuan Polisi Pamong Praja	satlinmas	234	130
10	Rumah Sakit Umum Daerah	road show prokes	199	56

Sumber :Hasil Pengolahan data Top Quote/ Hastag/ Frase kata yang paling banyak dibicarakan oleh pengikut dan interaksi OPD dengan pengikut dalam menyiarkan kebijakan publik.

Tabel 5, Data Instagram OPD

Rahmina Puspa Aliza Ridwan¹, Said Bambang Nurcahya², Anisa Nursyabani³

No	OPD	Pengikut	Kiriman	top Keljakaan	Dibahas	Hari bahas	Interaksi
1	Asisten Pemerintahan Daerah dan Kesra	985	299	bandung agamis	38	Senin	36
2	Asisten Perekonomian dan Pembangunan	132	2				
3	Asisten Administrasi Umum dan Kepegawaian	148	2				
4	Sekretariat DPRD	2.220	5.169	fraksi golkar	8	minggu	3
5	Inspektorat	2.031	440	bebersih bandung	57	Jumat	29
6	Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	17.810	1.342	kemempuamb	281	rabu	129
7	Badan Kesatuan Bangsa dan Politik	3.657	677	Pancasila	79	Sabtu	42
8	Badan Keuangan dan Aset Daerah	183	65	publi lebih cepat bangkit lebih kuat	31	sabtu	35
9	Badan Pendapatan Daerah	932	192	paik digitak	61	kamis	27
10	Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan	1.984	422	ridwan kamil	851	selasa	127
11	Dinas Arsip dan Perpustakaan	5.108	1.054	ayo membaca	66	rabu	45
12	Dinas Cipta Karya, Bina Konstruksi dan Tata Ruang	3.302	722	hari jadi kota bandung	39	rabu	56
13	Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana	16.070	1.696			Minggu	8
14	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	52.176	3.004	HKB 212	687	minggu	417
15	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	68.134	2.325	salamanisback	1.608	Jumat	346
16	Dinas Kesehatan	44.547	2.527	pinktober	178	minggu	83
17	Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian	6.657	1.912	agrimarket	128	minggu	88
18	Dinas Ketenagakerjaan	31.873	1.237	perumangan	188	Jumat	59
19	Dinas Komunikasi dan Informatika	13.002	990	berdikalara	180	minggu	120
20	Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah	11.846	341	bangkit bersana bandung juara	163	selasa	68
21	Dinas Lingkungan Hidup	12.704	2.197	kangpisan	195	minggu	131
22	Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak	2.924	657	hari anak nasional	82	minggu	84
23	Dinas Pemuda dan Olahraga	8.638	1.281	wisata kota	91	sabtu	65
24	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	6.062	2.260	mal pelayanan publik	124	Minggu	57
25	Dinas Pendidikan	57.634	3.154	drummer	1.703	Jumat	705
26	Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana	3.768	2.728	berencana itu keren	26	Minggu	49
27	Dinas Perdagangan dan Perindustrian	8.644	3.970	disdagin	133	Sabtu	61
28	Dinas Perhubungan	34.854	1.272	mlangkala	150	minggu	150
29	Dinas Perumahan dan Permukiman Pertahanan dan Pertamanan	3.898	286	doa untuk aa erli	123	Sabtu	83
30	Dinas Sosial	8.698	1.315	jokowi	185	Kamis	77
31	Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga	15.837	11.213				
32	Satuan Polisi Pamong Praja	9.886	1.086	satlumas	234	Rabu	130
33	Bagian Administrasi Pembangunan Setda	670	218				
34	Bagian Hukum Setda	552	33				
35	Bagian Kerjasama Setda	1.267	632	hKB 2022	21	Minggu	19
36	Bagian Kesejahteraan Rakyat Setda	985	299	bandung agamis	38	Senin	36
37	Bagian Organisasi Setda	170	85				
38	Bagian Pengadaan Barang/Jasa Setda	153	8				
39	Bagian Perekonomian Setda	759	80				
40	Bagian Perencanaan, Keuangan dan Kepegawaian Setda	194	15				
41	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda	153.449	9.977	ppkmlve11	2.090	Jumat	460
42	Bagian Tata Pemerintahan Setda	2.670	1.021				
43	Bagian Umum Setda						
44	Kecamatan Andir	2.395	3.214	ppkn	33	Sabtu	27
45	Kecamatan Antapani	2.512	4.103				
46	Kecamatan Arcamanik	2.194	1.952				
47	Kecamatan Astana Anyar	2.626	3.561				
48	Kecamatan Babakan Ciparay	2.002	2.205	hari kesaktian	47	minggu	49
49	Kecamatan Bandung Kidul	1.901	2.815	lut ri 77	56	minggu	38
50	Kecamatan Bandung Kulon	1.560	634				
51	Kecamatan Bandung Wetan	2.683	1.219	padat karya kota	24	minggu	31
52	Kecamatan Batununggal	2.393	4.894	lut tni 77	29	Senin	22
53	Kecamatan Bojongloka Kaler	2.660	2.216				
54	Kecamatan Bojongloka Kidul	1.684	1.841				
55	Kecamatan Buahbatu	2.057	1.427				
56	Kecamatan Cibinuyung Kaler	1.770	699	digahayu RI 77	42	minggu	27
57	Kecamatan Cibinuyung Kidul	47					
58	Kecamatan Cimahi	1.424	1.437	cibinuyung kidul	13	Sabtu	32
59	Kecamatan Cimenyan	3.252	7.244	bebersih bandung	43	Jumat	19
60	Kecamatan Cicaladap	263	270	cicaladap apik	8	minggu	17
61	Kecamatan Cimambo	1.645	2.518				
62	Kecamatan Coblong	2.855	4.682	Coblong Jitu	9	Jumat	15
63	Kecamatan Cedebeage	419	679			Rabu	20
64	Kecamatan Kiatra Condong	2.676	1.148	bebersih Bdg	97	Rabu	49
65	Kecamatan Lengkong	482	461				
66	Kecamatan Mandalajati	2.480	2.531				
67	Kecamatan Panyileukan	474	1.124	bebersih bandung	27	selasa	22
68	Kecamatan Rancasan	2.181	2.006	Bandung Bersih	36	Sabtu	28
69	Kecamatan Regol	506	71				
70	Kecamatan Sukajadi	2.092	1.042	Bandung Agamis	69	Minggu	84
71	Kecamatan Sukasari	1.768	3.149	Jambore Literasi	33	Sabtu	26
72	Kecamatan Sumur Bandung	1.134	1.530				
73	Kecamatan Ujungberung	2.449	2.944	Pasar Murah 2022	19	Jumat	32
74	Perumda Tirtawening	14.404	10.086	info pelanggan	166	Senin	75
75	Perumda Bank Perkreditan Rakyat	536	138	MPP dpmpstp bdg	12	Sabtu	24
76	Perumda Pasar Juara	1.415	298	Pasar Kota Bandung	55	Jumat	23
77	Rumh Sakit Gigi dan Mulut	6.913	148	Luwongan Pekerjaan	69	Kamis	20
78	Rumh Sakit Umum Daerah Bandung Kawan	21.142	801	Kolaborasi Inovasi	759	selasa	355
79	Rumh Sakit Umum Daerah	5.986	372	road show prokes	199	minggu	56

Sumber :Hasil Pengolahan data

Terakhir dalam membuat analisis kinerja menggunakan analisa SWOT dengan kombinasikan sebagai berikut :

Kekuatan (Strenght)

Kekuatan Pemerintah Kota Bandung dalam mempengaruhi masyarakat menggunakan media sosial dapat dijadikan kekuatan terutama dari hasil pelayanan dan pengangan Covid 19 dan quote/ hastaq/ frase kata PPK Level 1 yang menjadi trending topik dan sukses memberikan pemahaman tentang penularan dan antisipasi menggunakan Vaksin Covid dalam menekan penularan. Kekuatan masyarakat dalam gotong royong adalah modal utama budaya di Kota Bandung.

Kelemahan (Weakness)

Melihat tabel 6 Prosentase Pengikut dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Bandung dengan media sosial Instagram yang mempunyai pengikut (*Followers*) terbanyak milik OPD Pemerintah Kota Bandung dengan prosentase tertinggi 6,26 % maka ini bisa dianggap Pemerintah Kota Bandung dalam hal ini OPD kurang memanfaatkan media sosial dalam penyiaran Kegiatan/ kebijakan publik.

Tabel 6, Persentasi Pengikut dengan Penduduk

No	OPD	Pengikut	Pengikut/ penduduk
1	Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Setda	153,449	6.26%
2	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	68,134	2.78%
3	Dinas Pendidikan	57,634	2.35%
4	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	52,176	2.13%
5	Dinas Kesehatan	44,547	1.82%

Sumber :Hasil Pengolahan data

Peluang (Opportunity)

Peluang Pemerintah Kota Bandung dalam meyiarkan kebijakan publik menggunakan media sosial dikarenakan pemakai media sosial terbanyak di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat sebanyak 35,1 Juta dan Kota Bandung menduduki peringkat teratas pemakai media sosial di Jawa Barat sehingga peluang ini bisa dimanfaatkan oleh semua OPD Pemerintah Kota Bandung.

Hambatan (*Threats*)

Hambatan Pemerintah Kota Bandung dalam penyiaran kebijakan publik menggunakan media sosial adalah Sumber daya Manusia (ASN) di lingkungan Kota Bandung belum maksimal dalam menguasai pembuatan konten, membuat frase kata trending dan mengelola interaksi.

a. Strategy SO (*Strenght-Opportunity*)

Kekuatan masyarakat yang mempunyai budaya gotong royong dalam merespon informasi dan kebijakan yang siarkan melalui media sosial di kota Bandung harus digabungkan dengan peluang dari pemakai media sosial di kota Bandung yang terbesar di Indonesia.

b. Strategy ST (*Strenght-Threats*)

Kekuatan dan hambatan yang disebabkan oleh faktor eksternal pengelola media sosial OPD di Pemerintah Kota Bandung adalah mahasiswa magang. Pegawai Kontrak non ASN yang tugasnya tidak khusus menangani sosial media saja, dan bila ditangani oleh Aparatur Sipil Negara pun Sumber Daya Manusia di OPD Pemerintah Kota Bandung dalam pengelolaan Media Sosial masih minim pengetahuan marketing digital.

c. Strategy WO (*Weakness-Opportunity*)

Kelemahan Internal dan Peluang eksternal yang digabungkan bisa merubah ASN Pemerintah Kota Bandung menjadi Ahli dalam membuat Konten dan quote/ hastaq/ frase kata viral dan membuat kebijakan publik menjadi trending topik di kota Bandung.

d. Strategy WT (*Weakness-Threats*)

Pengabungan strategi kelemahan Internal dengan hambatan dari luar harus diantisipasi dengan memberikan pelatihan Digital Marketing kepada pengelola media sosial di OPD Pemerintah Daerah Kota Bandung sehingga penyiaran program kerja/kebijakan publik dapat diakses semua masyarakat sehingga dapat mensejahterakan masyarakat Kota Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari Analisis kinerja media sosial OPD di Pemerintah Kota Bandung dalam menyiarkan kebijakan publik secara analisis kinerja bahwa media sosial yang dikelola OPD Pemerintah Kota Bandung belum banyak direspon oleh Masyarakat berdasarkan tabel 4. Interaksi terhadap kebijakan tertinggi yang dilakukan oleh Bagian Protokoler dan Komunikasi Pimpinan Sekda yang membahas PPKM level1 dengan jumlah 2.090 pengguna (follower) dan terjadi 460 interaksi. Prosentase Pengikut (*Followers*) terbesar pada OPD Pemerintah Kota Bandung yaitu Bagian Protokoler dan Komunikasi Pimpinan Sekda baru menjangkau **6,26 %** (enam koma dua enam persen). Kemudian Analisis dilanjutkan menggunakan SWOT Analisis dari Strategy penggabungan antara Kekuatan dan Peluang (*Strategy Strenght Opportunity*), penggabungan kekuatan dan hambatan Strategy ST (*Strenght-Threats*), penggabungan Strategy WO (*Weakness-Opportunity*) dan penggabungan Strategy WT (*Weakness-Threats*) dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kota Bandung bisa menjadi Kota terbesar di Indonesia yang OPDnya mampu mempengaruhi perilaku masyarakat menggunakan Media Sosial sesuai dengan kebijakan publik yang di buat oleh Pemerintah Kota Bandung.

Saran

Adapun saran untuk Pemerintah Kota Bandung pada umumnya dan Organisasi Perangkat Daerah pada khususnya :

1. Saran untuk seluruh OPD, menggunakan Media Sosial untuk bersosialisasi, interaksi, dan penyampaian/penyiaran Kebijakan Publik, karena potensi yang sangat besar, cepat, murah, dan efektif.

2. Saran untuk BKPSDM Melakukan peningkatan keahlian Digital Marketing dalam pengelolaan Media Sosial terhadap Aparatur Sipil Negara dengan mengadakan Pelatihan
3. Saran untuk Sekertariat Daerah Kota Bandung menjadikan kegiatan pengelolaan media sosial ini sebagai Tugas Pokok dan fungsi di seluruh OPD Pemerintah Kota Bandung karena metode ini lebih cepat, murah dan efektif untuk bersosialisasi, interkasi, komunikasi dengan Masyarakat.
4. Saran untuk Walikota dan Dewan Perwakilan Rakyat Kota Bandung untuk bersama-sama membuat Peraturan Daerah tentang penyiaran Kebijakan Publik menggunakan Media Sosial.

Gerry Ardian, 2017, *3 Bentuk Analisis Media Sosial untuk Mengukur Efektivitas Pemasaran* <https://nolimit.id/blog/2017/08/08/analisis-media-sosial/>

Blaikie, Norman, (2000), *Designing Social Research, The Logic of Anticipation*, Polity Press, Malden MA

Babbie, Earl (2008) *The Basic of Social Research*, Tent Edition, London, Wardworth.

Baran Stanley J. dan Dennis K. Davis, (2000), *Mass Communication Theory, Foundations, ferment, and Future*, Wadsworth, USA.

Bonacich, Philip, 1987, *Power and Centrality, A Family*. *American Journal of Sociology*, Vol 92 No. 5, pp. 1170-1182

Carolan, Brian V, (2013), *Social Network Analysis and Education, Methods and Applications*, London: Sage Publication.

Curran, James et.al, (1997), *Mass Communication and Society*, Edward Arnold Ltd, London

Eriyanto, (2014), *Analisis Jaringan Komunikasi, Strategi Baru Dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Prenadamedia Group, Jakarta

Griffin, Em, (2000), *A First Look At Communication Theory* (Fourth Edition), McGraw-Hill, New Jersey.

Hansen, Derek L, Ben Shneiderman, (2011), Marc A. Smith, *Analyzing Social Media Network With NodeXL*, Elsevier, USA

Littlejohn, Stephen W., (2002), *Theories Of human Communication* (Seventh

DAFTAR PUSTAKA

Siti Maisaroh, 2020, *5 Rekomendasi tools analisis media sosial*, <https://gcomm.id/branding/5-rekomendasi-tools-analisis-media-sosial/>

Catur Suratnoaji, Nurhadi, Yuli Candrasari, 2019, *Buku Metode analisis media sosial berbasis big data*, Sasanti Institute Banyumas.

Trisnani, 2018, *Analisis akses dan penggunaan media sosial oleh rumah tangga dan individu di Kota Batu Jawa Timur*, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1627>

Gunardi, D. S. S., & Suryana, T. (2012). *Usulan Peta Strategi Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Analisis Critical Success Factor (CSF) dan IT Balanced Scorecard* (Studi Kasus Pada PT. Sola Gratia Bandung). *Jurnal Majalah Ilmiah Unikom*, 10(1).

Edition), Wadsworth/Thomson Learning, USA

Mulyana, Deddy, (2008), *Metode Penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosda Karya*, Bandung 88

McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin and James M. Cook, (2001), *Birds of Feather: Homophily in Social Network*, *Annual Review of Sociology*, Vol. 27.

Mc Quail, Denis, (2000), *Mass Communication Theories, Fourth edition*, Sage Publications, London

Scott, J. (2000). *Social network analysis: A handbook*. Second Edition, Thousand Oaks, California, Sage Publications.

Watt, Duncan J. and Peter Sheridan Dodds (2007), *Influential, Networks, and Public Opinion Formation*, *Journal of Consumer Research*, Vol. 34, No. 4,

Dikdik Ripaldi 2022, *Pengguna Internet di Jabar Capai 35,1 Juta, Berkah Bagi Ekonomi Digital*,
<https://www.liputan6.com/regional/read/4903372/pengguna-internet-di-jabar-capai-351-juta-berkah-bagi-ekonomi-digital>

Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2022, *Kota bandung dalam angka 2022*,
<https://bandungkota.bps.go.id/>

PPID Kota Bandung 2022, *Alamat lengkap kantor Pemerintahan Kota Bandung*
<https://ppid.bandung.go.id/>

Aplikasi Analisis Keyhole 2022, Profile Analyst,
<https://keyhole.co/mytracks/account>