

## LITERASI DIGITAL DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI TINGKAT KELURAHAN KOTA BANDUNG DAN KOTA BOGOR

Arina Rubyasih<sup>1)</sup>, Rachmawati Windyaningrum<sup>2)</sup>, Stefani Made Ayu Artharini Koesanto<sup>3)</sup>

- 1) Department of Communication Science, Universitas Terbuka, E-mail: [arinar@ecampus.ut.ac.id](mailto:arinar@ecampus.ut.ac.id)
- 2) Department of Communication Science, Universitas Terbuka, Indonesia, E-mail: [rachmawatiw@ecampus.ut.ac.id](mailto:rachmawatiw@ecampus.ut.ac.id)
- 3) Department of Communication Science, Universitas Terbuka, Indonesia, E-mail: [stefanimadeayu@ecampus.ut.ac.id](mailto:stefanimadeayu@ecampus.ut.ac.id)

### ARTICLE INFORMATION

#### KEYWORDS:

Digital Literacy, Social Media.

### CORRESPONDENCE

Phone: +62-857-5418-8807

E-mail: [stefanimadeayu@ecampus.ut.ac.id](mailto:stefanimadeayu@ecampus.ut.ac.id)

### A B S T R A C T

Digital literacy involved in social media management in government is unique and become something important for communicating within the community. With proper management of social media, information about government programs can be disseminated effectively and efficiently and can be directly responded to by the community as social media users. The formulation of the problem in this study is how to manage digital literacy in social media in Lebak Siliwangi and Cimahpar villages. The two urban villages were chosen for consideration as winners of the 2019 West Java Public Relations Cup, and have renewable social media activities. The research method used is a case study to see the unique way of managing social media in the two villages through aspects of digital literacy. The results of the study concluded that the digital competence of social media managers in the Siliwangi and Cimahpar urban villages was considered sufficient, however, the level of competence was not at the professional level. The ability of social media management officers in the Siliwangi and Cimahpar urban villages is considered sufficient to be able to access and post information to residents. The desire to adopt content processing capabilities does exist but there are limited human resources. In disseminating information, officers are very careful disseminating information, by reconfirming the information to be posted to avoid misinformation.

### INTRODUCTION

Literasi digital menjadi bagian dari pembangunan budaya literasi pada seluruh aspek kehidupan manusia. Bermula adanya perkembangan teknologi komunikasi yang sudah memasuki gelombang ketiga, kini masyarakat dihadapkan dengan perubahan cara berkomunikasi. Masyarakat kini telah memanfaatkan jaringan optik internet sebagai cara berkomunikasi serta mengakses informasi. Hal ini menuntut lembaga pemerintahan untuk mengikuti perubahan berkomunikasi yang tidak lagi berbirokrasi maupun tertutup. Perubahan tersebut juga menjadi bagian akan adanya perubahan pelayanan pemerintahan yakni *good governance*. *Good governance* mengharuskan adanya keterbukaan informasi publik bagi lembaga pemerintahan, seperti yang

diatur pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Sehubungan dengan Undang-Undang tersebut, menjadikan lembaga pemerintahan untuk membuka media komunikasi berbasis digital. Mulai dari diwajibkannya memiliki website resmi dengan domain.go.id hingga instruksi pengaktifan jejaring media sosial. Pemerintah Jawa Barat sendiri, semenjak kepemimpinan Gubernur Ridwan Kamil banyak berinovasi dalam berkomunikasi dengan masyarakat Jawa Barat. Salah satu bentuknya dengan pengaktifan media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter sebagai media komunikasi antar lini, baik masyarakat, dinas-dinas, hingga tingkat kabupaten, wilayah, kelurahan, dan desa. Pengguna internet aktif Indonesia terutama

media sosial mencapai 150 juta jiwa atau 56% dari total keseluruhan masyarakat Indonesia dimana kontribusi provinsi terbesar dari pengguna aktif berada di Provinsi Jawa Barat sebesar 15,7% dari total 69% pengguna di Pulau Jawa (Leski Rizkinaswara, 2019).

Data tersebut melandasi Pemerintah Jawa Barat untuk memberikan instruksi maupun apresiasi kepada instansi pemerintah yang mampu mengelola media sosial sebagai media komunikasi lembaga kepada masyarakat maupun *stakeholder*. Seperti Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung dan Kelurahan Cimahpar Kota Bogor, menjadi pemenang Piala Humas Jabar 2019 pada kategori pengelolaan media sosial terbaik. Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung meraih juara pertama, sedangkan Kelurahan Cimahpar Kota Bogor meraih juara ketiga. Piala Humas Jabar 2019 ini dilakukan sebagai bentuk apresiasi Pemerintah Jawa Barat terhadap kinerja dinas-dinas hingga pemerintah kota, kabupaten, kecamatan, kelurahan hingga desa, dalam memberikan akses informasi kepada publik. Selain itu, melalui adanya kecanggihan media komunikasi yang interaktif, Pemerintah Jawa Barat melakukan penilaian kinerja setiap perangkat kelurahan untuk dapat mengelola media sosial sebagai media komunikasi, informasi dan pelaporan.

Pada Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung sebagai juara pertama peraih kategori pengelolaan media sosial Piala Humas Jabar 2019, memiliki tiga media sosial yakni Instagram, Facebook dan Twitter. Seperti yang diungkapkan Lurah Lebak Siliwangi, terdapat tiga media sosial yang digunakan Kelurahan Lebak Siliwangi sebagai media sosialisasi program pemerintah (Maulana, 2019). Adapun alamat dari masing-masing media sosial tersebut adalah Instagram @kelurahanlebakiliwangi, Facebook Kel Lebak Siliwangi, dan Twitter @LebakSiliwangi. Dari ketiga media sosial yang dimiliki Kelurahan Lebak Siliwangi terbilang aktif dalam melakukan *posting* informasi dan up to date dalam mengelola pesan setiap waktunya. Aktivitas akun Instagram @kelurahanlebakiliwangi terlihat dari *posting feeds* sebanyak 2.808 informasi dan memiliki

pengikut sebanyak 1.111 hingga Januari 2020. Akun Facebook Kelurahan Lebak Siliwangi memiliki aktivitas pertemanan sebanyak 1.602 hingga bulan Januari 2020 dan *posting* informasi melalui *wall status* Facebook terakhir 30 Januari 2020. Akun Twitter yang dimiliki Kelurahan Lebak Siliwangi sudah dibuat dari tahun 2013, dengan jumlah pengikut sebanyak 2.123 hingga Januari 2020, dan *post tweet* terakhir pada bulan Desember 2019.

Kelurahan Lebak Siliwangi dalam mengelola media sosialnya melibatkan bagian khusus yakni petugas pengolahan data dan sistem informasi. Petugas tersebut berkewajiban mengelola akun media sosial untuk menyampaikan informasi seputar kegiatan dan kinerja kelurahan, kegiatan kecamatan yang terkait kelurahan, aktivitas warga kelurahan, dan program-program Pemerintah Kota Bandung. Diakui Kepala Lurah Lebak Siliwangi bahwa petugas pengelola diminta untuk mengolah informasi agar program yang disosialisasikan melalui media sosial menjadi lebih mudah dipahami oleh warga, khususnya pengikut di media sosial. Lebih lanjut, dalam sepekan Kepala Lurah Lebak Siliwangi juga akan melakukan evaluasi untuk semua unggahan. Kelurahan Lebak Siliwangi juga membuat perencanaan unggahan atau informasi yang akan disosialisasikan. Penyebaran informasi dirancang seminggu sekali berupa program apa saja yang sampaikan. Apabila terdapat program atau informasi yang baru, petugas akan mengemas lagi bagaimana cara publikasinya. Kelurahan Lebak Siliwangi berusaha untuk mengawasi semua konten media sosial, serta mengingatkan kepada warga apa tujuan dari publikasi dan produksi konten media sosial (Maulana, 2019).

Hal serupa juga dilakukan oleh Kelurahan Cimahpar di Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor. Kelurahan Cimahpar mendapatkan juara ketiga dalam ajang Piala Humas Jabar 2019 dalam pengelolaan media sosial. Media sosial yang dimiliki kelurahan ini yakni Instagram, Facebook, dan Youtube. Instagram kelurahan tersebut bernama @kelcimahpar dengan jumlah *posting feeds*, 935 pengikut, dan aktivitas *posting* terakhir pada tanggal 30 Januari 2020. Akun Facebook yang dimiliki bernama

Kelurahan Cimahpar, namun untuk akun Facebook tersebut belum terlihat aktivitas *posting* yang terbaru karena hanya berupa halaman fanpage. Berbeda dengan kelurahan sebelumnya, Kelurahan Cimahpar memiliki channel Youtube yang sudah dibuat dari 10 Maret 2016, memiliki 26 *subscriber*, dan 10 video kegiatan kelurahan. Diungkapkan Kepala Lurah Cimahpar bahwa pengelolaan media sosial yang dilakukan hanya melaksanakan tugas kedinasan, sehingga yang dipublikasikan dalam media sosial tersebut adalah program dan kinerja yang dilakukan pemerintah baik tingkat kelurahan, kecamatan, hingga kota. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui program dan kinerja pemerintah (Andi, 2019). Fenomena tersebut, menarik perhatian peneliti untuk melakukan mengeksplorasi literasi digital yang dimiliki para pengelola media sosial dua kelurahan tersebut. Dua kelurahan tersebut dipilih atas pertimbangan menjadi peraih Piala Humas Jabar 2019, dan memiliki aktivitas media sosial yang terbaru. Adapun pertanyaan penelitian yang akan diteliti Bagaimana kompetensi digital, penggunaan digital dan transformasi digital apa yang dimiliki pengelola media sosial Kelurahan Lebak Siliwangi dan Cimahpar, serta mengapa Kelurahan Lebak Siliwangi dan Cimahpar melakukan pengelolaan media sosial, terkait dengan literasi digital menuju *good governance*.

Teknologi informasi dan komunikasi kian berkembang dan menambah keberagaman jenis media. Hal ini menunjukkan adanya lingkungan media baru yang dijelaskan Mc Namus (dalam Nasrullah, 2014) ada pergeseran ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses terbatas menuju media yang berlimpah. Internet juga mentransformasikan dirinya sebagai tempat penyimpanan virtual, sehingga khalayak juga bisa mengakses informasi yang dibutuhkan kapan pun dan tentu saja melalui perangkat apapun (Nasrullah, 2014). Sejalan dengan pengertian lingkungan media baru, John Vivian menjelaskan definisi media baru sebagai keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time* (Vivian, 2008). Media baru

menurut Manovich (2001) terdapat dua tipologi untuk mendekati kata *interactivity* pada cara pandang media baru, yakni tipe terbuka dan tipe tertutup (Nasrullah, 2014). Pada penjelasannya, yang dimaksud dengan tipe terbuka adalah bahwa khalayak tidak hanya memilih media tetapi juga dapat menentukan cara mengakses medianya. Sedangkan sebaliknya, yang dimaksud dengan tipe tertutup adalah ketika khalayak tidak dapat memilih konten maupun cara akses maupun medianya. Adapun karakteristik media baru yang dijelaskan dengan istilah *interactivity* terdiri dari adanya sifat yang tersebar dari dan juga ke banyak khalayak; komunikasi terjadi timbal balik dengan banyak arah karena sifat *interactivity* tersebut; level kekuasaan pada media dan kontrol terhadap sumber menjadi hilang atau berkurang drastis; khalayak diberikan fasilitas oleh medianya; karena fasilitas tersebut, maka khalayak menjadi bebas untuk berekspresi dan menampilkan karakter masing-masing tanpa meninggalkan keragaman identitasnya; serta sifat media baru yang dapat memberikan keterlibatan kepada khalayak secara penuh (Nasrullah, 2014).

Pada media baru biasanya berbasis jaringan internet dan jenis-jenis media baru menurut McQuail (2011) terdapat empat kategori utama yakni, pertama media komunikasi interpersonal seperti *email*, kedua media permainan interaktif seperti *game*, ketiga media pencarian informasi seperti mesin pencarian di internet, dan keempat media partisipatori seperti ruang obrolan (*chatting*). Media baru yang paling populer saat ini adalah Facebook, Twitter, Instagram, Blog Google Plus, Tiktok, dan masih banyak lagi. Berdasarkan penjelasan mengenai media baru dapat ditegaskan bahwa media komunikasi telah bertambah yang semula media komunikasi konvensional dengan mengandalkan jaringan satelit, kini menjadi media baru yang berbasis jaringan optik internet atau digital. Pada penelitian ini menekankan media baru yang berupa media sosial.

Media sosial memiliki karakteristik sebagai media sosial modern yang terdiri dari: 1) transparansi, 2) dialog dan komunikasi, 3) jejaring relasi, 4) multi opini, 5) multi form, dan 6) kekuatan promosi online (Sulianta, 2015). Selain karakteristik, media sosial memiliki

beberapa fungsi terutama terkait karakteristiknya sebagai media komunikasi yaitu untuk mencari informasi dan pengetahuan; mendapatkan hiburan; melakukan proses komunikasi; untuk menggerakkan masyarakat; serta sebagai sarana berbagi. Hal ini sejalan dengan hasil temuan penelitian terkait penerapan pemanfaatan media sosial Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Belitung Timur sebagai upaya dalam meningkatkan promosi, mempermudah akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait layanan perpustakaan. Media sosial ini berdampak signifikan bagi peningkatan masyarakat untuk berkunjung ke Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Belitung Timur (Budi & Roem, 2019).

Literasi digital menjadi pengembangan literasi media yang berbasis jaringan internet. Literasi digital menurut Gilster (1997) didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui piranti komputer. Ahli lain yakni Bawden mengatakan akar dari literasi digital adalah literasi komputer dan literasi informasi. Literasi digital menurut Bawden lebih banyak dikaitkan pada keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi (Bawden, 2001). Selanjutnya menurut Douglas A.J. Belshaw terdapat delapan unsur atau elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital, yaitu:

1. Kultural, yakni pemahaman ragam konteks penggunaan dunia digital.
2. Kognitif, yakni daya pikir dalam menilai konten.
3. Konstruktif, yakni reka cipta sesuatu yang ahli dan aktual.
4. Komunikatif, yakni memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital.
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab.
6. Kreatif, melakukan hal baru dengan cara baru.
7. Kritis dalam menyikapi konten.
8. Bertanggung jawab secara sosial (Belshaw, 2012).

Konsep ini akan diturunkan dalam konstruksi kemampuan literasi digital petugas di Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung dan Kelurahan Cimahpar Kota Bogor.

Dasar pengembangan literasi digital tidak terlepas dari prinsip-prinsip yang dijelaskan oleh Mayes dan Fowler (Nasrullah et al., 2017) sebagai berikut:

1. Pemahaman sederhana meliputi kemampuan untuk mengekstrak ide secara implisit dan eksplisit dari media.
2. Bagaimana suatu bentuk media berhubungan dengan yang lain secara potensi, metaforis, ideal, dan harfiah. Dahulu jumlah media yang sedikit dibuat dengan tujuan untuk mengisolasi dan penerbitan menjadi lebih mudah daripada sebelumnya. Sekarang ini dengan begitu banyaknya jumlah media, bentuk-bentuk media diharapkan tidak hanya sekedar berdampingan, tetapi juga saling melengkapi satu sama lain.
3. Faktor Sosial. Berbagi tidak hanya sekedar sarana untuk menunjukkan identitas pribadi atau distribusi informasi, tetapi juga dapat membuat pesan tersendiri. Siapa yang membagikan informasi, kepada siapa informasi itu diberikan, dan melalui media apa informasi itu berikan tidak hanya dapat menentukan keberhasilan jangka panjang media itu sendiri, tetapi juga dapat membentuk ekosistem organik untuk mencari informasi, berbagi informasi, menyimpan informasi, dan akhirnya membentuk ulang media itu sendiri.
4. Kurasi. Berbicara tentang penyimpanan informasi, seperti penyimpanan konten pada media sosial melalui metode “*save to read later*” merupakan salah satu jenis literasi yang dihubungkan dengan kemampuan untuk memahami nilai dari sebuah informasi dan menyimpannya agar lebih mudah diakses dan dapat bermanfaat jangka panjang. Kurasi tingkat lanjut harus berpotensi sebagai kurasi sosial, seperti bekerja sama untuk menemukan, mengumpulkan, serta mengorganisasi informasi yang bernilai.

Prinsip pengembangan literasi digital memiliki sifat yang berjenjang, oleh karenanya Mayes dan Fowler menggolongkan tiga jenjang pada literasi digital, yakni jenjang pertama adalah kompetensi digital yang meliputi keterampilan, konsep, pendekatan, dan perilaku. Jenjang kedua berupa penggunaan digital merujuk pada pengaplikasian kompetensi digital yang berhubungan dengan konteks tertentu. Jenjang

ketiga, transformasi digital membutuhkan kreativitas dan inovasi pada dunia digital (Nasrullah et al., 2017).

Peneliti menemukan beberapa penelitian relevan antara lain:

- 1) Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Pada Masyarakat Kampung Dongkelan Kauman Daerah Istimewa Yogyakarta (Setyaningsih, 2017). Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan studi etnografi eksploratif riset. Hasil penelitian salah satunya adalah bahwa kesadaran masyarakat dalam literasi media melalui kearifan lokal belum mampu dimaksimalkan potensinya hal ini disebabkan masyarakat masih menjadi pengguna media yang pasif, akan tetapi pada masyarakat Kampung Dongkelan terdapat pusat kegiatan masyarakat yang fokus pada literasi media yakni Kelompok Penggiat Sekolah Masyarakat Desa.
- 2) Tingkat Literasi Media Masyarakat Di Wilayah Perbatasan Papua (Juditha, 2014). Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki literasi yang sangat terhadap media televisi. Televisi telah menjadi media utama bagi masyarakat di wilayah perbatasan Papua. Literasi media kedua adalah telepon selular. Mayoritas responden sudah sangat melek teknologi telepon selular meski kebanyakan hanya untuk menelepon dan mengirimkan pesan singkat melalui SMS. Sementara untuk literasi pada teknologi internet dan radio merupakan media yang paling sedikit dan jarang dimanfaatkan responden karena infrastruktur jaringan internet yang belum memadai dan tidak terdapat perangkat radio yang digunakan sebagai media informasi dan hiburan.
- 3) Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah (Putra, 2017). Penelitian ini dengan metodologi kuantitatif melalui survey. Penelitian ini menunjukkan bahwa para pengelola media sosial humas pemerintah daerah Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Kabupaten Wonosobo, Kota Solo, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Blora, Kota Yogyakarta dan Provinsi Bali telah memiliki literasi media sosial yang cukup.
- 4) Literasi Media Baru Melalui Media Sosial Instagram Pada Kecamatan Cinambo Sebagai Media Informasi Kegiatan Kecamatan Dan Interaksi Warga (Windyaningrum et al., 2019). Metode kualitatif dengan studi deskriptif dilakukan untuk memperlihatkan aspek keahlian teknis, aspek pemahaman kritis dan pengembangan kreativitas dan produksi konten. Aspek teknis untuk penggunaan instagram @kecamatan.cinambo berupa cara mengakses aplikasi Instagram, keahlian *hardware*, *software*, teknik pengambilan gambar dan video, dan pengolahan kata sebagai *captions*. Aspek pemahaman kritis dan pengembangan kreativitas dalam menggunakan media sosial instagram @kecamatan.cinambo, ditandai dengan adanya pemahaman tugas sebagai pengelola instagram @kecamatan.cinambo, mampu menyelesaikan masalah teknis dan non-teknis, mengembangkan kreativitas melalui keterampilan dari pencarian konten atau pengumpulan konten, penyusunan konten, mengklasifikasikan konten, dan penyajian konten di media sosial. Aspek produksi konten Instagram operator IT secara rutin menyampaikan informasi yang terdiri dari informasi seputar kegiatan Pemerintah Kota Bandung yang berkaitan dengan kewilayahan.

## METHOD

Metode kualitatif dengan pendekatan menggunakan studi kasus digunakan pada penelitian ini untuk mengungkapkan dan menganalisis keunikan dari literasi digital yang dimiliki para pengelola media sosial Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung dan Kelurahan Cimahpar Kota Bogor sebagai peraih Piala Humas Jabar 2019. Dalam penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana kompetensi digital, penggunaan digital dan transformasi digital pengelola media sosial Kelurahan Lebak

Siliwangi dan Cimahpar, serta mengapa Kelurahan Lebak Siliwangi dan Cimahpar melakukan pengelolaan media sosial.

Penelitian ini dalam menentukan informan sebagai sumber data dan informasi dalam menjawab permasalahan penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti melakukan pemilihan informan sesuai dengan tujuan penelitian, adapun informan penelitian ini yakni Kepala Kelurahan, Kepala Bagian Umum, Petugas Pengelola Data dan Informasi Kelurahan, Humas Provinsi Jawa Barat, dan Pengikut dari masing-masing media sosial Kelurahan Lebak Siliwangi Kota Bandung, serta Kelurahan Cimahpar Kota Bogor. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi data pada media sosial dan studi pustaka.

## RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada dua kelurahan terkait literasi digital dalam pengelolaan media sosial, peneliti menemukan hasil sebagai berikut:

### Kompetensi Digital Pengelola Media Sosial

Kompetensi digital yang dimiliki pengelola media sosial kelurahan Siliwangi dan Cimahpar dinilai cukup, namun demikian level kompetensi belum berada pada level profesional. Kemampuan untuk membuat *posting* tidak pada level *editing* profesional, tetapi hanya mengambil gambar dan membuat *caption* yang jelas. Meskipun petugas pada kedua kelurahan mengerti bagaimana mengolah *caption* yang menarik pada kedua akun Instagram dan Facebook, pengolahan gambar tidak pada level *editing* profesional sehingga dapat dilakukan oleh banyak petugas karena standar kompetensi yang diperlukan tidak tinggi. *Feedback* dari warga terkait unggahan antara kedua kelurahan berbeda, terlihat dari jumlah *likes* dan komentar pada kedua kelurahan relatif lebih tinggi *likes* pada IG Kelurahan Cimahpar daripada IG Kelurahan Siliwangi.

Kompetensi digital dikatakan oleh Perifanou dan Economides (Perifanou & Economides, 2019) sebagai pengetahuan, keterampilan, sikap seseorang untuk mengakses, menggunakan,

membuat, dan berbagi sumber daya digital secara efisien, serta berkomunikasi dan berkolaborasi dengan orang lain melalui teknologi digital untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini jelas menunjukkan bahwa dibutuhkan keterampilan dalam membuat konten yang dapat menarik perhatian *follower* media sosial terutama pada IG Kelurahan Siliwangi yang masih minim dalam mendesain sebuah konten dengan *template* menarik. Sedangkan untuk IG Kelurahan Cimahpar juga secara desain konten hanya menampilkan *template* terkait nama media sosial yang dimiliki dan penonjolan gambar tanpa ada proses *editing* terlebih dahulu.

### Penggunaan Digital Pengelola Media Sosial

Kemampuan petugas pengelola media sosial kelurahan Siliwangi dan Cimahpar dinilai tidak tinggi namun cukup untuk dapat mengakses dan membuat *posting* informasi kepada warga. Proses pembuatan konten dinilai cukup sederhana, hanya cukup pimpinan memberikan arahan informasi apa yang mau disampaikan, lalu pilih bahan foto untuk di *posting* dan membuat *caption* atau teks informasi yang ingin disampaikan. Petugas sudah ada arahan harus mention akun IG beberapa kepala daerah dan juga *tag* yang diperlukan agar mempermudah dalam penelusuran kegiatan. Arahan tersebut biasanya disalin dan ditempel supaya mempersingkat waktu dan memperkecil kesalahan penyebutan.

### Transformasi Digital Pengelola Media Sosial

Fitur yang digunakan dalam IG kedua kelurahan cukup beragam, namun yang paling banyak dilakukan karena dianggap paling mudah adalah *posting* foto. Fitur story dianggap lebih jarang dilakukan karena tidak bertahan lama. Strategi yang dilakukan oleh petugas untuk membuat atau memperbaharui konten media sosial adalah mempelajari dari media sosial yang ada terutama dari pemda. Hal ini dinilai penting karena tipe akun yang dikelola adalah milik kelurahan berbeda dengan milik pribadi atau yang memiliki tujuan profesional lainnya. Keinginan dalam mengadopsi kemampuan pengolahan konten memang ada namun terdapat keterbatasan SDM. Dalam melakukan penyebaran informasi, petugas sangat berhati-hati dalam menyebarkan informasi, dengan cara

mengkonfirmasi kembali informasi yang akan *diposting* untuk menghindari misinformasi.

Pengelolaan media sosial ini dilakukan sejak sebelum tahun 2019, dan dilakukan oleh kedua kelurahan untuk menyebarkan informasi dengan cepat, mudah dan murah. Namun demikian, karena perkembangan teknologi digital dan kondisi covid, kebutuhan akan informasi yang cepat namun aman dan benar menjadi tinggi sehingga kelurahan menggunakan media sosial terutama IG sebagai media untuk menyampaikan informasi terkini tentang kegiatan kelurahan dan sekaligus sebagai pelaporan kepada publik tentang kegiatan layanan apa saja yang telah dilakukan. Keuntungan penyebaran informasi yang murah, mudah, aman dan cepat inilah yang membuat pemma kab. Bogor mengarahkan kepada setiap kelurahan untuk dapat dekat warga melalui media sosial.

Pengamatan terhadap IG dengan akun <https://www.instagram.com/kelurahanlebaksiliwangi> dan

<https://www.instagram.com/kelcimahpar/> antara kedua kelurahan berbeda dengan jumlah *posting* dan *follower* yang berbeda. Namun demikian, memang jumlah *follower* dan *posting* jauh lebih tinggi kelurahan Siliwangi (8.181 *posts* 1.445 *followers*, 319 *following*) daripada kelurahan Cimahpar (1.094 *posts*, 1.259 *followers*, 434 *following*). Intensitas dan lama memulai media sosial berpengaruh pada jumlah *post* dan *follower* kedua akun IG kelurahan tersebut. Kedua akun IG ini tidak banyak menunjukkan interaksi dua arah terhadap warga, namun lebih ke arah sebagai media penyampaian kegiatan kelurahan dan juga untuk menghimbau warga terkait hal hal seperti vaksin, kebersihan lingkungan, dan kegiatan kelurahan lainnya. Tipe interaksi ini terlihat pada tidak banyak komentar pada kelurahan Siliwangi yang mematikan fitur *post* komentar pada unggahan Instagramnya, berbeda dengan kelurahan Cimahpar yang masih mengaktifkan kolom komentar pada setiap unggahan. Keputusan untuk non aktif komentar pada akun kelurahan Siliwangi untuk menghindari penyalahgunaan dan misinformasi pada kolom komentar yang diikuti oleh banyak *follower* akun IG tersebut. Pemanfaatan sumber informasi dari warga tidak terlalu banyak

terlihat pada unggahan kelurahan, namun demikian tetap ada informasi seperti jalanan yang rusak atau informasi yang didapatkan dari warga yang perlu diinformasikan nampak pada unggahan IG kedua kelurahan.

Berdasarkan hasil transformasi digital yang telah diterapkan pada kedua kelurahan tersebut telah menunjukkan kemampuan teknologi digital. Menurut Zimmerman menerangkan bahwa teknologi digital memberikan tiga kemampuan inti untuk merubah cara kerja organisasi, yaitu: data yang tersedia di berbagai tempat, konektivitas tidak terbatas, kekuatan pemrosesan yang masif (Zimmermann et al., 2021). Digitalisasi dideskripsikan merupakan fase matang dari perubahan digital atau transformasi yang semulanya dari analog melalui digital sampai pada fase digital sepenuhnya (Zimmermann et al., 2021). Adanya media sosial terutama Instagram yang digunakan sebagai media informasi kedua kelurahan, menunjukkan adanya transformasi penyebaran informasi desa yang semula hanya dari mulut ke mulut atau melalui surat edaran, kini sampai pada fase digitalisasi dengan pemanfaatan Instagram untuk penyebaran informasi desa dengan jangkauan khalayak yang lebih luas.

## CONCLUSIONS

Pengelolaan media sosial ini dilakukan sejak sebelum tahun 2019, dan dilakukan oleh kedua kelurahan untuk menyebarkan informasi dengan cepat, mudah dan murah. Namun demikian, karena perkembangan teknologi digital dan kondisi covid, kebutuhan akan informasi yang cepat namun aman dan benar menjadi tinggi sehingga kelurahan menggunakan media sosial terutama IG sebagai media untuk menyampaikan informasi terkini tentang kegiatan kelurahan dan sekaligus sebagai pelaporan kepada publik tentang kegiatan layanan apa saja yang telah dilakukan. Keuntungan penyebaran informasi yang murah, mudah, aman dan cepat inilah yang membuat pemerintah kota Bogor mengarahkan kepada setiap kelurahan untuk dapat dekat warga melalui media sosial.

## REFERENCES

- Andi. (2019). *Selamat! Kelurahan Cimahpar Raih Juara Ketiga Kelola Medsos Tingkat Jabar*. Heibogor.Com. <https://www.heibogor.com/post/detail/66091/selamat-kelurahan-cimahpar-raih-juara-ketiga-kelola-medsos-tingkat-jabar/>
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>
- Belshaw, D. A. (2012). What is 'digital literacy'? a pragmatic investigation (Doctoral dissertation, Durham University). *Durham E-Theses Online*, 0, 0–274. <http://etheses.dur.ac.uk/3446>
- Budi, b., Arif, E., & Roem, E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSDA KABUPATEN BELITUNG TIMUR. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44. doi:10.25077/rk.3.1.34-44.2019
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. Wiley.
- Juditha, C. (2014). Tingkat Literasi Media Masyarakat DI Wilayah Perbatasan. *Journal Communication Spectrum*, 3(2), 107–120. [http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal\\_Communication\\_spectrum/article/view/1761/1362](http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1761/1362)
- Leski Rizkinaswara, L. (2019). *Penggunaan Internet di Indonesia*. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>
- Maulana, A. G. (2019). *Tak Asal Unggah, Ini Tip Kelola Media Sosial ala Kelurahan Lebak Siliwangi*. AyoBandung.Com. <https://www.ayobandung.com/bandung/pr-79659203/tak-asal-unggah-ini-tip-kelola-media-sosial-ala-kelurahan-lebak-siliwangi>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP. [https://books.google.co.id/books?id=J-VNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=J-VNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Nasrullah, Rullie, Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., Miftahussururi, & Akbari, Q. S. (2017). Materi Pendukung Literasi Digital: Gerakan Literasi Nasional. In *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/wp-content/uploads/2017/10/cover-materi-pendukung-literasi-finansial-gabung.pdf>
- Perifanou, M., & Economides, A. (2019). an Instrument for the Digital Competence Actions Framework. *ICERI2019 Proceedings*, 1(November), 11139–11145. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.2750>
- Putra, N. A. (2017). Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah. *Informasi*, 47(2), 271. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.17235>
- Setyaningsih, R. (2017). Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Pada Masyarakat. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi*, 9(2), 118–125. <http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/viewFile/4520/3503>
- Sulianta, F. (2015). *Rahasia Berbisnis Ala Sosial Media : Pasti Meraup Visitor, Likes, Circle, Koneksi, Retweet & Follower!* (1st ed.). ANDI.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa* (8th ed.). Kencana.
- Windyaningrum, R., Putri, S. H., & Sari, I. (2019). Penerapan Model Literasi Media Sosial Instagram Pada Petugas Pengolah Data Dan Sistem Informasi (PEDASI) Kecamatan Cinambo (Studi Deskriptif Penerapan Model Literasi Media Instagram @kecamatan.cinambo Sebagai Media Informasi Kecamatan Cinambo). *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 2(02), 54–68. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v2i02.226>
- Zimmermann, A., Schmidt, R., & Jain, L. C. (2021). Architecting the digital transformation: An introduction. In *Intelligent Systems Reference Library* (Vol. 188). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-49640-1\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-49640-1_1)