

FEEDBACK DAN MEDIA SOSIAL KEPALA DAERAH DI SULAWESI SELATAN

*(Studi pada Akun Instagram Ramdhan Danny Pomanto, Adnan Purichta Ichsan,
Taufan Pawe, dan Indah Putri Indriani)*

Silahuiddin Genda, Hafied Cangara, Alimuiddin Unde, Muliadi Mau

Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

silahuiddin21@student.unhas.ac.id, cangara_hafied@yahoo.com,

undealimuiddin@yahoo.co.id, muliadimau@unhas.ac.id

Abstract

Article History

Received : 06-01-2025

Revised : 21-04-2025

Accepted : 01-05-2025

Keywords:

Feedback,

Social Media,

Regional Head,

South Sulawesi

This study aims to analyse the responses (feedback) given by netizens to four social media accounts of regional heads in South Sulawesi. Qualitative research with a descriptive approach was conducted with a focus on the scope of managing responses (feedback) from the public on the Instagram social media accounts of Makassar Mayor Ramdhan Danny Pomanto, Parepare of Mayor Taufan Pawe, Gowa of Regent Adnan Purichta Ichsan, and North Luwu of Regent Indah Putri Indriani for the period June – September 2023. Data were analysed using the NVivo 12 Plus application tool. The results showed that the management of feedback on the Instagram accounts of the four regional heads was not optimal because there was no SOP (Standard Operating Procedure) format given by each regional head to the account manager, although some feedback was answered via direct message as well as with a pattern through the scope of related agencies to find solutions. The form of feedback used by followers on the regional heads' Instagram accounts consists of positive, negative, and neutral feedback.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi terus mengalami kemajuan yang sangat pesat. Disadari atau tidak, perkembangan teknologi komunikasi telah membawa ke arah kehidupan yang baru, yaitu era komunikasi yang praktis dan dinamis. Bahkan para pengguna internet menurut Ardianto (2019:149) menggantungkan diri pada situs-situs online untuk mendapatkan berita. Dua sampai tiga pengguna internet disebutkan mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya dan media sosial merupakan tempat atau sarana untuk menghubungkan manusia untuk berinteraksi dalam media sosial

Media sosial hadir menjadikan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dengan memberikan kontribusi informasi, saling terhubung satu sama lain, bertukar informasi, dan saling memberikan komentar, sehingga bisa terjadi komunikasi dua arah secara terbuka dalam waktu cepat dan tidak terbatas. Bahkan, lembaga pemerintahan dapat meningkatkan pelayanan publik,

akuntabilitas, transparansi publik melalui berbagai saluran, termasuk media sosial (Purwandani, 2010:3).

Sullivan (2015), menganggap media sosial saat ini memiliki korelasi yang kuat dengan sektor publik, khususnya dalam lingkup kebijakan publik. Media sosial juga menjadi alat komunikasi antara pembuat dan pelaku kebijakan dengan publik, dimana masyarakat dapat menyampaikan pendapat dan ekspresinya terhadap suatu kebijakan yang sedang dilaksanakan. Sehingga jarak antara pemerintah dan masyarakat menjadi semakin pendek, proses kebijakan publik pun menjadi efisien, transparan dan responsif.

Media sosial inilah yang dijadikan kepala daerah baik gubernur, wali kota, maupun bupati sebagai alternatif pengganti media tradisional dalam menyampaikan sosialisasi program, gagasan, hingga komunikasi pencitraan. Salah satu media sosial yang dijadikan wadah itu adalah Instagram, sebuah aplikasi media sosial yang biasa digunakan sebagai alat untuk membagikan gambar dan video secara langsung.

Dalam penggunaan media sosial ini pula, seperti Instagram dapat memicu *feedback* dari pengguna (follower) atas informasi yang dibagikan pejabat publik. Wali Kota Makassar Ramdhan Danny Pomanto, Wali Kota Parepare Taufan Pawe, Bupati Gowa Adnan Purichta Ichsan, dan Bupati Luwu Utara Indah Putri Indriani merupakan kepala daerah di Sulawesi Selatan paling aktif memanfaatkan media sosial ini untuk berinteraksi dengan masyarakat (*follower*) termasuk dalam pengelolaan *feedback* atau respons dari follower melalui kolom komentar. Mereka memiliki follower tertinggi dari 23 kabupaten/kota di Sulawesi Selatan.

Banyaknya pengikut yang ada di akun masing-masing kepala daerah ini juga menunjukkan akan banyaknya masyarakat yang ingin mengetahui tentang informasi yang dikeluarkan oleh kepala daerah tersebut. Respon yang diberikan oleh publik terhadap penyebaran informasi yang dilakukan oleh kepala daerah sebagai pejabat pemerintahan juga akan sangat bervariasi.

10 Bupati/Kepala Daerah dengan follower terbanyak di Sulawesi Selatan

No	Nama	Bupati/ Walikota	Instagram	Facebook	Postingan	Follower	Mengikuti
			Follower	Mengikuti			
1	Adnan Purichta	Gowa	185.000	493	1.802	85.000	493
2	Indah Putri Indriani	Lutra	103.000	569	3.419	195.000	569
3	Danny Pomanto	Makassar	101.000	101	3.291	101.000	13
4	Taufan Pawe	Parepare	42.700	388	1.310	9.100	2
5	Amran Mahmud	Wajo	16.200	213	840	4.997	16
6	Chaidir Syam	Maros	19.300	464	2.266	6.600	115
7	Seto Asapa	Sinjai	11.900	153	230	5000	2
8	Budiman Hakim	Luwu Timur	11.300	418	349	3.400	28
9	Suardi Saleh	Barru	7.571	2.795	736	85.000	14
10	M. Yusran Lalogau	Pangkep	7.363	343	339	10.000	46

Data diolah dari akun media sosial bupati/kepala daerah tahun 2023.

Penyebaran informasi dapat difasilitasi melalui media sosial untuk meningkatkan kinerja pemerintahan, termasuk pejabat publik (Sudarmayanti, 2009). Beberapa istilah yang terdapat pada instagram meliputi mengikuti (*follow*),

pengikut (*followers*), memberikan suka (*like*), memberikan komentar (*comment*), dan mengirim pesan (*direct messege*).

Penelitian ini ingin mengkaji bagaimana bentuk-bentuk respons (*feedback*) atas postingan yang disampaikan kepala daerah di Sulawesi Selatan, dalam akun instagram Wali Kota Makassar Danny Pomanto, Wali Kota Parepare Taufan Pawe, Bupati Gowa Adnan Purichta Ichsan, dan Bupati Luwu Utara Indah Putri Indriani. Pemilihan empat kepala daerah ini sebagai objek penelitian, selain memiliki follower terbanyak dari 24 kepala daerah di Sulawesi Selatan, akun mereka juga terbilang paling aktif menyampaikan informasi baik aktivitas sehari-hari maupun tentang program kerja pemerintahan, dan cenderung menggunakan komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Penelitian ini mengacu pada teori Hoffmann (2013), yang menyebut keberhasilan komunikasi melalui penggunaan media sosial yang dilakukan pemerintah dapat dilihat dari jumlah komentar (*feedback*) masyarakat terhadap postingan pemerintah atau kepala daerah. Beberapa penelitian terdahulu memperkuat studi ini, seperti penelitian berjudul Pentingnya Feedback (Umpan Balik) Konstruktif di Dalam Lingkungan Kerja yang ditulis Josaphat Januar CPR. Penelitian ini menyimpulkan bahwa umpan balik konstruktif diintegrasikan secara erat dalam budaya perusahaan Netflix sebagai bagian integral dari pengembangan dan pertumbuhan karyawan.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, studi ini memberikan fokus pada bentuk respons (*feedback*) masyarakat pada postingan di akun media sosial kepala daerah di Sulawesi Selatan.

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong (2010:4) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan sekunder yang diambil pada medio Juni-September 2023 saat empat kepala daerah ini masih menjabat sebagai wali kota dan bupati. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Data dianalisis peneliti dengan menggunakan alat bantu aplikasi NVivo 12 Plus, yang bertujuan untuk mengolah dan menganalisis data kualitatif secara otomatis melalui suatu aplikasi. (Bagong, 2005)

Pembahasan

Pada bagian ini, penulis akan fokus memaparkan hasil penelitian mengenai *feedback* (respons) dari pengguna akun Instagram baik secara positif, negative, maupun respons yang bersifat netral. Hasil penelitian pada akun Instagram empat kepala daerah di Sulawesi Selatan; Adnan Purichta Ichsan, Danny Pomanto, Indah Putri Indriani, dan Taufan Pawe, diolah dengan menggunakan NVivo 12 Plus. Komentar positif merupakan *feedback* yang bersifat pujian, masukan yang membangun, dan komentar lainnya yang bersifat mendukung postingan atau profil kepala daerah tersebut. Sedangkan *feedback* negative dikelompokkan dalam komentar bernada kritik, hinaan, dan komentar lainnya yang bersifat tidak mendukung postingan atau profil kepala daerah tersebut. Terakhir, adalah

feedback bersifat netral yang umumnya komentar masyarakat yang tidak termasuk dalam dua kategori sebelumnya.

1. Feedback pada Akun Instagram Bupati Gowa, Adnan Purichta Ichsan

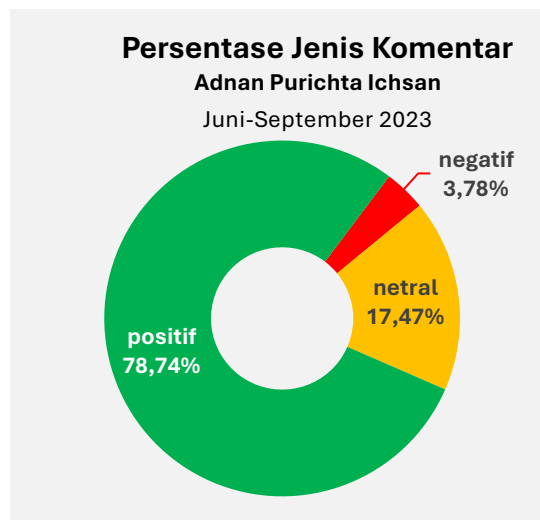
Berikut ini adalah hasil analisis tangkapan layar menggunakan NVivo 12 Plus terhadap bentuk konten Instagram yang tercakup kedalam pengelolaan *feedback* oleh akun Adnan Purichta Ichsan, Bupati Kabupaten Gowa. Hasil visualisasi tersebut bisa dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Frekuensi dan Presentase Jenis Komentar *Feedbcak* IG Adnan Purichta Ichsan

Jenis Komentar	Frekuensi	Persentase
Negatif	173	3.78%
Netral	799	17.47%
Positif	3601	78.74%

Data diolah peneliti

Dari tabel 1 dan gambar 1 dapat dilihat bahwa jenis komentar netizen terhadap akun instagram Adnan Purichta Ichsan terdapat 3.601 atau 78.74 % netizen yang berkomentar positif, sedangkan komentar negatif cukup kecil hanya 173 komentar atau 3,78%. Adapun netizen yang berkomentar netral sebanyak 799 atau 17.47 %.



Berikut contoh komentar positif, negatif, dan netral hasil *feedback* dari netizen.

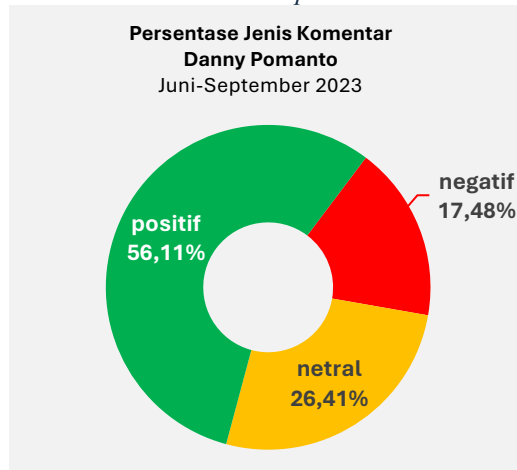
- Contoh komentar negatif di akun IG Adnan Purichta Ichsan:
2 periode..membangun ilmu SDM..tapi kotanya begitu aja tidak ada perkembangan..tetap rantasa..ngak ada cantiknya itu kabupaten..emang APBD-nya di pakai untuk SDM semua..trus kalo udah pinter semua kenapa tidak ada pembangunan
- Contoh komentar netral di akun IG Adnan Purichta Ichsan:
@titaaa_darul Sharing ya buat teman teman yang punya mata minus saya di kasih tau sama temen buat pake produk dari @eyetherapy.care alhamdulillah sekarang -7 silinder 2 sudah turun jadi 1.25 dan silinder nya sudah sembuh ,semoga membantu
- Contoh komentar positif di akun IG Adnan Purichta Ichsan:
Memang keren bupati yg satu ini tinggi, tampan, berwibawa, cerdas dan Tegas harus Next Gubernur ini mah.

2. Feedback pada Akun Instagram Wali Kota Makassar, Danny Pomanto

Tabel 2. Frekuensi dan Presentase Jenis Komentar IG Danny Pomanto

Jenis Komentar	Frekuensi	Persentase
Negatif	229	17.48%
Netral	346	26.41%
Positif	735	56.11%

Data diolah peneliti



Gambar2. Presentase Jenis Komentar IG Danny Pomanto

Dari tabel 2 dan gambar 2 dapat dilihat bahwa jenis komentar positif netizen terhadap akun instagram Danny Pomanto pada periode Juni-September 2023 hampir berbanding lurus dengan total komentar negatif dan yang bersifat netral. Jumlah *feedback* positif di akun Wali Kota Makassar ini berkisar 56.11 % atau 735 komentar. Adapun yang berkomentar negative dan netral masing-masing sebanyak 17,48 % dan 26,41 %.

Berikut contoh komentar positif, negatif, dan netral dari akun Instagram Danny Pomanto.

- Contoh komentar negatif di akun IG Danny Pomanto:
Jauh duduki pak ke bulan, itumo dlu kodong program unggulan ta waktu kampanye
- Contoh komentar netral di akun IG Danny Pomanto:
@raja_gorengan_gowa_ @raja_sarabba_gowa @raja_pisang_kipas_gowa
- Contoh komentar positif di akun IG Danny Pomanto:
Semoga aman dan berjalan lancar acaranya sukses selalu buat pak wali

3. Feedback pada Akun Instagram Bupati Luwu Utara, Indah Putri Indriani

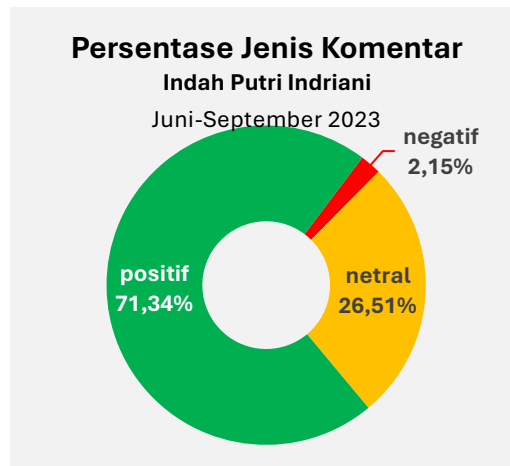
Dari tabel 3 dan gambar 3 di bawah ini, akun Instagram @indahnyalutra tervisualisasi dari tangkapan layar NVivo 12 Plus terlihat angka komentar *feedback* sangat berbanding terbalik dari jumlah postingan selama periode Juni-September 2023. Komentar negative dari akun Indah Putri Indriani ini hanya terdata 2,15 % atau 119 komentar, sedangkan komentar positif netizen dari postingan akun Bupati Luwu Utara ini mencapai 71,34 %. Adapun yang berkomentar netral sebanyak 26,51 %.

Tabel 3. Frekuensi dan Presentase Jenis Komentar IG Indah Putri Indriani

Jenis Komentar	Frekuensi	Persentase
Negatif	119	2.15%
Netral	1466	26.51%
Positif	3945	71.34%

Berikut contoh komentar negatif, netral, dan positif, dari akun Instagram @indahnyalutra sebagai berikut;

- Contoh komentar negatif di akun IG Indah Putri Indriani:
Ibu makan enak melulu, warga ibu selalu makan enak jg tdk ya..
- Contoh komentar netral di akun IG Indah Putri Indriani:
@_siti_kolipah Coba Order Di Toko @topslim_id Produknya Beneran Manjur. Bb mbanya bisa turun. Aku awalnya gak percaya, tapi setelah nyoba sendiri, alhamdulillah beneran bisa turunmantap Si Produknya
- Contoh komentar positif di akun IG Indah Putri Indriani:
Ibu bupati yg cantik dan baik hati



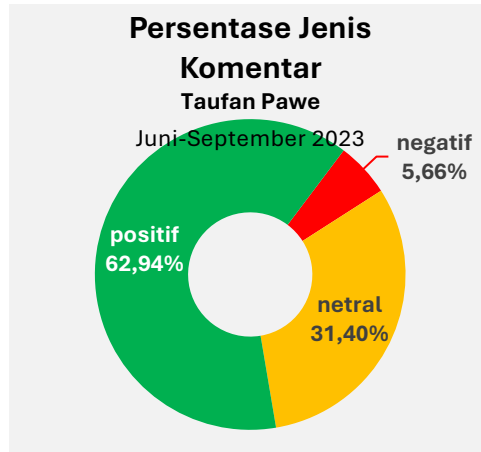
Gambar 3. Persentase Jenis Komentar IG Indah Putri Indriani

4. Feedback pada Akun Instagram Wali Kota Parepare, Taufan Pawe

Pada table 4 dan gambar 4 akun Instagram @taufan pawe, terekam frekuensi komentar (*feedback*) positif yang cenderung besar mencapai 62,94 % atau 1.323 komentar. Sedangkan komentar yang negatif terhadap postingan akun Wali Kota Parepare hanya berkisar 5,66 % atau 119 komentar jauh lebih kecil dibanding komentar yang bersifat netral yang mencapai angka 31,40 % atau 660 komentar.

Tabel 4. Frekuensi dan Presentase Jenis Komentar IG Taufan Pawe

Jenis Komentar	Frekuensi	Persentase
Negatif	119	5.66%
Netral	660	31.40%
Positif	1323	62.94%



Gambar 4. Presentase Jenis Komentar IG Taufan Pawe

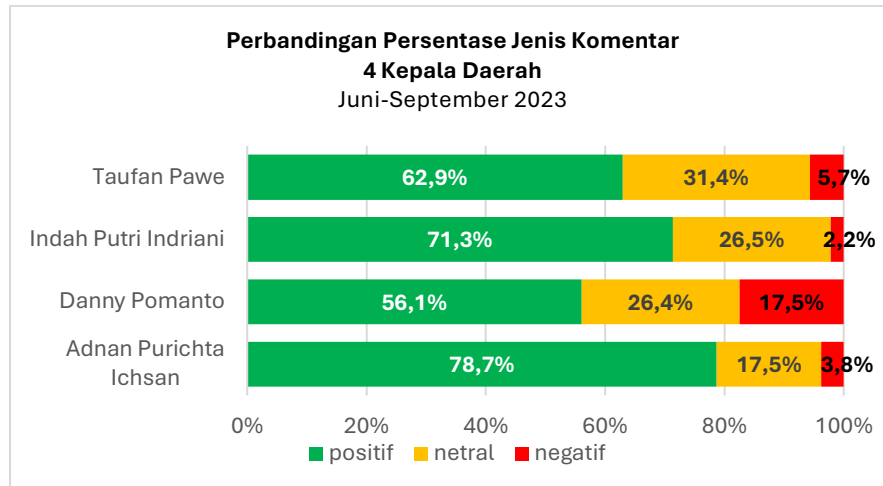
Berikut contoh komentar negatif, netral, dan positif yang dikutip dari akun Instagram Taufan Pawe, sebagai berikut;

- Contoh komentar negatif di akun IG Taufan Pawe:
Ayo dong bangun stadion yg keren utk PSM ini club' elit, club' legendaris, club' besar, tp stadion ko sulit
- Contoh komentar netral di akun IG Taufan Pawe:
Sedikit sharing man teman, Banyak temenku yg pakai produk penurun bb dari @nanaslim.fit , saya sendiri juga konsumsi dan awalnya memang ragu karna belum pernah coba, tapi kalo ragu doang gak di coba ya gatau khasiatnya hasilnya juga bagus kak. Saya sendiri lose 16kg Alhamdulillah.
- Contoh komentar positif di akun IG Taufan Pawe:
Tidak menggebu-gebu, tapi terlihat senyum bangga tidak bisa di sembunyikan arti dari kesuksesan pak wali membangun kota Parepare. Sosok santun nan religius. Sehat sukses selalu, majuki pak Pilgub!

Komparasi Pengelolaan Feedback Akun Instagram Empat Kepala Daerah

Tabel 5. Perbandingan Frekuensi dan Presentase Jenis Komentar IG 4 Kepala Daerah

Kepala Daerah		Negatif	Netral	Positif	Total
Adnan Purichta Ichsan	Frekuensi	173	799	3601	4573
	Persentase	3.8%	17.5%	78.7%	100%
Danny Pomanto	Frekuensi	229	346	735	1310
	Persentase	17.5%	26.4%	56.1%	100%
Indah Putri Indriani	Frekuensi	119	1466	3945	5530
	Persentase	2.15%	26.4%	56.1%	100%
Taufan Pawe	Frekuensi	119	660	1323	2102
	Persentase	5.66%	26.4%	56.1%	100%



Gambar 5. Presentase Jenis Komentar IG 4 Kepala Daerah

Berdasarkan tabel 5 dan gambar 5 dapat dilihat bahwa *feedback* dari masyarakat yang memiliki komentar negatif paling banyak di akun kepala daerah secara proporsi terdapat di akun Instagram Danny Pomanto. Dari 5.530 komentar dari postingan selama periode Juni-September 2024 di akun @dpdannypomanto, terdapat 17,5 % warga yang berkomentar negatif. Sebanyak 56,1 % berkomentar positif dan selebihnya 26,4 % bersifat netral.

Sedangkan kepala daerah yang memiliki *feedback* atau komentar netral yang paling banyak secara proporsi ada di akun Instagram Taufan Pawe. Dari 2.102 komentar yang tervisualisasi melalui NVivo 12 Plus tercatat 62,9 % komentar positif dan hanya 5,2 % komentar negatif. *Feedbcak* dengan komentar netral di akun @taufanpawe juga cukup besar mencapai 31,4 %.

Dua kepala daerah yang memiliki *feedback* atau komentar negatif terendah dari akun Instagram empat kepala daerah ini masing-masing Adnan Purichta Ichsan dan Indah Putri Indriani. Keduanya hanya mendapat komentar negatif masing-masing 3,8 % dan 2,2 %. Pada akun Adnan Purichta teracat sebagai kepala daerah yang memiliki komentar paling banyak secara proporsi, termasuk komentar positif yang mencapai 78,7 %, sedangkan akun Indah Putri Indriani 71,3 %.

Feedback

Feedback atau umpan balik diartikan sebagai tanggapan dari komunikan sebagai tanda bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator sudah diterima. Namun, setelah menyampaikan suatu informasi baik secara langsung maupun melalui media massa, kita sebagai komunikator atau penyampai pesan tentu memerlukan yang namanya *feedback*. *Feedback* ini akan datang dari sang komunikan atau si penerima pesan. *Feedback* disini dapat menjadi penentu atau untuk meyakinkan komunikator bahwa pesan yang disampaikan telah sampai dan dimengerti oleh komunikan. Dengan adanya *feedback*, komunikator juga dapat mengetahui, apakah komunikan setuju atau tidak setuju terhadap informasi yang disampaikan.

Feedback seperti dibahasakan Bonaraja Purba dkk (2020), dalam buku Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar, adalah informasi yang diterima sebagai bentuk respons terhadap pesan yang telah dikirimkan sebelumnya. Artinya, seorang

komunikator akan menerima sebuah pesan atau pernyataan sebagai bentuk respons dari komunikan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator telah sampai kepadanya.

Dalam temuan penelitian pada akun Instagram empat kepala daerah di Sulawesi Selatan (Bupati Gowa Adnan Purichta Ichsan, Walikota Makassar Ramdhan Danny Pomanto, Walikota Parepare Taufan Pawe, dan Bupati Luwu Utara Indah Putri Indriani), *feedback* dari komunikan atas informasi yang disampaikan lebih dominan positif dibanding umpan balik yang bersifat negatif. Hanya akun Walikota Makassar Ramdhan Danny Pomanto yang mendapat umpan balik dari masyarakat di atas 10 persen dari postingan informasi yang disampaikan.

Kondisi ini menandakan bahwa penggunaan media sosial khususnya Instagram kepala daerah di Sulawesi Selatan masih belum secara maksimal dapat mendorong terjadinya interaksi antara masyarakat (*followers*) dan pemerintah. *Feedback* yang dilakukan masyarakat secara umum terhadap empat akun media sosial kepala daerah itu masih terbilang rendah. Hal ini juga didukung Hoffmann (2013), bahwa keberhasilan komunikasi melalui penggunaan media sosial yang dilakukan pemerintah dapat dilihat dari jumlah komentar (*feedback*) masyarakat terhadap postingan pemerintah atau kepala daerah.

Penyebab rendahnya respons masyarakat dalam setiap postingan, salah satu di antaranya karena konten informasi yang hanya didominasi oleh informasi yang bersifat pribadi serta dokumentasi kegiatan pimpinan/kepala daerah. Bupati kepala daerah bersama tim pengelola media sosial mereka cenderung tidak menampilkan gambar atau visual yang humanis dan bisa melibatkan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu peneliti juga menemukan rata-rata jumlah likes dari postingan empat kepala daerah ini masih terbilang rendah. Hanya beberapa postingan yang memiliki banyak jumlah like karena postingan itu bersifat dibutuhkan dan dekat dengan masyarakat, seperti ketika Adnan Purichta Ichsan mengunjungi suatu tempat dan berinteraksi langsung dengan masyarakat dari berbagai kalangan pada 22 Juni 2023, postingan ini mendapat banyak like yang mencapai 4.113 dan 39 komentar dari netizen. Juga saat Adnan bersama istrinya memposting perolehan penghargaan Manggala Karya Kencana (MKK) di Semarang mendapat lebih dari 10 ribu like dan 90 komentar positif.

Beginipun dengan Wali Kota Makassar Danny Pomanto. Postingan dengan program yang berpihak ke masyarakat terlihat mendapatkan like dan respons balik dari warganet di akun instagramnya pada 24 September 2023. Dalam postingannya, Danny Pomanto mendapat 733 like dari pengikut instagram serta 43 komentar. Postingan itu berisi komitmennya untuk pengolahan sampah dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan yang diharapkan mampu mengolah 1.300 ton sampah per hari menjadi listrik. Respons warga hampir semua bernada positif, seperti akun @adrianjalil merespons; nah program beginilah yang ditunggu-tunggu, semoga cepat berjalan dan selesai tanpa hambatan.”

Postingan yang juga banyak mendapat like dan komentar bernada positif ketika Wali Kota Parepare Taufan Pawe memposting di akun instagramnya terkait dengan peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia setiap 5 Juni, dengan berjibaku langsung dengan masyarakat bersama Dinas Lingkungan Hidup melakukan pembersihan dan pengangkutan sampah di Anjungan Pantai Cempae, Soreang. Taufan Pawe tak lupa mengimbau warga kota Parepare untuk bersama-

sama menjaga kebersihan kota, kota cinta Parepare. Postingan ini mendapat hampir 4.000 like dari wargaet.

Sedangkan Bupati Luwu Utara Indah Putri Indriani yang cenderung banyak memposting kegiatan pribadi untuk pencitraan, justru tidak banyak mendapat respon warganet. Pemilik akun &indahnyalutra ini banyak mendapat like dan feedbcak saat memberikan postingan yang humanis dan menyentuh rakyat banyak. Misalnya, saat Indah memposting di sela-sela memimpin upacara 17 Agustus 2023 di Lapangan Taman Siswa Masamba, dirinya menyempatkan mendatangi siswi SMA yang menggunakan kursi roda dengan penuh keterbatasan tetapi punya semangat untuk ikut dalam upacara peringatan kemerdekaan RI itu. Indah menyapa dan terharu dengan humanis mengatakan kepada semua peserta upacara untuk mencontoh siswi SMA ini dengan penuh keterbatasan bisa datang memperingati upacara kemerdekaan. Indah juga menyampaikan semangat kepada siswi ini untuk terus melanjutkan pendidikan. Postingan ini mendapat like dari warganet terbesar di antara postingan selama periode penelitian ini dengan like 62.500 dan 127 respons balik.

Indikator kedua dalam fokus penelitian ini adalah terkait umpan balik (*feedback*) yang diberikan suatu media. Indikator umpan balik ini mejadi penting karena yang menjadi kekuatan dalam *new media* adalah bagaimana suatu media memungkinkan komunikasi dua arah, sehingga dapat dikatakan media baru sebagai media interaktif yang dapat diakses secara individu.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, indikator umpan balik (*feedback*) ini digunakan pemerintah daerah, khususnya empat kepala daerah di Sulawesi Selatan sebagai sarana monitoring opini, dan aspirasi masyarakat melalui *direct massage* Instagram dengan rata-rata perbulan 20-30 laporan yang masuk melalui DM Instagram. Hanya saja, para kepala daerah belum memiliki SOP tindak lanjut untuk laporan pengaduan lewat medsos sehingga *feedback* yang diberikan kepada masyarakat memerlukan jangka waktu yang lama. Tetapi, beberapa kepala daerah misalnya, Parepare dan Gowa dari hasil wawancara informan, bupati kepala daerah kerap membaca langsung komentar *feedbcak* sehingga respons itu langsung diteruskan ke instansi terkait untuk penyelesaian persoalan yang dikeluhkan. Misalnya, ketika terjadi feedback dari masyarakat terkait dengan persampahan atau lingkungan, maka bupati/kepala daerah langsung menginstruksikan ke Dinas Lingkungan Hidup setempat.

Peneliti juga menemukan beberapa aduan dan laporan yang ada melalui kolom komentar tidak ditanggapi dikarenakan khawatir terjadi miss-persepsi dan blunder atas informasi yang ada. Menurut informan pembanding informasi yang disediakan haruslah informasi yang mampu menjawab pertanyaan masyarakat terkait kebutuhan dan pelayanan mendasar di empat kabupaten ini, seperti kebutuhan air bersih, listrik, pendidikan, kesehatan, kebersihan lingkungan, kelangkaan solar/gas, pelayanan publik dan lain-lain. Sebab, tidak semua komentar harus mendapat tanggapan balik dari pemilik akun.

Menurut peneliti, pemerintah daerah Kabupaten Gowa, Makassar, Parepare, dan Luwu Utara, sudah memenuhi indikator dalam penyediaan informasi yang rutin walaupun informasi yang ada didominasi oleh dokumentasi agenda bupati/kepala daerah. Dalam umpan balik yang cepat menurut peneliti masih bisa dimaksimalkan dengan membuat SOP tindak lanjut dan membangun interaksi dengan pengikut Instagram di lembaga pemerintahan.

Simpulan

Terdapat tiga bentuk respons (*feedback*) dari masyarakat (warganet) dalam pemanfaatan media sosial di akun instagram empat kepala daerah di Sulawesi Selatan masing-masing, *feedback* bersifat positif, negatif, dan netral. Tiga bentuk ini berisi antara lain kritik, saran, dan informasi yang bersifat pengaduan. Hanya saja, sebagian besar postingan kepala daerah di akun instagramnya tidak mendapat banyak like dan *feedback*. Ini terjadi karena postingan yang bersifat pribadi dan bukan untuk kepentingan publik tidak terlalu dilirik para pengguna isntagram (follower). Sebaliknya, informasi yang kontennya menarik dan punya nilai humanis dan berpihak kepada masyarakat banyak, berbanding lurus dengan jumlah like dan *feedback* dari warganet. Respons ini kemudian ditindaklanjuti empat kepala daerah baik melalui kolom komentar, *direct messege*, maupun langsung dialog yang dianggap untuk kepentingan masyarakat banyak. Namun, para kepala daerah belum membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk menindaklanjuti laporan pengaduan lewat medsos sehingga *feedback* yang diberikan kepada masyarakat memerlukan jangka waktu yang lama

DAFTAR PUSTAKA

- Rudianto, Karlinah dan Komala. 2009. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bambang, 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, Hafied. 2011 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2017. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- _____. 2020, *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Cahyono, A. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 140-157
- Canel dan Sanders. 2011. *Introduction: Mapping the Fields of Government Communication*
- Castells, M. 2004. *The Network Society: A Cross Cultural Perspective*, Malden MA: Edwan Elgar
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.
- Effendy, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Erliana, Hasan, 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Flew, T. 2017. *New Media: an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Goode, Luke. 2005. *Jurgen Habermas: Democracy and the Public Sphere (Modern European Thinkers)*. Northampton: Pluto Press.
- Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press
- Hermawan, C. W. 2010. *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHBB*. Yogyakarta: Andi.
- Holmes, D. 2012. *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Holub, Robert C. 1991. *Jurgen Habermas: Critic in the Public Sphere*. New York: Routledge
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Joseph Straubhaar, R. L. 2010. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. USA: Wadsworth.
- José, María Canel dan Karen Sanders. 2011. *Government Communication: An Emerging Field in Political Communication Research*.
- Kapang, F. Y. 2009. *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2015). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). *An Open Government Maturity Model for Social Media-Based Public Engagement*. *Government Information Quarterly*, 492–503.
- Littlejohn, Stephen W Littlejohn dan Karen A Foss. (2014). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika

- Lisbet, J. G. 2011. *Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Perbaikan Prasarana Jalan*. Bogor: IPB.
- Lister, M., Dovey, J., Gidding, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Liliweri. 2015. *The New Media Reader*,
- Martin Lister. 2009. *New Media: A Critical Introduction*, Rputledge London & New York
- Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter, dan Plurk Dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: Andi.
- McQuail, D. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga
- _____. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McLean, S. 2005. *The Basics of Interpersonal Communication*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Midgley, David. 2012. *Beyond Habermas: Democracy, Knowledge, and the 13 Public Sphere*. London: British Library
- Molainen, T. &. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations : A Planning Book for Place Branding*. NY: Palgrave Macmillan.
- Moleong, J. L. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyati, Ani. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI
- Melkote, Srinivas R. 2018. *Communication For Development And Social Change: An Introduction*, Journal of Multikultural Discourses. VOL. 13, NO. 2, 77–86.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta:Kencana
- Nasrullah. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2016. *Meida Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. 2021. *Manajemen Komunikasi Digital; Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta, Kencana
- Purba Bonaraja, Sherly Gaspersz, dkk. 2020. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purwandhani, Sri, Maesaroh, Rihandoyo. 2010. Analisis Penerapan E-Government di Kabuptaen Pati, Jurnal. Semarang, Universitas Diponegoro.
- Robbins, Stephen, Mary Counter, 2009, *Managemen*, Edisi Delapan, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT remaja rosdakarya.
- Santoso S.Hamidjojo. 2005. *Komunikasi Partisipatoris*. Bandung: Humaniora.
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Stephen W Littlejohn & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of*
- Straubhaar J, La Rose R, Davenport L. 2012. *Media Now*, Cengage Learning: Bandung

- Sullivan, A. M. 2015. *the John Marshall Review of Intellectual Property Law Cultural Heritage & New Media: a Future for the Past Cultural Heritage & New Media: a Future for the Past*.
604. <http://www.unesco.org/new/en/culture/>.
- Tjokromidjojo, B. 1998. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wilson, T.D. , 1995. *Information-seeking behaviour: designing information systems to meet our clients needs*,
<http://informationr.net/tdw/publ/papers/acuril>.
- _____. 1999. "Models in Information Behavior Research". *Journal of Documentation*. Volume 55 No 3. Page 249-270.
- _____. 2000. "Human Information Behavior". *Special Issue on Information Science Research* Vol 3. No. 2, Dapat diakses pada <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>, h. 49
- Zuhdiyah. 2012. *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Biografi. Biografi Kevin Systrom - Pendiri Instagram, diakses April 2017 melalui halaman http://www.biografiku.com/2013/12/biografi-kevin-systrom-pendiri-instagram_5.html
- Detikstyle. Media Sosial Terpopuler di Indonesia: Facebook, Instagram, Youtube, diakses April 2022 melalui halaman <http://detikstyle.blogspot.co.id/2022/11/media-sosial-terpopuler-di-indonesia.html>
- Kominfo. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Diakses Juli 2017 melalui halaman https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Kompas.com News Regional. *Ramai-ramai Kepala Daerah Bermedia Sosial, dari Emil hingga Ganjar Pranowo*. Analisis Drone Emprit 24/10/2020
- Akhmad Rifqi Septiawan. 2015. "Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (studi deskriptif kualitatif pada Founder @Tausiahku
- Aer, Y. 2014. *Analisis Media Sosial 'Path' Sebagai Media Informasi*. eJournal Ilmu Komunikasi Volume 2, Nomor 4, 2014, 102-113.
- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. 2021. *Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter*. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 441–453.
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., . . . Demetrovics, Z. 2017. *Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample*. *Jurnal Pone*, 12(1), 1-13. doi:10.1371/journal.pone.016983
- Bohjalian, E. 2017. *The self-presentation of popular fitness experts on instagram*. *Journal of Undergraduate Atlantic Journal of Communication*, 23 (1).
- Choi, Y. H., & Bazarova, N. N. 2014. *Self-disclosure characteristics and motivations in social media: extending the functional model to multiple social network sites*. *International Communication Association*, 41(4), 480-500. doi:doi:10.1111/hcre.12053
- Dina Fadiyah, 2021. *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019*

- Eliya, I., & Zulaeha, I. 2017. *Pola komunikasi politik ganjar pranowo dalam perspektif sociolinguistik di media sosial instagram*. Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 6(3), 286–296. Research in Communications, 8(1), 23-34.
- Boyd, M. D., & Ellison, B. N. 2007. *Social network sites :definition , history , and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- Evi Novianti, Aat Ruchiyat. Nugraha, Lukiati Kamalasari, Diah Sri Rejeki. 2020. *Penggunaan Media Sosial Selebritis Di Jakarta*. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara.
- Fitria Listie Suryani. 2015. “*Instagram dan F ebagai Sarana Kampanye dan Partisipasi Digital dalam Pilkada Kota Depok Tahun 2020*”. Al-Munir, Vol 11 Nomor 1/2020
- Harrera, A. E. P. 2016. *Pemanfaatan media sosial Twitter oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo telah sesuai dengan fungsi utama media massa*. Jurnal The Messenger, 8(2), 52–60.
- Istiqomah. 2017. *Penggunaan media sosial dengan tingakt agresivitas*. Jurnal Insight Fakultas Psikologi, 13, 2.
- Indra, D., & Wahid, U. 2021. *Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), 228–239.
- Kusuma, S. A. 2014. *Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi ashion Remaja (Studi Kasus Peran Social Media Instasram Terhadap Trend Fashion Remaja Dalam Akun @Ootdindo Tahun 2014”*
- Melisa Arisanty, Meisilina Irmayanti. 2016. *Strategi Mass Self Communicatiob Kepala Daerah di Media Sosial delam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat untuk Menyukkseskan Program Pemerintah Daerah (Studi terhadap dua Akun Media Sosial Pemimpin Daerah @ridwankamil dan @ganjarpranowo*.
- Rogers Everett M. 2003. *Communication Technology: The New media in Society*. New York: The Free Press.
- Rosadi, B., Darmawan, C., & Anggraeni, L. 2020. *The Influence Of Political Message On Social Media For Increasing The Political Literacy Of Millenial Generation*. Jurnal Civicus, 20(1), 26–30.
- Silalahi, Akademik 2015-2016. Ulber. 2004. *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 3, No. 1.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. 2013. *Social media and political communication: a social media analytics framework*. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291.
- Suryo, H., & Aji, H. K. 2020. *Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial)*. Research Fair Unisri, 4(1).
- Tengku Imam Syarifuddin, 2022. *Model Komunikasi dan Pemanfaatan Media Sosial oleh Kepala Daerah*
- Zuhdiyah, Venty. 2009. *Perilaku Informasi pada Mahasiswa Kelas Reguler Bahasa Inggris dan Departemen Akuntansi Unair*. <http://lib.unair.ac.id>