

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOBEKASI SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG BEKASI

Indah Salsabillah¹, Tatik Yuniarti²

^{1,2} Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi
E-mail : indahsalsa06@gmail.com¹, tatik_yuniarti@unismabekasi.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya fenomena yang terjadi yaitu informasi hoaks di tengah masyarakat khususnya media sosial. Dari adanya pemanfaatan media sosial salah satunya instagram sebagai media informasi, maka instagram @infobekasi yang merupakan media informasi masyarakat tentang Bekasi perlu dilakukan pengelolaan media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media sosial @infobekasi. Teori yang digunakan adalah teori pengelolaan media sosial 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*) Charis Heure. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @infobekasi telah melaksanakan pengelolaan media sosial yang terdiri dari (1) Pengelolaan *context* (konteks) dengan menggunakan kata-kata tidak berbelit hingga bahasa sehari-hari dan keterangan penjelas agar masyarakat mudah memahami informasi. (2) Pengelolaan *communication* (komunikasi) dengan menyajikan informasi lengkap hingga penambahan dokumentasi gambar atau video mendukung informasi. (3) Pengelolaan *collaboration* (kolaborasi) dengan bergabung pada grup *whatsapp*, masyarakat, media Deni Ardini (*Founder Info Bekasi*), dan informasi berbayar atau iklan. (4) Pengelolaan *connection* (koneksi) dengan menjalin komunikasi dua arah, mewedahi kritik dan saran masyarakat, serta kegiatan menanyakan kabar dan bermain *games*.

Kata kunci : Info Bekasi, Instagram, Media Informasi, Pengelolaan Media Sosial

ABSTRACT

This research is motivated by the rise of the phenomenon that occurs, namely hoax information in society, especially social media. From the use of social media, one of which is Instagram as an information medium, Instagram @infobekasi, which is a media for public information about Bekasi, needs to be managed social media. The purpose of this study is to determine the management of social media @infobekasi. The theory used is Charis Heure's 4C (Context, Communication, Collaboration, and Connection) social media management theory. This research method uses a qualitative descriptive approach. The results of the study show that @infobekasi has implemented social media management which consists of (1) Context (context) management using simple words to everyday language and explanatory information so that people can easily understand information. (2) Management of communication (communication) by presenting complete information to the addition of image or video documentation to support the information. (3) Management of collaboration (collaboration) by joining whatsapp groups, community, media Deni Ardini (Bekasi Founder Info), and paid information or advertisements. (4) Management of connections (connections) by building two-way communication, accommodating community criticism and suggestions, as well as asking for news activities and playing games.

Keyword : Info Bekasi, Instagram, Information Media, Social Media Management

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat 210.026.769 jiwa atau 77,02% tingkat pengguna internet di Indonesia, dengan total populasi penduduk sebanyak 272.682.600 jiwa pada tahun 2021-2022 (APJII, 2022).

Media sosial menjadi salah satu fitur media baru yang berbasis internet. Sisi positif media sosial yaitu sebagai sarana informasi bermanfaat bagi masyarakat, tetapi dibalik itu terdapat pula sisi negatif, salah satunya yaitu masyarakat rawan terhadap kejahatan siber, penipuan dan hoaks (Mauludi, 2018).

Penyebaran informasi hoaks pada masyarakat didukung oleh data pengamatan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) pada November 2022 terdapat 114 hoaks yang tersebar di media sosial (Kemkominfo, 2022) dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) dalam instagram @aji.indonesia merilis data seputar penemuan 135 hoaks selama bulan Januari sampai Juni 2022 (Mafindo, 2022).

Pengelolaan media sosial penting dilakukan agar media sosial yang digunakan sesuai dengan tujuan dan fungsinya. Salah satu inovator media baru, Chris Heuer berpikir bahwa pengelolaan media sosial berguna untuk kemudahan dan memenuhi tujuan yang telah direncanakan serta mewujudkan komunikasi yang efektif. Dengan penerapan komponen 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*) yang wajib diterapkan pada media sosial (Juanini et al., 2022).

Instagram menjadi salah satu media sosial favorit masyarakat karena dilihat dari survei Hootsuite & We are Social hampir setengah penduduk Indonesia menggunakan instagram atau dengan persentase 43,4% pada Oktober 2022 (Hootsuite & We Are Social, 2022). Tingginya pengguna instagram, sehingga tak dapat dipungkiri instagram dapat dijadikan sebagai wadah dan penyalur informasi, khususnya suatu wilayah atau daerah, seperti daerah Bekasi.

Bekasi adalah salah satu bagian dari provinsi Jawa Barat, daerah yang bisa dikatakan sebagai daerah metropolitan penyangga Ibu Kota. Keberadaan kelengkapan serta kemudahan sarana dan prasarana sehingga bisa disebut sebagai daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang sangat tinggi dan banyak juga peristiwa yang terjadi (Sihe et al., 2021). Bekasi mencerminkan pola kehidupan masyarakat yang *modern* sehingga cenderung memiliki media sosial sebagai sarana berkomunikasi untuk mendapatkan sebuah informasi. Prinsip masyarakat yang serba cepat dan praktis, membuat media sosial menjadi pilihan tepat sebagai sumber utama update terhadap peristiwa yang terjadi, mulai dari berita informasi bencana alam, lalu lintas, kriminal dan lainnya yang meliputi wilayah Kota dan Kabupaten.

Dari munculnya fenomena tersebut, hadirlah Info Bekasi pada tahun 2018 sebagai media informasi masyarakat Bekasi dengan nama pengguna instagram @infobekasi untuk membangun masyarakat informasi melalui media sosial. @infobekasi rutin memberikan informasi seputar Bekasi kepada masyarakat dengan aktual, *update* dan sesuai kode etik jurnalistik melalui fitur yang tersedia di instagram setiap harinya.

@infobekasi memiliki pengikut instagram 287 ribu pengguna dengan frekuensi unggahan 10 konten *instastory*, 6 konten *feed* dan 2 konten *reels* terpantau pada 9 Januari 2023. @infobekasi memberikan berbagai informasi mulai dari informasi lalu lintas, kriminal, pemerintah, bencana, kehilangan, fenomena masyarakat, inspiratif, asal-usul wilayah Bekasi, hingga informasi berbayar atau iklan.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, maka dari itu diperlukan penelitian lebih lanjut yang bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi dengan judul “Pengelolaan media sosial instagram @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi”.

METODOLOGI

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan fakta mengenai pengelolaan media sosial instagram @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi. Penulis mengumpulkan data melalui kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai sumber primer.

Penulis mendapatkan data penelitian dari *key* informan yaitu Pemimpin Redaksi dan Redaktur instagram @infobekasi, serta informan diantaranya Jurnalis, Kontributor dan bagian Kreatif yang tentunya terlibat secara langsung dalam kegiatan penelitian.

Teknik observasi yang diterapkan penulis yaitu secara digital dari bulan November 2022 sampai Juni 2023. Hal tersebut dilakukan dengan mengamati media sosial instagram @infobekasi mulai dari fitur-fitur yang digunakan dalam mempublikasikan informasi, kecepatan dalam mempublikasikan informasi, serta susunan kalimat yang dijadikan *caption* pada setiap unggahan informasinya.

Data dokumentasi dari penelitian ini yaitu pesan teks dan telepon melalui *whatsapp* serta aplikasi *voice note* sebagai perekam pada saat wawancara dengan narasumber.

Data sekunder yang digunakan penulis berupa buku, jurnal, penelitian terdahulu, internet serta bahan tertulis atau teks lainnya yang tentunya berhubungan dengan penelitian pengelolaan media sosial.

Teknik analisis data yang dilakukan oleh penulis menggunakan model analisis menurut Miles dan Huberman dalam (Nurani et al., 2020) yang terbagi menjadi tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan.

2. LANDASAN TEORI

New Media

Lievrouw & Livingstone dalam (Febriana, 2019) berpendapat bahwa *new media* (media baru) merupakan teknologi informasi dan komunikasi. *New media* memiliki infrastruktur yang tersusun dari

tiga komponen seperti alat yang digunakan untuk berkomunikasi, aktivitas-aktivitas dimana melibatkan orang-orang untuk berkomunikasi atau memperluas informasi serta peraturan sosial atau bentuk organisasional yang berkembang melalui alat dan aktivitas media tersebut.

Komunikasi Media Sosial

Dalam istilah komunikasi media sosial, terdapat dua kata terpisah yaitu komunikasi dan media sosial. Komunikasi adalah proses dalam penyampaian sebuah informasi dengan melibatkan satu pihak ke pihak lain. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan/verbal, yaitu tindakan umum yang dilakukan dan mudah dimengerti. (Setiawan & Pratama, 2019). Media sosial adalah perpaduan antara dunia maya dan komunitas jejaring sosial.

Hubungan erat antara komunikasi dan media sosial, Menurut Whiting & Williams dalam (Saputra, 2019) yaitu memiliki tujuan utama sebagai alat komunikasi (*telepon/sms/chatting*). Kata komunikasi dan media sosial digabungkan menjadi komunikasi media sosial sehingga diartikan sebagai alat komunikasi yang dilakukan dengan cepat dan mudah berbasis internet melalui telepon maupun mengirim pesan teks. Komunikasi media sosial memberikan pengaruh yang sangat besar karena timbulnya cara baru dalam berkomunikasi dengan mengikuti perkembangan teknologi.

Media Sosial

Media sosial adalah media *online* (*daring*) yang memiliki kegunaan sebagai sarana pergaulan sosial di internet. Media sosial dapat digunakan untuk kegiatan berinteraksi, berkomunikasi, *networking* dan lainnya. Media sosial sebagai teknologi berbasis situs web yang dapat mengubah sebuah komunikasi ke dalam dialog interaktif (Gerung, 2020).

Dampak positif dari media sosial bagi kehidupan adalah sebagai alat pemererat silaturahmi, menambah wawasan dan pengetahuan, penyedia informasi tepat

dan akurat, alat dakwah, dan alat pertemanan. Dibalik dampak positif, terdapat pula dampak negatif dari media sosial bagi kehidupan yaitu malas berkomunikasi pada dunia nyata, mementingkan diri sendiri, tidak paham ejaan bahasa Indonesia, pornografi, kejahatan, dan penyebar informasi bohong atau hoaks (Pahlevi, 2021).

Instagram

Instagram merupakan media sosial yang menyediakan fitur kepada penggunanya untuk membagikan foto atau video dengan menambahkan pesan (*caption*). Hal ini bertujuan agar mendapatkan *like* atau apresiasi dari pengguna instagram lainnya (Hardika et al., 2019). Sistem dalam instagram ialah menjadi pengikut akun pengguna lainnya, sehingga komunikasi bisa terjalin antara pengguna instagram secara luas dengan memberikan *like* dan komentar pada foto atau video yang di unggah pengguna lainnya (Sawlani, 2021).

Pengelolaan Media Sosial Chris Heuer

Dalam upaya mengoptimalkan penggunaan media sosial, Chris Heuer dalam (Jafar et al., 2021) memaparkan bahwa media sosial memiliki empat kerangka atau disebut 4C yang perlu diperhatikan oleh penggunanya, diantaranya:

1. *Context* (konteks)
"How we frame our stories", bagaimana pengelolaan kata-kata dari pesan untuk disampaikan agar mudah dimengerti banyak orang.
2. *Communication* (komunikasi)
"The practice of our sharing as well as listening, responding, and growing", bagaimanapun pengelolaan penyampaian pesan agar dapat dimengerti dan mengubah sikap yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. *Collaboration* (kolaborasi)
"Working together to make things better and more efficient and effective", bagaimana pengelolaan ker-

jasama dalam membangun hal yang lebih baik, efektif dan efisien.

4. *Connection* (koneksi)

"The relationships we forge maintain", bagaimana pengelolaan hubungan berkelanjutan agar lebih dekat antara pengguna media sosial dan audiens.

Media Informasi

Media informasi adalah alat yang berguna untuk mengumpulkan serta menyusun kembali sebuah informasi menjadi bahan bermanfaat bagi penerima informasi (Fernandy et al., 2022). Media informasi diperlukan adanya ketepatan dalam penyampaian informasi sehingga dapat bermanfaat dan mudah dipahami bagi penerima informasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.) Fitur yang digunakan Instagram @infobekasi

a. *Feed*

Fitur *feed* instagram adalah format unggahan yang diunggah pengguna di halaman utama profil yang biasanya disertai *caption* (Aldira, 2020). Penggunaan fitur *feed* membuat @infobekasi dapat menyajikan foto atau video dengan tambahan *caption* sebagai keterangan informasi. @infobekasi memanfaatkan fitur ini karena terdapat kelebihan dari fitur lainnya, yaitu dapat mengunggah foto atau video dengan 2 *slide* atau lebih yang dapat digeser agar penyajian foto atau video lebih banyak untuk ditampilkan.

b. *Instastory*

Fitur *instastory* adalah format mengunggah foto atau video, dan secara otomatis akan hilang dalam 24 jam (Amelia & Amin, 2022). Penggunaan fitur *instastory* membuat @infobekasi dapat menyajikan foto atau video yang hanya bertahan 24 jam dengan tambahan tulisan teks sebagai keterangan informasi yang

dapat diletakkan secara bebas disesuaikan dengan ukuran *instastory*. Fitur *instastory* juga dapat melakukan *repost* (unggah ulang) sehingga @infobekasi menggunakan fitur ini untuk memberikan informasi yang lebih *update* hingga tak jarang menambahkan musik di unggahannya agar lebih menarik.

c. Reels

Fitur *reels* instagram adalah fitur merekam sekaligus menyunting yang terdiri dari video pendek (Amelia & Amin, 2022). Dalam penyajian *reels*, @infobekasi memberikan informasi dalam bentuk video dengan tambahan *caption* sebagai keterangan informasi. @infobekasi juga menambahkan musik diunggahnya agar lebih menarik.

2.) Pengelompokan Informasi Instagram @infobekasi

a. Informasi Lalu Lintas

Informasi lalu lintas adalah informasi yang menyajikan tentang kecelakaan, perbaikan jalan, kemacetan dan situasi jalan. Sumber informasi lalu lintas @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional dan jurnalisme warga. Dalam mengunggah informasi ini, @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *instastory*, *reels* dan *feed*.

b. Informasi Kriminal

Informasi kriminal adalah informasi yang menyajikan tentang perampokan, begal, tawuran, pembunuhan, penipuan, dan perkelahian. Sumber informasi kriminal @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional dan jurnalisme warga. Dalam mengunggah informasi ini, @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *instastory*, *reels* dan *feed*.

c. Informasi Pemerintah

Informasi pemerintah adalah informasi yang menyajikan tentang kebijakan, pengumuman jadwal, dan kegiatan pemerintahan. Sumber informasi pemerintah @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional dan jurnalisme warga. Dalam mengunggah informasi ini, @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *instastory*, *reels* dan *feed*.

d. Informasi Bencana

Informasi bencana adalah informasi yang menyajikan tentang bencana banjir, kebakaran, gempa, longsor hingga angin kencang. Sumber informasi bencana @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional dan jurnalisme warga. Dalam mengunggah informasi ini, @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *instastory*, *reels* dan *feed*.

e. Informasi Kehilangan

Informasi kehilangan adalah informasi yang menyajikan tentang pengumuman orang hilang, barang hingga kendaraan hilang. Sumber informasi kehilangan @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional dan jurnalisme warga. Dalam mengunggah informasi ini, @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *instastory*, *reels* dan *feed*.

f. Informasi Fenomena Masyarakat

Informasi fenomena masyarakat adalah informasi yang menyajikan tentang tradisi yang terjadi di masyarakat Bekasi seperti makanan khas Bekasi, kebiasaan, dan sebagainya. Sumber informasi fenomena masyarakat @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional melalui kegiatan liputannya dan @infobekasi memanfaatkan fitur *feed* saja.

g. Informasi Inspiratif

Informasi inspiratif adalah informasi yang menyajikan tentang kisah inspiratif seseorang khusus untuk wilayah Bekasi. Unggahan ini dapat memberikan masyarakat hikmah atau makna dari kisah hidup seseorang untuk diambil sisi positifnya dan diterapkan di kehidupan nyata. Sumber informasi inspiratif @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional melalui kegiatan liputannya dan @infobekasi memanfaatkan fitur *feed* saja.

h. Informasi Asal-usul Wilayah Bekasi

Informasi asal-usul wilayah Bekasi adalah informasi yang menyajikan tentang sejarah wilayah dan sejarah monumen. Sumber informasi asal-usul wilayah @infobekasi dapatkan dari jurnalisme konvensional melalui kegiatan liputannya dan @infobekasi memanfaatkan fitur *feed* saja.

i. Informasi Berbayar (Iklan)

Informasi berbayar atau iklan adalah informasi promosi dari pengiklan yang menggunakan jasa @infobekasi sebagai media publikasi. Informasi berbayar di dapatkan dari adanya kerjasama antara pengiklan dan @infobekasi dengan bahan iklan sesuai yang telah disepakati dan iklan yang tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan pihak @infobekasi. @infobekasi memanfaatkan semua fitur yang tersedia di instagram yaitu *feed*, *instastory*, dan *reels*.

3.) Pengelolaan Informasi Instagram @infobekasi

a. Tahap Perencanaan

Dalam mengunggah informasi di instagram, @infobekasi membagi unggahannya menjadi informasi terencana dan tidak terencana. Informasi tidak terencana meliputi berita terkini atau

biasa disebut *hard news*, contohnya informasi bencana, lalu lintas, dan sebagainya yang sifatnya harus segera dipublikasikan dan terjadi tanpa diduga. Informasi yang berisi tentang investigasi, asal-usul wilayah Bekasi, hingga kegiatan yang telah diberitahukan sebelumnya seperti peringatan hari raya, kasus kriminal investigasi, dan sebagainya biasa disebut informasi terencana.

b. Tahap Informasi Liputan

Informasi liputan terbagi menjadi 3 yaitu informasi liputan arahan, informasi liputan pribadi, dan informasi liputan masyarakat.

- Informasi Liputan

Arahan Koordinator liputan (Korlip) @infobekasi yaitu Adi Warsono dan Dede Rosyadi. Korlip melakukan arahan liputan kepada Jurnalis secara langsung ataupun melalui pesan online dengan menggunakan aplikasi *whatsapp*. Arahan liputan bertujuan untuk memberi pembagian tugas topik liputan untuk di hari itu atau hari esoknya. Arahan dari korlip untuk pembagian tugas topik liputan dapat dilakukan secara langsung, tetapi paling sering dilakukan melalui pesan online *whatsapp*.

- Informasi Liputan Pribadi

Jurnalis secara pribadi mencari informasi liputan melalui relasi-relasi yang dibangun atau terhubung langsung seperti ditinjau dari media sosial yang ingin di liput, grup online yang tergabung dengan pihak terkait atau melalui pesan online. Jurnalis harus terhubung dengan grup online atau memiliki inisiatif sendiri dalam mencari informasi liputan terutama melalui aplikasi *whatsapp*. Hal tersebut bertujuan agar memperluas jaringan atau relasi khususnya pemberitaan mengenai wilayah Bekasi.

- Informasi Masyarakat

Dukungan dari masyarakat Bekasi sebagai jurnalisme warga menjadi salah satu sumber informasi untuk kegiatan

liputan @infobekasi. Masyarakat dapat mengirimkan informasi melalui unggahan yang menandai @infobekasi, *direct instagram (dm)* atau pesan *whatsapp*. Jika informasi dari masyarakat bersifat fakta dan telah melalui proses verifikasi, pihak @infobekasi akan mempublikasikan informasi tersebut.

c. Tahap Liputan

Dari tahap informasi liputan yang sudah direncanakan ataupun tidak direncanakan, seorang Jurnalis dapat melakukan liputan secara langsung ke lapangan ataupun liputan tidak langsung seperti melalui pesan online dengan pihak terkait untuk mendapatkan bahan informasi yang valid. Tahap liputan juga dijadikan sebagai kegiatan verifikasi yang dilakukan Jurnalis @infobekasi untuk menghasilkan informasi yang sesuai dengan fakta.

d. Tahap Hasil Liputan

Seorang Jurnalis ketika selesai melakukan liputan harus menghasilkan bahan informasi berupa teks berita, foto atau video yang nantinya dikirimkan ke Redaktur untuk tahap *editing*.

e. Tahap *Editing*

Hasil dari Jurnalis melakukan liputan adalah mendapatkan bahan informasi berupa foto atau video dan narasi berita yang selanjutnya diteruskan ke tahap *editing* yang dilakukan oleh Redaktur. Seorang Redaktur bertugas untuk menyunting atau melakukan proses *editing* terhadap narasi berita, foto ataupun video agar dapat menghasilkan informasi yang sesuai dengan kode etik dan kaidah jurnalistik sehingga informasi yang disajikan layak untuk dibaca masyarakat.

f. Tahap Unggah Informasi

Tahap unggahan menjadi tahap terakhir dari penyajian informasi pada

instagram @infobekasi. Jika narasi berita sudah lolos dari tahap *editing*, maka diperbolehkan untuk di publikasikan ke instagram @infobekasi termasuk foto atau video yang memenuhi unsur foto jurnalistik. Tahap unggah di instagram ini dapat melalui fitur yang tersedia seperti *feed*, *instastory* dan *reels*.

4.) Pengelolaan Media Sosial Instagram @infobekasi

a. Pengelolaan *Context* (Konteks) @infobekasi

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam pengelolaan media sosial informasi adalah bagaimana pengelolaan kata-kata dari sebuah pesan untuk disampaikan agar mudah dimengerti khalayak atau disebut *Context* (konteks).

1.) Penggunaan Kata Tidak Berbelit

@infobekasi berupaya untuk menyajikan informasi dengan kata-katanya yang tidak berbelit-belit sehingga mudah di pahami oleh masyarakat. Seluruh keredaksian @infobekasi harus memiliki kemampuan menyusun kata-kata yang baik, benar dan mudah dipahami pembaca.

2.) Bahasa Sehari-hari

Seorang Jurnalis harus memeriksa kembali narasi yang ditulis dan berusaha menggunakan bahasa sehari-hari. Hal tersebut dipilih karena bahasanya yang familiar sehingga mempermudah pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan.

3.) Keterangan Penjelas

Informasi yang disajikan @infobekasi telah melalui proses penyederhanaan dan menggunakan kata populer. Jika terdapat kata tidak populer, maka @infobekasi akan mengubahnya atau memberi keterangan penjelasan agar pembaca dapat mengerti dengan informasi yang disampaikan.

b. Pengelolaan *Communication* (Komunikasi) @infobekasi

Pengelolaan *communication* (komunikasi) @infobekasi merupakan pengelolaan dalam penyampaian pesan agar dapat dimengerti dan mengubah sikap yang diharapkan.

1.) Kelengkapan Informasi

Informasi yang baik termasuk dalam upaya mengemas informasi yang berkualitas sehingga informasi tersebut dapat memenuhi kaidah jurnalistik. upaya dalam memberikan informasi yang berkualitas dan memenuhi kaidah jurnalistik yaitu memenuhi unsur 5W + 1 H yang terdiri dari *What* (Apa), *When* (Kapan), *Where* (Dimana), *Who* (Siapa), *Why* (Mengapa), dan *How* (Bagaimana). Hal ini perlu dilakukan karena menurutnya sebuah informasi dapat dikatakan lengkap apabila telah memenuhi unsur 5W + 1H.

2.) Penambahan Foto atau Video

Jika kelengkapan informasi telah terpenuhi, maka agar pembaca merasa yakin dengan informasi dan dapat mengubah sikap, menambah gambar ataupun video menjadi upaya @infobekasi dalam mengelola komunikasi dengan pembaca. @infobekasi ketika mengunggah foto atau video harus mengandung unsur foto jurnalistik, berkiblat pada aturan berlaku dan tidak terdapat unsur SARA hingga pornografi dalam dokumentasinya. Penggunaan *frame* pada penyajian foto atau video unggahan @infobekasi termasuk dalam pengelolaan komunikasi yaitu mengemas informasi dengan baik agar tampilan di profil instagram terlihat beraturan dan lebih menarik.

c. Pengelolaan *Collaboration* (Kolaborasi) @infobekasi

Dalam memenuhi informasi untuk disajikan, @infobekasi melakukan pengelolaan *collaboration* (kolaborasi) dengan pihak-pihak terkait dalam

mengumpulkan hingga mempublikasikan informasi.

1.) Grup *Whatsapp*

Kolaborasi yang dilakukan Pemimpin Redaksi dan Redaktur ke dalam grup bertujuan untuk mengetahui informasi tentang peristiwa secara *update* seperti bergabung pada grup *whatsapp*, sehingga mempermudah dalam pembagian informasi liputan yang dilakukan sebagai koordinator liputan (Korlip).

Jurnalis @infobekasi juga wajib bergabung grup *whatsapp*. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam mencari dan bertukar informasi dengan para Jurnalis lain atau pihak terkait.

2.) Masyarakat

Keberadaan netizen atau jurnalisme warga yang aktif membagikan unggahannya, turut membantu @infobekasi dalam memenuhi kebutuhan informasi *updates* untuk disebarluaskan kembali. Kerjasama antara @infobekasi dengan masyarakat bebas dilakukan, misalnya melalui pesan *whatsapp*, *direct message* (pesan pribadi) instagram atau unggahan netizen yang menandai @infobekasi sehingga merespon dengan cara *repost* (unggah ulang).

3.) Media Deni Ardini

Kolaborasi unggahan informasi bersama *founder* atau pendiri Info Bekasi yaitu @deniardini menjadi salah satu sumber informasi @infobekasi. Kolaborasi dengan Deni Ardini turut membantu dalam penyajian informasi khususnya mengenai Bekasi. Kolaborasi ini biasanya berisi informasi mengenai tempat menarik hingga kebiasaan masyarakat di Bekasi. Unggahan @infobekasi antara berkolaborasi dan tidak berkolaborasi memiliki perbedaan yang mencolok, mulai dari bentuk hingga warna *frame* yang berbeda dari unggahan biasanya.

4.) Informasi Berbayar/Iklan

Kolaborasi @infobekasi dengan pihak informasi berbayar atau iklan turut dilakukan setiap hari. Mulai dari iklan barang, tempat kuliner, sewa jasa, elektronik dan sebagainya yang mana pengiklan harus mengikuti peraturan dari @infobekasi. Demi meminimalisir iklan yang tidak sesuai dengan aturan dan kode etik jurnalistik, pihak @infobekasi melakukan riset sebelum menjalin kerjasama. Kolaborasi informasi berbayar atau iklan yang dilakukan @infobekasi memanfaatkan fitur yang tersedia di instagram mulai dari *reels*, *instastory* dan *feed*.

d. Pengelolaan *Connection* (Koneksi) @infobekasi

Pengelolaan koneksi bersifat berkelanjutan dengan tujuan memelihara hubungan antara pengikut dengan @infobekasi untuk menjalin kedekatan.

1.) Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah berarti hubungan antara @infobekasi dengan masyarakat khususnya pengikut untuk saling memberi umpan balik atas informasi yang dipublikasikan. @infobekasi bukan hanya sebatas komunikator, tetapi juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk bertukar informasi di *direct message* (pesan pribadi), unggahan yang menandai @infobekasi, melalui pesan *whatsapp* hingga berkomentar pada kolom komentar unggahan @infobekasi. Komunikasi ini akan menimbulkan suasana komunikasi yang akrab antara @infobekasi dengan pengikutnya sehingga dapat memelihara hubungan baik.

2.) Mewadahi Kritik dan Saran

Masyarakat yang memiliki permasalahan biasanya menyampaikan keluhannya melalui media sosial agar mendapatkan respon yang cepat. Hal ini menjadikan @infobekasi sebagai wadah masyarakat dalam memberikan kritik dan

saran kepada pihak terkait. Mayoritas masyarakat membagikan kritik dan saran melalui unggahannya yang menandai @infobekasi dan direspon dengan cara *repost* (unggah ulang), sehingga pihak terkait dapat melihat dan melakukan perbaikan.

3.) Kabar Masyarakat dan Bermain *Games*

Menanyakan kabar dan bermain *games* melalui fitur *feed* seperti bertanya keadaan cuaca atau bermain tebak-tebakan merupakan bentuk pendekatan dengan masyarakat yang dilakukan @infobekasi. Hal ini tidak terlalu sering dilakukan, sebab unggahan informasi yang *update* dan informatif dirasa sudah mencukupi kebutuhan masyarakat yang termasuk kedalam pendekatan.

4. KESIMPULAN

Penyajian informasi tersebut harus melewati beberapa tahap pengelolaan yang sesuai dengan kode etik jurnalistik dan kaidah jurnalistik. Tahapan dalam penyajian informasi dimulai dari tahap perencanaan, tahap informasi liputan, tahap liputan, tahap hasil liputan dan terakhir yaitu tahap unggah informasi di instagram @infobekasi.

Pengelolaan *context* (konteks) dengan menggunakan kata-kata tidak berbelit hingga bahasa sehari-hari dan keterangan penjas agar masyarakat mudah memahami informasi. Pengelolaan *communication* (komunikasi) dengan menyajikan informasi lengkap hingga penambahan dokumentasi gambar atau video mendukung informasi. Pengelolaan *collaboration* (kolaborasi) dengan bergabung pada grup *whatsapp*, masyarakat, media Deni Ardini (*Founder* Info Bekasi), dan informasi berbayar atau iklan. Pengelolaan *connection* (koneksi) dengan menjalin komunikasi dua arah, mewadahi kritik dan saran masyarakat, serta kegiatan menanyakan kabar dan bermain *games*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldira, N. P. (2020). Motif Penggunaan Fitur Stories Highlight Instagram Sebagai Memori Media Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 08(02), 149–164.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis Self-Presenting Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial*, 1(2), 173–187.
- APJII. (2022). *Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Febriana, A. (2019). Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek). *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 2(1), 55–65.
- Fernandy, H., Aunilah, M. F. R., & Ircham, A. (2022). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Kartu Tanda Anggota Nahdlatul Ulama (KARTANU). *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 1(3), 194–204.
- Gerung, J. (2020). *Media Sosial Dalam Digital Marketing Kesehatan*. Guepedia.
- Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). Hubungan Self-Esteem dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narisistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram. *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi*, 14(1), 1–13.
- Hootsuite, & We Are Social. (2022). *Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth*. We Are Social.
- Jafar, R., Hadawiah, & Zelfia. (2021). Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi STIMULI*, 2(3).
- Juanini, N., Munawaroh, S., & Akbar, M. (2022). Penggunaan Social Media Marketing Untuk Memasarkan Produk Pada Malvie Store Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 23(1), 50–57.
- Kemkominfo. (2022). *Laporan Isu Hoaks November 2022*. Kementerian Komunikasi Dan Informasi Republik Indonesia.
- Mafindo. (2022). *Hoaks Dan Media MAFINDO Semester 1 2022*. Aji.Indonesia.
- Mauludi, S. (2018). *Socrates Cafe - Bijak, Kritis & Inspiratif Seputar Dunia & Masyarakat Digital* (1st ed.). PT. Elex Media Komputindo.
- Nurani, N. I., Uswatun, D. A., & Maula, L. H. (2020). Analisis Proses Pembelajaran Matematika Berbasis Daring Menggunakan Aplikasi Google Classroom Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal PGSD*, 6(1), 50–56.
- Pahlevi, P. (2021). *Pengaruh Media Sosial Dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Cipta Media Nusantara.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratifications. *Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 208–215.
- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing : Brand Image*. Scopindo Media Pustaka.
- Sihe, S. A., Achmadi, U., & Hartanto, B. (2021). Analisis Kebijakan Berbasis Fakta Lingkungan Terhadap Kasus Pneumonia Pada Balita Di Kota Bekasi Tahun 2016. *Journal Of Ba-ja Health Science*, 1(01), 28–42.