

# Optimalisasi Penggunaan Instagram SAMSAT Pangandaran Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi

Luthfi Reihansyah Setiawan<sup>1\*</sup>, Ilham Gemiharto<sup>2</sup>, Dwi Masrina<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Jawa Barat, Indonesia

Email: <sup>1</sup>luthfi21007@mail.unpad.ac.id, <sup>2</sup>ilham@unpad.ac.id, <sup>3</sup>\*d.masrina@unpad.ac.id

Email Penulis Korespondensi: <sup>1</sup>luthfi21007@mail.unpad.ac.id

**Abstrak** - Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat membawa perubahan yang signifikan dalam cara menyampaikan informasi. Hal tersebut tidak hanya terjadi pada individu, tetapi dilakukan juga oleh SAMSAT Pangandaran. Melalui akun Instagram @samsat.pangandaran, memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi kepada masyarakat. Hal ini dilakukan seiring dengan regulasi yang mendorong integrasi teknologi informasi dalam layanan publik, dengan tujuan meningkatkan transparansi, efektivitas, dan efisiensi dalam penyampaian informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi penggunaan Instagram SAMSAT Pangandaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan penggunaan Instagram yang dilakukan SAMSAT Pangandaran dinilai optimal, karena mendapatkan *feedback* yang bagus dari masyarakat Pangandaran, terbantu dengan adanya informasi yang disampaikan. Kesimpulan dalam penelitian ini Penggunaan Instagram SAMSAT Pangandaran dalam proses penyebaran informasi dirancang secara kreatif untuk meningkatkan daya tarik masyarakat Kabupaten Pangandaran. Optimalisasi fitur-fitur yang tersedia, seperti like, komentar, share, dan pesan langsung (DM), dilakukan dengan tujuan memperoleh *feedback* yang dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat keterlibatan *engagement* akun tersebut. Salah satu strategi yang diterapkan untuk menarik audiens adalah dengan mengikuti tren yang sedang populer di media sosial, sehingga konten yang disajikan tetap relevan dan menarik bagi masyarakat.

**Kata Kunci:** Digital, Humas, *Public Relation*, Instagram, Media Sosial

**Abstract-** The rapid development of information and communication technology brings significant changes in the way information is delivered. This does not only happen to individuals, but also to SAMSAT Pangandaran. Through its Instagram account @samsat.pangandaran, it utilizes social media as a means of communication and information to the public. This is done in line with regulations that encourage the integration of information technology in public services, with the aim of increasing transparency, effectiveness, and efficiency in the delivery of information. This study aims to determine the optimization of the use of Instagram SAMSAT Pangandaran. This research uses a qualitative method with an approach. Data collection is done by interview, observation, and documentation. The results of this study explain the use of Instagram by SAMSAT Pangandaran is considered optimal, because it gets good feedback from the Pangandaran community, helped by the information submitted. The conclusion in this study is that SAMSAT Pangandaran's use of Instagram in the process of disseminating information is creatively designed to increase the attractiveness of the Pangandaran Regency community. Optimization of available features, such as likes, comments, shares, and direct messages (DM), is carried out with the aim of obtaining feedback that can be used to increase the level of engagement of the account. One of the strategies implemented to attract audiences is to follow trends that are popular on social media, so that the content presented remains relevant and interesting to the community.

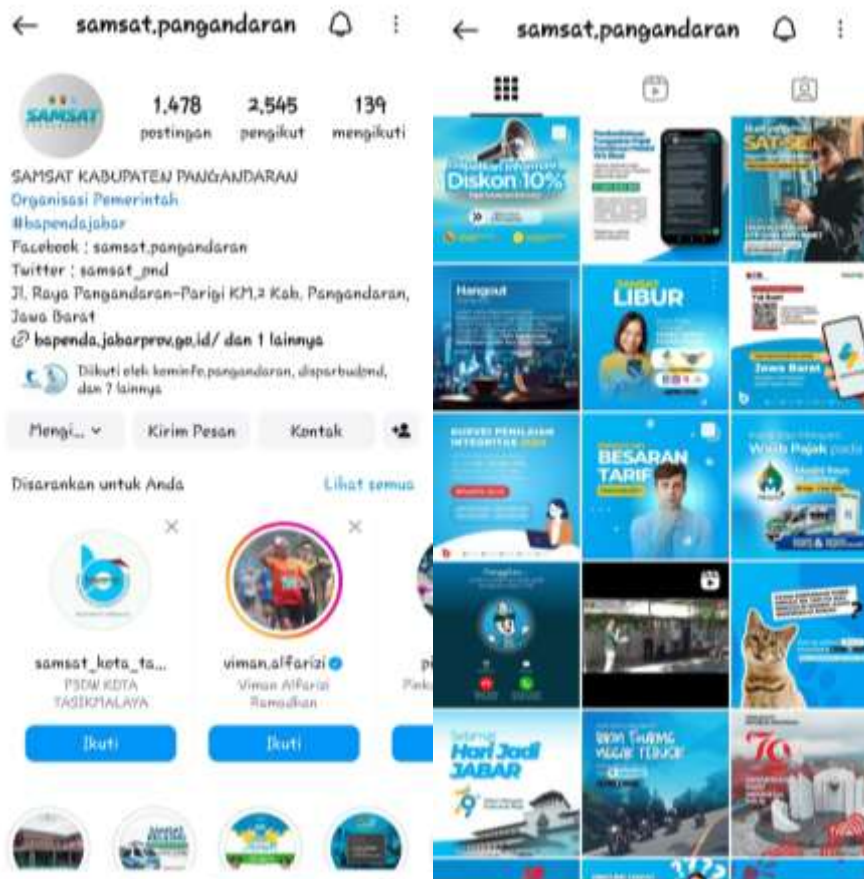
**Keywords:** Digital, Humas, *Public Relation*, Instagram, Media Sosial

## 1. PENDAHULUAN

Pelayanan publik di instansi pemerintah sering kali diwarnai berbagai kendala, seperti prosedur yang dipersulit dan ketidakjelasan waktu penyelesaian, sehingga masyarakat enggan mengurus keperluannya secara langsung. Kondisi ini menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap birokrasi, memicu penggunaan alternatif seperti pembayaran tambahan untuk mempercepat proses. Fenomena ini umum terjadi di kantor SAMSAT yang bertugas melayani administrasi kendaraan bermotor. Banyak keluhan muncul, seperti kurangnya informasi tentang pembayaran pajak kendaraan, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan jasa perantara (calo). Meskipun terdapat larangan pungutan liar (pungli), praktik pungli masih sering ditemukan dalam proses administrasi kendaraan bermotor (Aneta et al., 2017).

Birokrasi di Indonesia dianggap cukup parah, baik di tingkat pusat maupun daerah, sehingga kinerjanya belum mampu memenuhi kepuasan masyarakat. Kondisi ini menuntut adanya reformasi birokrasi secara holistik yang mencakup hukum, struktur, prosedur, kebijakan, dan budaya organisasi. Namun, reformasi birokrasi di Indonesia dinilai berjalan lambat dibandingkan sektor bisnis, terutama dalam mengubah perilaku dan kinerja sumber daya manusia (SDM) yang sulit menerima perubahan. Sesuai Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 11 Tahun 2015, reformasi birokrasi memiliki tiga sasaran utama, yaitu: (1) birokrasi yang bersih dan akuntabel, (2) birokrasi yang efektif dan efisien, dan (3) birokrasi dengan pelayanan publik berkualitas (Haning Thahir Mohammad, 2018).





Gambar 1 Akun Instagram @samsat.pangandaran  
Sumber: Instagram SAMSAT Pangandaran

Akun Instagram @samsat.pangandaran telah membuat konten 1.494 konten yang informatif, edukatif, dan menarik untuk memudahkan masyarakat memahami proses administrasi kendaraan. Meskipun Kabupaten Pangandaran baru berdiri, aktivitas akun ini melampaui akun Instagram SAMSAT Kabupaten Tasikmalaya, yang memiliki jumlah postingan lebih sedikit. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi informasi, termasuk media sosial, telah mendorong transformasi dalam praktik komunikasi organisasi pemerintah, sesuai dengan konsep pemerintahan elektronik (*e-government*). Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Pengembangan *E-Government* mendukung penggunaan teknologi untuk mencapai tata kelola pemerintahan yang baik, meningkatkan pelayanan publik, dan mempermudah akses informasi.

Media sosial Instagram, dengan fitur-fitur kreatif seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan kolom komentar, terbukti efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penelitian lain menyebutkan bahwa media sosial juga dapat digunakan untuk memperkuat fungsi komunikasi dan mendukung aktivitas operasional organisasi (Suryani, 2014). Dengan pengguna Instagram di Indonesia mencapai 102,15 juta pada April 2024, akun @samsat.pangandaran memanfaatkan potensi ini untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak kendaraan.

Peneliti menemukan hal menarik untuk digali lebih dalam pada penelitian ini, yaitu meskipun Pangandaran merupakan Kabupaten yang baru berdiri, aktivitas Instagram @samsat.pangandaran dinilai lebih unggul karena berhasil melampaui jumlah postingan dari SAMSAT Kabupaten Tasikmalaya. Meskipun SAMSAT Kabupaten Tasikmalaya telah berdiri lebih lama, pada akun Instagram @samsat\_sukaraja hanya memiliki 772 postingan per 10 Oktober 2024.

Kabupaten Pangandaran, yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, dikenal dengan berbagai objek wisata menarik, terutama keindahan pantainya. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Ciamis dan resmi berdiri sendiri pada 16 November 2012, menjadikannya kabupaten termuda di Jawa Barat. Selama 12 tahun terakhir, berbagai upaya pembangunan infrastruktur seperti jalan dan kantor pemerintahan terus dilakukan. Salah satu sumber pendanaan yang sangat penting untuk mendukung pembangunan tersebut adalah penerimaan pajak kendaraan bermotor. Untuk meningkatkan penerimaan pajak, pemerintah memanfaatkan berbagai strategi, termasuk penggunaan media sosial Instagram.



Penelitian mengenai reformasi birokrasi, teknologi informasi, dan media sosial sebagai alat komunikasi pemerintah telah banyak dilakukan, tetapi kajian yang secara khusus membahas optimalisasi penggunaan Instagram oleh SAMSAT untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak kendaraan bermotor masih sangat terbatas. Sebagian besar studi cenderung berfokus pada wilayah mapan atau membahas media sosial secara umum tanpa mengkaji kabupaten baru seperti Pangandaran, yang memiliki karakteristik unik sebagai daerah pemekaran dengan potensi wisata besar dan kebutuhan pembangunan mendesak. Meskipun akun Instagram @samsat.pangandaran menunjukkan kinerja unggul dibandingkan kabupaten lain, belum ada analisis mendalam tentang bagaimana unggahan, interaksi, dan strategi komunikasi yang dilakukan dapat berkontribusi terhadap peningkatan penerimaan pajak.

dari penelitian terdahulu, penelitian kualitatif ini bertujuan untuk meneliti lebih dalam bagaimana Optimalisasi Penggunaan Instagram SAMSAT Pangandaran Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi guna meningkatkan pembayaran pajak. Selain itu masih jarang ditemukan penelitian terkait pemanfaatan media sosial Instagram oleh SAMSAT, karena Pangandaran tergolong kabupaten baru sehingga penelitian terkait instansi pemerintahnya masih terbatas.

## LITERATUR REVIEW

### Aplikasi Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang berfungsi untuk berbagi, mengambil, dan mengunggah foto. Diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010, Instagram awalnya hanya tersedia bagi pengguna perangkat iOS. Namun, sejak April 2012, jangkauan aplikasi ini diperluas sehingga pengguna Android juga dapat mengaksesnya. Instagram menyediakan berbagai fitur menarik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna, di antaranya:

1. **Beranda (Home)**

Halaman utama pada Instagram menampilkan foto atau video dari pengguna yang diikuti, serta konten rekomendasi dari Instagram. Selain itu, pada halaman ini terdapat fitur *Instastory* yang memungkinkan pengguna membagikan aktivitas mereka dalam bentuk foto, video singkat, atau teks. Konten *Instastory* hanya dapat dilihat selama 24 jam sebelum secara otomatis terhapus.

2. **Jelajah (Explore)**

Melalui fitur ini, pengguna dapat menemukan foto atau video yang sedang populer atau yang disarankan oleh Instagram berdasarkan minat mereka.

3. **Reels**

Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah video pendek dengan durasi minimal 15 detik. Pengguna juga dapat menambahkan berbagai efek, alat, audio, dan elemen kreatif lainnya. Selain itu, pengguna dapat menikmati konten video acak dari akun lain.

4. **Pesan (Messages)**

Selain berfungsi untuk berbagi konten visual, Instagram juga menyediakan fitur *Direct Message* (DM). Fitur ini memungkinkan pengguna mengirim pesan berupa teks, foto, atau video secara langsung kepada pengguna lain. (Aulia & Alina Darayani, 2024).

### Instagram Sebagai Alat Komunikasi Lembaga Pemerintah

Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan individu, tetapi juga dimanfaatkan oleh perusahaan atau lembaga, termasuk pemerintah. Salah satu penerapannya adalah oleh humas pemerintah yang menggunakan platform ini untuk menyampaikan informasi terkait program dan kebijakan kepada masyarakat. Instagram menjadi alat strategis bagi humas pemerintah untuk memberikan layanan informasi yang cepat dan transparan, mengingat tugas utama mereka adalah membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Dengan popularitas Instagram yang meluas di berbagai kalangan, pemerintah dapat dengan mudah menjangkau masyarakat untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi langsung.

Menurut (Meidiana et al., 2022), keberadaan Instagram memberikan peluang besar bagi pemerintah untuk berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat. Melalui platform ini, informasi dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah diakses, sehingga meningkatkan partisipasi publik dalam program-program yang dilaksanakan pemerintah. Melalui optimalisasi fitur-fitur yang disediakan, seperti *Instastory*, *Reels*, dan *Explore*, Instagram tidak hanya menjadi media komunikasi yang fleksibel, tetapi juga mampu memperkuat transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam melayani masyarakat.

### Komunikasi Pemerintah

Komunikasi pemerintah adalah komunikasi yang bersifat partisipatif, dengan tujuan membangun kepercayaan masyarakat serta mendorong keterlibatan masyarakat. Seorang komunikator, seperti penyelenggara pelayanan publik atau pemerintah, harus mempunyai ethos serta kredibilitas, mampu berkomunikasi dengan baik agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini penting untuk menghindari



kesalahpahaman atau ketidakpuasan dalam pelayanan publik. Namun, komunikasi pemerintah masih belum sepenuhnya efektif, dan masyarakat sering kali kurang memahami beberapa standar operasional kebijakan, meskipun hal tersebut sangat penting untuk diketahui secara luas (Gemiharto & Juningsih, 2021).

Keberadaan humas pada lembaga maupun instansi pemerintah merupakan suatu keharusan yang dimiliki, karena mempunyai fungsi untuk menyebarkan informasi serta publikasi dari suatu kegiatan di instansi. Kegunaan lain dari humas pemerintah yaitu memastikan kelancaran interaksi serta penyebaran informasi dengan melakukan kerjasama bersama pers, media cetak, dan media elektronik. Humas pemerintah di Indonesia memiliki tugas pokok yaitu:

- a. Menjadi pelayanan dan menyebarkan informasi terkait program kerja instansi dengan jangkauan nasional kepada masyarakat.
- b. Menjadi komunikator dan mediator pemerintah dan publik untuk menjadi jembatan untuk kepentingan instansi serta menerima masukan publik.
- c. Memiliki peran untuk membuat iklim komunikasi yang positif untuk menjaga stabilitas dan keamanan politik dalam pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka Panjang.

Komunikasi sangat penting, terutama untuk pelayanan publik. Komunikasi yang berjalan lancar berarti pesan harus baik dan saluran media yang digunakan harus tepat. Kedua faktor ini memengaruhi kualitas pelayanan publik. Karena kurangnya informasi, komunikasi pemerintah terkadang menyebabkan kurangnya pelayanan publik. Gaya bicara dari pegawai pemerintah ketika berkomunikasi merupakan hal yang harus diperhatikan supaya masyarakat nyaman terhadap pelayanan publik (Aprilia1 et al., 2022).

### **Digital Mediated Communication**

Secara teoritis, *Digital Mediated Communication* (DMC), atau yang dikenal sebagai komunikasi yang dimediasi oleh komputer (CMC), merupakan proses di mana manusia berinteraksi menggunakan dua atau lebih komputer dalam konteks tertentu. CMC mempelajari bagaimana perilaku manusia dipengaruhi oleh pertukaran informasi yang dilakukan melalui media komputer dan internet. Kehadiran internet memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih bebas, di mana individu dapat berkomunikasi baik secara interpersonal maupun dalam skala yang lebih luas, secara massal (Andrianto, 2022).

Salah satu bentuk perkembangan ini adalah media sosial, yang digunakan sebagai alat komunikasi seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dan lainnya. Media komunikasi ini mencakup fitur obrolan, audio, video, dan fitur lainnya untuk pertukaran informasi. Media sosial termasuk dalam DMC karena dirancang untuk memudahkan komunikasi interaktif melalui teknologi internet.

Pada era digital saat ini hampir semua pelayanan oleh pemerintah sudah menggunakan media digital sebagai alat untuk berkomunikasi. Untuk memenuhi tuntutan pelayanan informasi bagi publik, pemerintah membuat bagian atau pusat layanan informasi masuk dalam bagian humas atau Pejabat Pengelola Informasi Publik (PPID) yang berada di tiap dinas baik pusat atau daerah. Dengan memanfaatkan media maka mempermudah bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan bisa menjangkau masyarakat secara luas (Ruchiat et al., 2020)

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### **2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pendekatan induktif. Metode ini mengutamakan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam daripada sekadar membuat generalisasi (Abdussamad, 2021; Mulyana, 2010). Peneliti mendeskripsikan secara rinci fenomena pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemerintah.

### **2.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam satu organisasi, kelompok, atau individu, dengan tujuan memahami suatu entitas secara menyeluruh. Studi kasus berfokus pada analisis rinci dan mendalam terhadap suatu fenomena, sehingga memungkinkan pengembangan teori berdasarkan data yang diperoleh (Abdussamad, 2021).

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi satu atau beberapa kasus dalam rentang waktu tertentu melalui pengumpulan data secara komprehensif dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan laporan. Keunggulan pendekatan ini terletak pada kemampuannya untuk mengungkap aspek-aspek spesifik dari suatu kasus dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data secara terperinci, meskipun prosesnya membutuhkan waktu yang relatif panjang.

Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus diterapkan untuk menganalisis secara mendalam pemanfaatan akun Instagram @samsat.pangandaran sebagai media komunikasi oleh Pemerintah Kabupaten Pangandaran.





Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih detail bagaimana akun tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi dan membangun komunikasi antara SAMSAT Kabupaten Pangandaran dan masyarakat.

**2.3 Subjek dan Objek Penelitian**

1. Kepala Samsat Kabupaten Pangandaran, karena sebagai pemimpin dalam instansi tersebut.
2. Tim humas media sosial Instagram @samsat.pangandaran. Pemilihan akun Instagram ini berdasarkan jumlah postingan dan pengikut yang banyak, hamper setiap hari mengunggah postingan yang berisi informasi.
3. Masyarakat yang mendapatkan informasi mengenai seputar administrasi kendaraan bermotor, yang bersumber pada media sosial Instagram @samsat.pangandaran.

Objek penelitian merujuk pada aspek utama yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian, yakni inti masalah yang dikaji untuk memperoleh data yang relevan. Dalam penelitian ini, objek yang dianalisis adalah akun media sosial Instagram @samsat.pangandaran. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan informasi, berkomunikasi, serta memberikan pelayanan publik oleh SAMSAT Kabupaten Pangandaran.

**2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data penelitian, diperlukan penerapan beberapa metode. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui tiga metode utama:

**1. Wawancara**

Penelitian ini menerapkan wawancara semi-terstruktur, di mana pertanyaan bersifat terbuka untuk memberikan fleksibilitas kepada narasumber dalam memberikan jawaban tanpa batasan, namun tetap relevan dengan konteks wawancara. Teknik ini digunakan untuk memahami fenomena atau permasalahan tertentu secara lebih mendalam, sehingga sangat cocok untuk penelitian kualitatif. Wawancara dilakukan dengan Kepala dan Humas SAMSAT Kabupaten Pangandaran untuk mendapatkan informasi mendalam tentang pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemerintah. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan masyarakat yang memperoleh informasi terkait administrasi kendaraan bermotor dari akun Instagram @samsat.pangandaran (Abdussamad, 2021).

**2. Observasi(PengamatanLangsung)**

Observasi, atau pengamatan langsung, adalah metode pengumpulan data dengan cara menganalisis objek secara langsung di lokasi penelitian. Observasi digunakan untuk memperoleh informasi faktual. Peneliti melakukan pengamatan terhadap akun Instagram @samsat.pangandaran dengan fokus pada konten informasi yang diunggah, jumlah pengikut, jumlah total suka, total tayangan, penggunaan tagar dalam konten, serta interaksi dengan pengikut di kolom komentar (Abdussamad, 2021).

**3. Dokumentasi**

Dokumentasi mencakup pencatatan peristiwa yang telah terjadi, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya lainnya. Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sumber data dokumentasi berasal dari dokumen, foto, atau bahan statistik. Dalam penelitian ini, dokumentasi meliputi konten-konten di akun Instagram @samsat.pangandaran, artikel berita di media, serta referensi dari penelitian serupa (Abdussamad, 2021).

Tabel 1 Profil Informan

No	Inisial Informan	Usia	Domisili	Peran/Keterlibatan
1.	AH	47 Tahun	Sumedang	Kasubag Tata Usaha
2.	AF	31 Tahun	Pangandaran	Tim Humas SAMSAT Pangandaran
3.	SN	30 Tahun	Tasikmalaya	Tim Humas SAMSAT Pangandaran
4.	SA	25 Tahun	Pangandaran	Tim Humas SAMSAT Pangandaran
5.	NH	21 Tahun	Pangandaran	Pengikut Instagram @samsat.pangandaran
6.	FN	25 Tahun	Pangandaran	Pengikut Instagram @samsat.pangandaran



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Berdasarkan penelitian dan analisis terhadap akun Instagram @samsat.pangandaran, berbagai data dan fakta mendukung keberhasilan penggunaan media sosial ini sebagai sarana komunikasi pemerintah dengan masyarakat.

##### a. Peningkatan Jumlah Pengikut

Akun Instagram @samsat.pangandaran menunjukkan tren peningkatan jumlah pengikut yang konsisten sejak peluncurannya pada Desember 2017. Dalam enam tahun terakhir, jumlah pengikut bertambah dari 500 orang pada akhir tahun pertama menjadi lebih dari 15.000 pada 2023. Hal ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui platform ini.

Pengikut akun ini didominasi oleh masyarakat Pangandaran, dengan rentang usia antara 18 hingga 40 tahun. Generasi muda menjadi segmen utama yang aktif terlibat dengan konten-konten yang diunggah, mengingat Instagram adalah platform populer di kalangan milenial dan Gen Z.

##### b. Interaksi Positif dengan Masyarakat

Salah satu indikator keberhasilan akun ini adalah tingginya tingkat interaksi. Setiap unggahan rata-rata mendapatkan 500 hingga 800 interaksi, yang mencakup likes, komentar, dan pesan langsung. Jenis konten yang paling menarik perhatian masyarakat adalah infografis, video edukasi, serta pengumuman terkait layanan Samsat Keliling dan program pemutihan pajak kendaraan bermotor.

Respons masyarakat juga terlihat melalui berbagai pertanyaan yang diajukan melalui kolom komentar dan fitur pesan langsung. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa akun ini adalah saluran komunikasi yang mudah diakses dan relevan untuk mendapatkan informasi resmi.

##### c. Efektivitas Kampanye Digital

Akun @samsat.pangandaran sukses menggelar beberapa kampanye digital yang berdampak signifikan. Kampanye terkait program pemutihan pajak kendaraan bermotor, misalnya, berhasil meningkatkan jumlah wajib pajak yang memanfaatkan program ini hingga 30% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini dicapai melalui strategi komunikasi yang mencakup:

- 1) Infografis yang jelas dan menarik.
- 2) Video tutorial yang menjelaskan langkah-langkah pembayaran pajak secara online.
- 3) Interaksi langsung melalui sesi tanya jawab di Instagram Live.

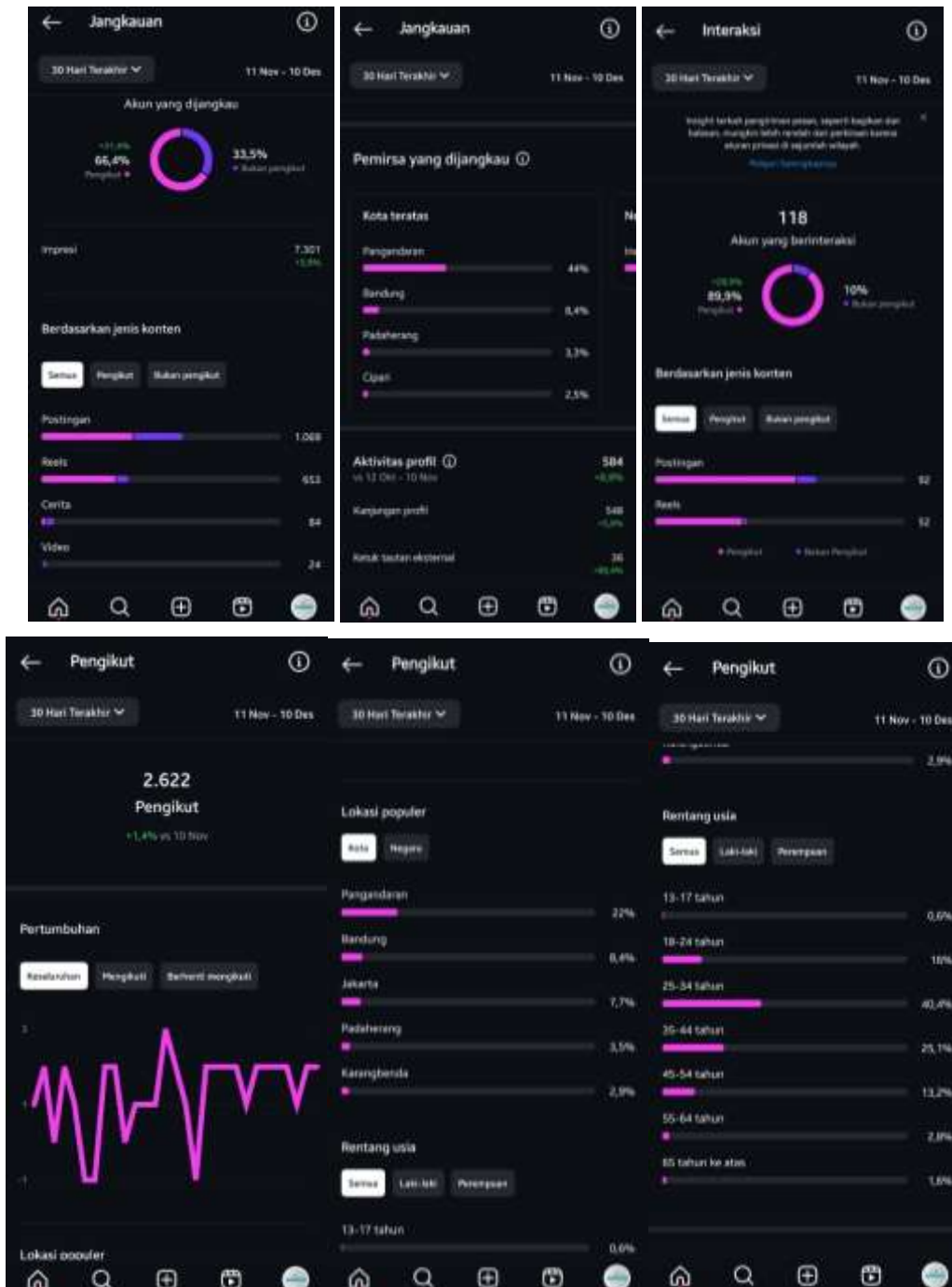
Kampanye digital ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga menciptakan rasa urgensi untuk segera menyelesaikan kewajiban pajak.

##### d. Keberhasilan Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi melalui akun ini tergolong efektif. Berdasarkan data analitik Instagram, unggahan terkait jadwal Samsat Keliling, panduan pembayaran pajak, dan penghapusan denda pajak memiliki jangkauan lebih dari 80% dari total pengikut. Informasi yang disampaikan tidak hanya menjangkau pengikut akun, tetapi juga diteruskan melalui fitur berbagi kepada masyarakat yang lebih luas.

##### e. Citra Positif Pemerintah

Melalui desain visual yang konsisten dan menarik, akun @samsat.pangandaran membantu membangun citra positif pemerintah. Masyarakat memandang Samsat sebagai institusi yang responsif, inovatif, dan transparan dalam memberikan layanan publik.



Gambar 2. Insight Akun @samsat.pangandaran

Sumber: (SN, 2024)

Dalam periode 30 hari terakhir, mulai dari 11 November hingga 10 Desember, kinerja akun Instagram @samsat.pangandaran menunjukkan pertumbuhan positif dalam berbagai aspek, seperti jangkauan, aktivitas profil, dan interaksi dengan pengikut. Data ini memberikan wawasan penting tentang efektivitas strategi konten serta perilaku audiens yang berinteraksi dengan akun tersebut.

### Jangkauan dan Impresi

Akun @samsat.pangandaran berhasil mencapai total jangkauan yang signifikan, dengan 66,4% audiens berasal dari pengikut dan 33,5% dari bukan pengikut. Persentase audiens dari pengikut mengalami peningkatan sebesar 31,4% dibandingkan periode sebelumnya, yang menunjukkan adanya pertumbuhan kepercayaan dan minat dari pengikut tetap terhadap konten yang disajikan.

Total impresi selama periode tersebut mencapai 7.301, meningkat sebesar 3,9% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Impresi ini mencakup semua jenis interaksi visual yang diterima oleh konten yang diunggah, mulai





dari tampilan di linimasa hingga interaksi langsung dengan pengguna. Jenis konten dengan jangkauan tertinggi adalah postingan reguler, yang mencapai 1.069 jangkauan, diikuti oleh reels dengan 653 jangkauan, cerita (story) sebanyak 84, dan video dengan 24 jangkauan. Data ini menunjukkan bahwa meskipun reels memberikan daya tarik yang signifikan, postingan reguler tetap menjadi andalan utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

### Aktivitas Profil

Dalam hal aktivitas profil, total interaksi yang tercatat mencapai 584, mengalami peningkatan sebesar 8,9% dibandingkan periode sebelumnya. Aktivitas ini mencakup berbagai bentuk interaksi langsung, seperti kunjungan ke profil akun, klik pada tautan, dan tindakan lainnya. Sebagian besar aktivitas berasal dari kunjungan profil yang mencapai angka 548.

Peningkatan ini menunjukkan keberhasilan strategi akun dalam mengarahkan audiens untuk lebih aktif menjelajahi profil, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh konsistensi unggahan, daya tarik visual konten, dan relevansi informasi yang disajikan.

### Interaksi dan Keterlibatan Audiens

Interaksi dengan audiens juga mengalami peningkatan yang signifikan. Total akun yang berinteraksi dengan konten mencapai 118, naik sebesar 28,9% dibandingkan periode sebelumnya. Mayoritas interaksi, yaitu 89,9%, berasal dari pengikut akun, sedangkan 10% berasal dari bukan pengikut.

Jenis konten dengan interaksi tertinggi adalah postingan reguler, yang mencatat 92 interaksi, diikuti oleh reels dengan 52 interaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun reels memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan, konten reguler tetap menjadi pilihan utama audiens untuk berinteraksi secara langsung.

### Demografi Audiens

Analisis demografi pengikut akun @samsat.pangandaran memberikan wawasan mendalam tentang karakteristik audiens. Lokasi terbesar pengikut berasal dari wilayah Pangandaran, yang menunjukkan bahwa akun ini memiliki keterhubungan erat dengan masyarakat lokal. Dari segi usia, mayoritas pengikut berada dalam rentang usia produktif, yaitu 25–34 tahun.

Kelompok usia ini cenderung lebih aktif dalam menggunakan media sosial dan lebih responsif terhadap informasi yang disampaikan melalui platform digital. Informasi ini dapat menjadi dasar strategis dalam menentukan tema konten, gaya komunikasi, dan cara penyampaian informasi agar lebih relevan dengan kebutuhan audiens utama.

### Pengaruh Penggunaan Hashtag

Penggunaan hashtag (#) pada konten yang diunggah juga berperan penting dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi. Hashtag utama seperti #BapendaJabar dan #SamsatJabar digunakan secara konsisten pada hampir semua unggahan. Strategi ini membantu konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna media sosial lainnya yang mungkin belum menjadi pengikut akun.

Hashtag tidak hanya meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga mendukung engagement dengan audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mencari informasi spesifik terkait layanan Samsat dan Bapenda Jabar. Keberadaan hashtag yang relevan dan konsisten ini membangun identitas digital yang kuat untuk akun @samsat.pangandaran.

Tabel 2. Observasi *Followers*

Observasi <i>Followers</i> Akun @samsat.pangandaran	
30 Oktober 2024	2.545
6 November 2024	2.560
13 November 2024	2.580
20 November 2024	2.590
27 November 2024	2.608
4 Desember 2024	2.617
11 Desember 2024	2.622

## 3.2 Pembahasan

### 1. Peran Media Sosial dalam E-Government

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram oleh pemerintah daerah merupakan langkah strategis untuk mendukung implementasi e-government. Instagram memiliki karakteristik yang memungkinkan penyampaian informasi secara visual dan interaktif, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda yang merupakan pengguna utama platform ini.



Melalui Instagram, pemerintah dapat memberikan informasi yang akurat dan terkini dengan cara yang lebih menarik dibandingkan dengan media tradisional. Dalam konteks Samsat Pangandaran, penggunaan Instagram telah meningkatkan literasi masyarakat tentang kewajiban pajak kendaraan bermotor dan manfaatnya bagi pembangunan daerah.

## 2. Strategi Konten yang Kreatif dan Terarah

Keberhasilan akun @samsat.pangandaran tidak lepas dari strategi konten yang dirancang dengan baik. Konten-konten yang diunggah mencakup:

- Infografis:** Menyampaikan informasi penting seperti jadwal layanan Samsat Keliling dan tata cara pembayaran pajak secara visual.
- Video Tutorial:** Memberikan panduan langkah demi langkah dalam proses pembayaran pajak online.
- Kampanye Tematik:** Memanfaatkan momen tertentu seperti Hari Pajak Nasional untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.



Gambar 3. Contoh Konten Produksi SAMSAT Pangandaran

Sumber: Instagram @samsat.pangandaran

Proses pembayaran pajak kendaraan bermotor sering kali melibatkan sejumlah dokumen yang harus dipersiapkan oleh wajib pajak. Namun, kurangnya informasi yang jelas tentang persyaratan ini kerap menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat. Banyak wajib pajak yang datang ke kantor SAMSAT tanpa membawa dokumen yang lengkap, sehingga proses pembayaran menjadi terhambat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, SAMSAT Pangandaran mengambil langkah proaktif dengan memproduksi konten edukatif yang menjelaskan secara rinci persyaratan dokumen yang harus dipenuhi. Salah satu bentuk konten tersebut, seperti yang ditunjukkan pada ilustrasi dalam Gambar 3.1, memberikan panduan lengkap mengenai dokumen-dokumen yang perlu disiapkan oleh wajib pajak sebelum mengunjungi kantor SAMSAT.

Namun, strategi konten ini masih memiliki ruang untuk pengembangan. Misalnya, pengelola akun dapat lebih sering memanfaatkan fitur Instagram Reels dan Stories untuk menyampaikan informasi secara singkat dan menarik. Selain itu, sesi tanya jawab melalui fitur Instagram Live dapat meningkatkan interaksi langsung dengan masyarakat.

## 3. Tantangan dan Kendala dalam Pengelolaan Akun

Pengelolaan akun Instagram @samsat.pangandaran menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

- Keterbatasan Sumber Daya:** Tim pengelola yang terdiri dari lima orang sering kali kesulitan mengelola volume pekerjaan, terutama saat ada kampanye besar.
- Keterbatasan Anggaran:** Produksi konten berkualitas tinggi seperti video animasi memerlukan biaya yang tidak sedikit.
- Literasi Digital Masyarakat:** Tidak semua masyarakat memahami cara memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi resmi, sehingga diperlukan upaya edukasi tambahan.



Untuk mengatasi tantangan ini, langkah-langkah strategis yang dapat diambil meliputi penambahan jumlah anggota tim, pelatihan pengelola akun, dan alokasi anggaran khusus untuk pengelolaan media sosial.

#### 4. Dampak Sosial dan Ekonomi

Pemanfaatan Instagram oleh Samsat Pangandaran memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat dan pemerintah daerah. Dari perspektif sosial, akun ini menciptakan masyarakat yang lebih terinformasi tentang kewajiban pajak dan manfaatnya. Sementara itu, dari perspektif ekonomi, peningkatan kepatuhan pajak secara langsung meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang dapat digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan peningkatan layanan publik.

Selain itu, penggunaan Instagram juga memberikan dampak positif terhadap inklusi digital. Masyarakat yang sebelumnya tidak terbiasa dengan teknologi kini mulai memanfaatkan layanan digital untuk memenuhi kewajiban mereka, seperti pembayaran pajak secara online.

#### 5. Optimalisasi Akun untuk Masa Depan

Untuk meningkatkan efektivitas akun @samsat.pangandaran di masa depan, beberapa langkah strategis dapat diterapkan:

- Pemanfaatan Teknologi Baru:** Penggunaan chatbot yang terintegrasi dengan Instagram untuk menjawab pertanyaan masyarakat secara otomatis.
- Kolaborasi dengan Komunitas Lokal:** Melibatkan komunitas lokal dalam kampanye digital untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.
- Evaluasi Rutin:** Menggunakan data analitik secara berkala untuk menilai efektivitas konten dan menyesuaikan strategi berdasarkan tren terbaru.
- Diversifikasi Konten:** Mengembangkan jenis konten baru, seperti podcast atau wawancara dengan pejabat Samsat, untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Optimalisasi Instagram yang dilakukan oleh SAMSAT Pangandaran berdampak positif kepada masyarakat, banyak yang terbantu terkait informasi yang diberikan terutama daerah yang terhambat oleh akses karena jauh untuk datang ke kantor SAMSAT. Salah satu *followers* Instagram SAMSAT Pangandaran menyebutkan “Bisa dibayangkan cukup sering, karena saya membutuhkan informasi pembayaran pajak. Karena di tempat saya ini kan jauh ya dari kantornya, jadi untuk mengakses informasi agak susah. Jadi caranya kita melihat atau berinteraksi di IG SAMSAT Pangandaran untuk mengetahui informasinya.”

Dalam penelitian ini berfokus kepada optimalisasi penggunaan Instagram oleh Samsat Pangandaran, yang mana dalam beberapa penelitian yang penulis temukan tidak ada yang melakukan penelitian yang spesifik media sosial. Hanya penelitian terfokus. Seperti penelitian yang dilakukan oleh N fokus kepada birokrasi dan pelayanan oleh SAMSAT Gorontalo. Sehingga adanya kebaruan dalam penelitian ini yaitu fokus pada media sosial Instagram.

## 4. KESIMPULAN

Dalam kesimpulan berisi pernyataan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya mengenai Pemanfaatan media sosial Instagram @samsat.pangandaran sebagai media informasi dan komunikasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Optimalisasi penggunaan Instagram tidak hanya terbatas pada individu tetapi juga meluas ke lembaga pemerintah. Humas pemerintah, khususnya, menggunakan platform ini sebagai media untuk menyebarkan informasi, program, dan kebijakan kepada masyarakat. Dengan sifatnya yang interaktif dan populer di berbagai kalangan, Instagram memungkinkan pemerintah untuk menjangkau audiens secara cepat, transparan, dan menarik.

Penggunaan Instagram SAMSAT Pangandaran dalam proses penyebaran informasi dirancang secara kreatif untuk meningkatkan daya tarik masyarakat Kabupaten Pangandaran. Optimalisasi fitur-fitur yang tersedia, seperti like, komentar, share, dan pesan langsung (DM), dilakukan dengan tujuan memperoleh *feedback* yang dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat keterlibatan *engagement* akun tersebut. Salah satu strategi yang diterapkan untuk menarik audiens adalah dengan mengikuti tren yang sedang populer di media sosial, sehingga konten yang disajikan tetap relevan dan menarik bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, Instagram telah membuktikan dirinya sebagai media sosial yang tidak hanya bermanfaat untuk kebutuhan personal tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan organisasi, termasuk pemerintah, dalam berkomunikasi secara efektif dan efisien dengan masyarakat luas.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusinya selama proses penulisan dan penyelesaian penelitian ini. Terima kasih kepada:





1. **Bapak/Ibu Dosen Pembimbing** yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kritik dan saran yang sangat berharga sepanjang penelitian ini.
2. **Keluarga dan Teman-teman** yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat, serta motivasi untuk terus maju dalam menghadapi tantangan selama proses ini.
3. **SAMSAT Pangandaran**, yang telah menyediakan data yang sangat berguna untuk penelitian ini, serta pihak terkait lainnya yang telah membantu dalam pengumpulan informasi yang dibutuhkan.
4. **Semua informan dan pihak yang terlibat** dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan memberikan data serta informasi yang sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini.

Tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak tersebut, penelitian ini tidak akan terwujud dengan baik. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi positif bagi semua yang berkepentingan.

## REFERENCES

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Patta Rapanna, Ed.). CV. syakir Media Press.
- Aneta, A., Kadji, A. M., & Dais, H. (2017). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI KANTOR SISTEM ADMINISTRASI MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT) KOTA GORONTALO*.
- Aprilia1, I. A., Sholichah, A., & Nurhotimah2, I. (2022). *Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Vol. 13, Issue 1).
- Gemiharto, I., & Juningsih, E. R. (2021). Komunikasi pemerintahan dalam implementasi kebijakan Bantuan Sosial Tunai di kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), 1–22.
- Haning Thahir Mohammad. (2018). *Reformasi Birokrasi di Indonesia: Tinjauan Dari Perspektif Administrasi Publik*. 4(1).
- Meidiana, N., Rezeky Manogari Lumban Toruan, R., & Adhipoetra Universitas Moestopo, R. (2022). Akun Instagram @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 2, Issue 2).
- Ruchiat, N. A., Fatma, S. D., Komala Erdinaya, L., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221–239.
- Suryani Dosen Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika, I. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)* (Vol. 8, Issue 2).

