



KLASIFIKASI PROFIL PENGGUNA DAN KARAKTERISTIK PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI PERDESAAN SEBAGAI ACUAN PENYUSUNAN KEBIJAKAN SOSIALISASI DARING PROGRAM PEMBANGUNAN DAERAH

Ine Anggraini

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Subang

Jl. Raden Ajeng Kartini KM 3, Jawa Barat 41211

No. HP: 081321738555

Email: ineangraeni@unsub.ac.id

Naskah diterima tanggal 10 Desember 2019, direvisi tanggal 28 Januari 2020,
disetujui tanggal 25 Maret 2020

Abstrak

Pemkab Subang dalam RPJMD 2018-2023 telah menggagas Program Subang Jaya, Istimewa, dan Sejahtera (JAWARA), program ini menasar pada bidang tata ruang dan infrastruktur, salah satu programnya adalah pemanfaatan media sosial oleh masyarakat. Trend pemanfaatan media sosial tersebut dapat dimanfaatkan secara positif, khususnya untuk kepentingan sosialisasi program pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pemanfaatan media sosial oleh masyarakat sebagai jembatan dengan pemerintah Desa di Kota Subang. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari 2 desa di Subang Utara, 2 desa di Subang Tengah dan 2 Desa di Subang Selatan, serta beberapa informan masyarakat. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa pada setiap pemerintahan desa di Kota Subang belum memiliki system tersendiri yang menjembatani antara masyarakat dengan pemerintahan desa, adapun sampai saat ini pemerintahan desa dan masyarakat baru memnfaatkan media social seperti Whatsapp dan Instagram. Beberapa merupakan inisiatif dari pemerintahan desa sendiri. Simpulan dalam penelitian ini sebagai berikut, (1) Setiap Desa di Kabupaten Subang sebetulnya belum memiliki program pelayanan Daring dan hanya terbatas pada pemanfaatan media sosial seperti Whatsapp, Instagram dan itupun masih di kalangan internal kantor desa. (2) Tanpa perencanaan dan strategi yang sesuai dengan kaidah-kaidah kehumasan dan komunikasi publik, maka upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah daerah masih bersifat reaktif dan masing-masing belum terintegrasi. Apabila tidak segera dilakukan evaluasi maka Subang Jawa akan bernasib sama dengan Subang Gapura yang hanya menjadi jargon.

Kata-kata kunci: Kebijakan; Media Sosial; Pembangunan Daerah; Sosialisasi Daring;
Studi Kasus

Abstract

Subang Regency Government in the 2018-2023 RPJMD has initiated the Subang Jaya, Special and Prosperous Program (JAWARA), this program targets the spatial and

infrastructure sector, one of the programs is the use of social media by the community. The trend in the use of social media can be used positively, especially in the interests of the socialization of development programs. This study aims to describe how the use of social media by the community as a bridge with the village government in the City of Subang. The approach in this study uses a qualitative approach, data collection techniques carried out by interview, observation and documentation. The research subjects consisted of 2 villages in North Subang, 2 villages in Central Subang and 2 villages in South Subang, as well as several community informants. The analysis used is a qualitative descriptive analysis. The results obtained in this study that in every village government in Subang City do not have a separate system that bridges between the community and the village government, while until now the village government and the new community use social media like Whatsapp and Instagram. Some are initiatives from the village government itself. The conclusions in this study are as follows, (1) Each village in Subang Regency does not actually have an Online service program and is limited to the use of social media such as Whatsapp, Instagram and even then within the internal village office. (2) Without planning and strategy in accordance with the principles of public relations and public communication, the efforts made by the regional government are still reactive and each has not been integrated. If the evaluation is not immediately carried out then Subang Jawa will suffer the same fate as Subang Gapura which only becomes jargon.

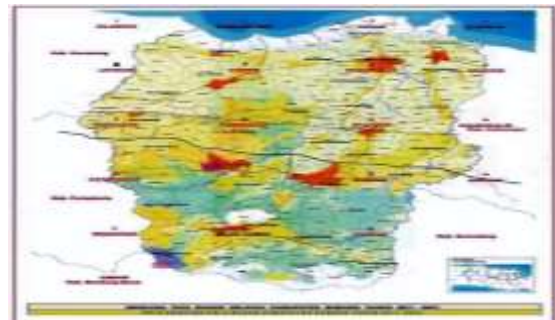
Key words: Policy; Social media; Regional development; Online Socialization; Case study

Pendahuluan

Kabupaten Subang adalah salah satu kawasan strategis nasional yang dilalui tiga urat nadi perekonomian nasional, yaitu Jalan Nasional Pantura, jalur kereta Api Jakarta-Surabaya, dan Jalan Tol Cipali. Kabupaten Subang terbentang dari pesisir Utara Jawa sampai ke pegunungan Priangan di bagian Selatan, memiliki masyarakat yang multi etnis dan budaya. Kondisi geografisnya yang heterogen, menyebabkan Kabupaten Subang memiliki berbagai potensi unggulan di sektor perikanan, pertanian-perkebunan, dan pertambangan, di samping memiliki potensi bencana tertinggi di Jawa Barat.

Trend pemanfaatan media sosial tersebut dapat dimanfaatkan secara positif, khususnya untuk kepentingan sosialisasi program pembangunan. Oleh karena itu perlu dikaji secara kaidah ilmu komunikasi, konten-konten komunikasi pembangunan seperti apa yang paling

sesuai untuk disosialisasikan kepada masyarakat.



Gambar 1. Karakteristik Wilayah Utara, Tengah, dan Selatan di Kabupaten Subang

Trend pemanfaatan media sosial tersebut dapat dimanfaatkan secara positif, khususnya untuk kepentingan sosialisasi program pembangunan. Oleh karena itu perlu dikaji secara kaidah ilmu komunikasi, konten-konten komunikasi pembangunan seperti apa yang paling sesuai untuk disosialisasikan kepada masyarakat. Hal-hal yang yang perlu diketahui melalui penelitian secara

mendalam, antara lain mengenai siapa saja dan pada rentang umur berapa mayoritas pengguna media sosial di perdesaan (profil pengguna), seberapa sering dan untuk tujuan apa saja masyarakat perdesaan berkomunikasi menggunakan media sosial (karakteristik pemanfaatan), dan apa saja informasi terkait program pembangunan daerah yang menjadi preferensi masyarakat untuk disosialisasikan melalui media sosial mereka (sosialisasi-daring).

Media sosial dipilih pemerintah sebagai jembatan komunikasi tersebut sebab kondisi masyarakat Indonesia saat ini sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Menurut *Global Digital Statistic "Digital, Social & Mobile in 2015"* dari *We are Social* (2015), dari total populasi sebanyak 255,5 juta jiwa di Indonesia, sebesar 72 juta orang pengguna internet di Indonesia aktif mengakses media sosial. Sebanyak 62 juta jiwa aktif mengakses media sosial melalui *mobile*.

Angka ini merupakan angka yang terus bertambah dari waktu ke waktu. Sejak Januari 2014, pertumbuhan angka pengguna aktif akun media sosial di Indonesia meningkat sebesar 16% sedangkan, pengakses aktif media sosial melalui *mobile* meningkat sebesar 19%. Kondisi ini merupakan peluang yang apabila dimanfaatkan dengan benar, mampu membuat media sosial menjadi salah satu jawaban efektif komunikasi pemerintah dengan masyarakat guna membangun pemerintahan yang lebih baik (*good governance*).

Pemanfaatan media sosial untuk sarana partisipasi masyarakat ini merupakan hal yang menarik. Namun

sayangnya, bagaimana pengelolaan yang dilakukan pemerintahan Desa belum maksimal dalam memanfaatkan media sosial ini, belum banyak pihak yang mengetahuinya. Fenomena pengelolaan media sosial sebagai sarana aspirasi dan aduan masyarakat, terlebih terintegrasi nasional, oleh pemerintah merupakan sebuah fenomena yang baru. Saat ini, kegiatan sosialisasi program pembangunan tidak lagi cukup hanya mengandalkan media konvensional (koran, majalah, dll) atau media elektronik seperti radio dan televisi. Tetapi harus dapat memanfaatkan media berbasis internet, sehingga komunikasi pembangunan yang dilakukan dapat bersifat seketika (*real time*) dan dua arah (*interactive*), kedua aspek tersebut dapat mengurangi distorsi informasi dan mempercepat pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap program/ kegiatan pembangunan yang akan dilaksanakan. Menurut Kemendikbud, media sosial seperti Whatsapp, Line, Facebook, dan Youtube sudah aktif digunakan sebagian besar masyarakat. Pemanfaatan media sosial ini dapat digunakan sebagai penyebaran informasi dan sumber belajar masyarakat.



Gambar 2. Penetrasi Internet Indonesia pada Tahun 2018 Hingga Kawasan Perdesaan

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh peneliti media sosial adalah pertanyaan tentang apa yang mungkin

menjadi unit analisis yang sah ketika seluruh rentang data di lingkungan penelitian harus dipelajari. Peneliti media sosial harus berurusan, misalnya, dengan halaman web, rangkaian obrolan (*chat threads*), email, dan banyak gambar visual [14]. Sebagian besar dampak dari penggunaan media sosial yang tinggi ini bermanfaat baik bagi individu maupun masyarakat. Media digital telah memberdayakan masyarakat sehingga mereka tidak lagi menjadi penonton pasif atau penerima dalam transformasi yang ditempa oleh revolusi digital, tetapi secara aktif membentuk media digital dan maknanya bagi masyarakat. Berbicara mengenai media sosial berarti kembali menengok fenomena perubahan media yang dikenal dengan media baru. McQuail (2005:136) menyampaikan pemikirannya mengenai media baru sebagai berikut:

“Mass media have changed, certainly from the early-twentieth-century days of one-way, one directional, and undifferentiated flow to an undifferentiated mass. There are social and economics as well as technological reason for this shift, but it is real enough.”

Beberapa poin kunci dari media baru diungkapkan McLuhan (1990:7) Pertama ialah *digitality*, yaitu perubahan seluruh proses media ke dalam bentuk digital. Kedua, *interactivity* yang dapat berarti dua pengertian yaitu adanya teknologi yang mampu memberi respon terhadap pengguna dan interaktivitas antar masing-masing pengguna. Ketiga, dispersal yang mengacu pada adanya desentralisasi proses produksi dan distribusi pesan serta menumbuhkan keaktifan dari individu. Kehadiran media baru inilah yang kemudian memunculkan

satu dampak cukup besar yaitu kemunculan media sosial. Belakangan ini, media sosial banyak menjadi perbincangan di dunia komunikasi. Selain karena fakta jumlah penggunanya yang banyak, keunikan dari karakteristik sosial media dirasa sangat mendukung komunikasi di era perpindahan informasi yang sangat cepat ini.

Media sosial tidak seperti media pada umumnya. Terdapat 7 (tujuh) karakteristik dan keunikan utama yang membedakannya dari media konvensional (Saxena, 2013). Pertama, media sosial terbangun dari *web space* yang bisa diakses bebas oleh pengguna internet. Kedua, ada alamat *web* khusus atau alamat spesifik untuk dapat mengakses media sosial. Ketiga, media sosial memungkinkan pengguna membuat profil sebagai identitas penggunanya. Keempat, media sosial membuka konektivitas antar penggunanya. Kelima, media sosial memungkinkan setiap pengguna mengunggah informasi atau konten tanpa terikat ruang dan waktu. Jika pada media konvensional terdapat editor atau pengelola pesan, pada media sosial semua orang dapat menjadi sumber informasi. Keenam, media sosial memiliki potensi membangun percakapan, bahkan lebih dari dua orang, dibanding media konvensional. Terakhir, konten pada media sosial dapat ditelusur ulang dan diikuti oleh pengguna lain. Karakteristik dan keunikan inilah yang kemudian membuat media sosial menjadi marak digunakan dan dibicarakan saat ini. Bicara media sosial sebenarnya tidak hanya beberapa jejaring sosial yang sedang tren seperti *Facebook*, *Twitter* ataupun

Instagram saja. Di dalam istilah non-teknologi, media sosial dapat didefinisikan sebagai cara orang berbagi ide, konten, pemikiran dan hubungan secara *online* (Scott, 2007). Media sosial merupakan representasi teknologi atau aplikasi yang digunakan orang untuk menciptakan ataupun menjaga jaringan sosial *sites* mereka (Albarran, 2013:2). Beberapa definisi media sosial dari ahli mengarah pada teknologi internet web 2.0. Media sosial dapat didefinisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan pondasi teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan untuk menciptakan pertukaran konten antara penggunanya (Montalvo, 2011:91). Gould (1951) mendefinisikan media sosial sebagai berikut: "*Social media are web based tools for interaction that, in addition to conversation, allow users to share content as photos, video, link to resources.*" Media sosial banyak didefinisikan merujuk kepada baik alat dan teknologi maupun konten yang dihasilkan. Media sosial tidak terbatas pada *blogs, wikis, social networking sites, micro blogging services* dan *multimedia sharing services*.

Media sosial, didefinisikan sebagai "sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas landasan ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. [12]." Aplikasi seperti Twitter, Instagram, atau foursquare, yang belum da satu dekade lalu, membentuk bagian penting dari lanskap media dan komunikasi saat

ini. Wikipedia yang dibuat pada tahun 2001, sekarang terdiri dari sekitar 35 juta artikel dalam 288 bahasa yang berbeda. Facebook, diluncurkan pada tahun 2004, menghubungkan lebih dari 1,4 miliar anggota aktif di seluruh dunia. YouTube, didirikan pada tahun 2005, memproses lebih dari 3 miliar pencarian per bulan, menjadikannya mesin pencari terbesar kedua setelah raksasa industri Google (pemilik YouTube) [13]. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pemanfaatan media sosial oleh masyarakat sebagai jembatan dengan pemerintah Desa di Kota Subang.

Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari 3 desa di Subang Utara, 3 desa di Subang Tengah dan 3 Desa di Subang Selatan, serta beberapa informan masyarakat. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pemanfaatan media sosial oleh masyarakat sebagai jembatan dengan pemerintah Desa di Kota Subang. Kenyataan di lapangan ternyata pemerintahan desa belum memiliki pelayanan *daring* sehingga peneliti kesulitan untuk mengukur dan mengklasifikasikan masyarakat pengguna *daring*. Oleh karena itu peneliti cenderung menggunakan metode penelitian kualitatif, memfokuskan wawancara dengan aparat

pemerintahan desa terutama Kepala Desanya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti akan menguraikan hasil wawancara dan observasi yang ternyata di lapangan sangat berbeda dengan yang hasil akhir peneliti inginkan.

Penilaian Strategi dan Efektivitas Komunikasi dan Pemilihan Media

Menurut dosen Fikom Universitas Subang, Adhie Surachman. Saat ini sudah banyak instansi pemerintah yang menggunakan internet sebagai media sosialisasi pembangunan seperti program Subang Jawara berupa website. Baik sebagai media promosi atau sebagai media penyambung antara masyarakat dengan pihak pemda.

Menurut Adhie, sudah 1 bulan ini website resmi Pemkab Subang tidak dapat diakses disebabkan sistemnya terkena virus atau malware. Sehingga dibutuhkan upaya rehabilitasi, optimalisasi dan revitalisasi website www.subang.go.id. Selain itu informasi mengenai sosialisasi pembangunan khususnya mengenai program Jawara belum sama sekali tercantum di dalam website. Apabila orang mengetik kata “Subang” di mesin pencari Google, maka yang banyak muncul adalah Subang Malaysia. Masih sangat minim informasi mengenai pemerintahan, khususnya terkait rencana dan pencapaian program pembangunan. Sehingga upaya *improvement* website subang.go.id perlu segera dilakukan dan terfokus untuk mensosialisasikan program Subang Jawara.

Respon dan Apresiasi Masyarakat terhadap Program Subang Jawara

Sedangkan dari sisi masyarakat, responden dari media massa dan perwakilan penggerak PKK Kabupaten Subang adalah sebagai berikut :

a. Redaksi Pasundan Express Mengapresiasi Si Abah Jawara

Salah satu gebrakan/terobosan agar Program Subang Jawara memiliki momentum ditengah-tengah masyarakat adalah peluncuran sistem aplikasi Hibah dan Banson berbasis online dengan nama “Si Abah Jawara”. Si Abah Jawara, merupakan salah satu aplikasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) Kabupaten Subang, adalah salah satu bentuk transparansi dari penyelenggaraan pemerintah yang berbasis elektronik menuju e-government. Menggunakan aplikasi tersebut masyarakat bisa secara langsung mengecek usulan atau aspirasi yang diajukan ke pemerintah daerah.

Pelaksanaan Pelayanan Daring di Pemerintahan Desa

Berdasarkan penelitian pada Pemerintahan Kabupaten Subang, sudah memaksimalkan penggunaan pelayanan *daring* di masyarakat. Fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana masyarakat memanfaatkan pelayanan *daring* di pemerintahan desa. Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun organisasi untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Pemerintah sebagai penyedia pelayanan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat harus dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin dan berupaya untuk meningkatkan

kualitas pelayanan. Pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah desa menyangkut kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi.

Facebook, *e-mail*, dan *website*. Penggunaan media komunikasi seperti telepon, SMS, *twitter* dan *e-mail* sudah meningkat. Namun pada kenyataannya di lapangan, pemerintahan desa di Kota Subang belum memiliki fasilitas *daring* dalam mensosialisasikan program-program pemerintahan desa. Hanya ada satu desa yang mempunyai program online/*daring* dan itupun atas inisiatif kepala desanya sendiri dengan menggunakan media *Instagram* yaitu Desa Rawalele yang mendapat penghargaan dari Gubernur Jawa Barat. Hasil wawancara dengan Kepala Bidang E-Government Dinas Komunikasi dan Informasi : Bapak Ahmad Septembro Mandilaga memperlihatkan bahwa di lapangan berbeda dengan arah penelitiannya.

“Betul kalau ada salah satu Desa di Kabupaten Subang mendapatkan penghargaan karena aktif memaksimalkan pelayanan melalui media sosial, pada kenyataannya di tingkat pemerintahan desa belum terdapat program pelayanan daring. Adapun di Desa Rawalele media sosial yang digunakan murni atas dasar inisiatif sendiri Bapak Uju sebagai kepala desa dan sekaligus mengelolanya”.

Penggunaan pelayanan *daring* justru sudah ada dan dilaksanakan di tingkat Pemerintahan Kabupaten Subang. Menurut Akhmad :

“Pemerintahan Kabupaten Subang sedang mencoba mensosialisasikan program dari Jawa Barat yaitu Sapa Warga yang merupakan pelayanan online di tingkat desa, yang akan disosialisasikan pada bulan Desember”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan *daring* di tingkat pemerintahan desa yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat belum ada dan baru ada penggunaan media sosial hanya untuk kebutuhan internal desa saja serta terbatas pada penyebaran tentang informasi kegiatan internal desa saja.

1. Desa Rawalele Kabupaten Subang

Desa Rawalele, Kecamatan Dawuan, Subang menjadi satu dari tiga Desa di Jabar yang menjadi Desa Terpopuler dalam penggunaan sosial media untuk publikasi kegiatan Desa. Dari pantauan akun @Desa_Rawalele, memiliki 1.064 follower dengan 505 postingan. Pada akun IG tersebut, akun Desa Rawalele yang dipegang langsung Kepala Desanya itu berisi seputar kegiatan Kades, dari mulai kegiatan desa, warga, sampai dengan kepa desa mengikuti agenda Pemerintahan Kabupaten. Media sosial yang dibangun ini adalah atas dasar inisiatif Kepala Desa nya sendiri. Konten dari Media sosial ini meliputi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemerintahan desa dan masyarakat Rawalele. Masyarakat yang mengakses media tersebut rata rata dari usia 30-50 tahun an dan hanya sekitar 30% masyarakat dengan rentang usia tersebut memanfaatkannya untuk berkomunikasi dengan pemerintahan desa.

Menurut Kepala Desa Rawalele ke depan akan diadakan pelatihan untuk membangun SDM yang handal dalam menangani dan mengelola media sosia sehingga masyarakat betul betul dapat menggunakan dan memanfaatkan pelayanan media sosial pemerintahan Desa Rawalele. Sehingga memudahkan

segala urusan masyarakat dan mempersingkat waktu sehingga tidak perlu terjadi lagi misal antrian di pelayanan Pemerintahan Desa Rawalele karena semuanya sudah menggunakan sistem online.

2. Kelurahan Soklat

Kelurahan Soklat sebetulnya sudah mempunyai dan membangun website nya, tetapi belum tersosialisasi dengan baik di kalangan masyarakat sekitar. Konten dari website Kelurahan soklat sudah lengkap. Kantor Kelurahan Soklat melayani masyarakat dalam memenuhi kebutuhan administrasi kependudukan, termasuk di antaranya perizinan-perizinan seperti pekerjaan umum, perizinan umum kelurahan, perizinan pendidikan, kesehatan warga kelurahan Kantor Kelurahan Soklat, perumahan, penataan ruang, perhubungan, lingkungan hidup, pertanahan yang menjadi kewenangan daerah, serta pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Kendalanya adalah Kelurahan Soklat tidak memiliki Wifi yang cukup besar dan pada saat ini sedang dalam proses pengajuan kepada Pemerintahan Subang. Kendala berikutnya adalah masalah Sumber Daya Manusia yang memang memerlukan pelatihan tentang penguasaan dan penggunaan IT. Sosialisasi kepada masyarakat pun belum dilakukan oleh Kelurahan Soklat ini sehingga Pelayanan Online yang sudah lengkap belum bisa dipergunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Sumardi sebagai Lurah :

“Kami masih menunggu tindak lanjut dari Keminfo Kabupaten Subang untuk menindaklanjuti permintaan akan Wifi dengan kapasitas besar sehingga untuk

mengakses website di kelurahan lancar tidak mengalami gangguan”

Terkait dengan sosialisasi kepada masyarakat Pa Sumardi mengatakan :

“Di kelurahan sempat diadakan sosialisasi tentang penggunaan pelayanan online tetapi terhambat ketika akan mengakses nya dikarenakan Wifi yang digunakan tidak mendukung, jadi sampai saat ini masyarakat belum bisa menggunakan fasilitas daring ini”

3. Desa Nagrak Kabupaten Subang

Desa Nagrak asal kata dari Negrak (bahasa sunda), yang artinya tempat atau kawasan yang terlihat jelas, yang memberi nama desa Nagrak yaitu sesepuh desa Nagrak yang bernama Aki Asid.



Gambar 3. Jalan Desa Nagrak, Kecamatan Ciater

Penggunaan media sosial di Desa Nagrak baru sebatas komunikasi internal di antara aparat Desa. Sebagai salah satu contoh adalah pemberitahuan pemberitahuan masih memanfaatkan media sosial Whatsapp. Informasi informasi ke masyarakat seperti undangan rapat, pelatihan atau kegiatan kegiatan di kantor desa lebih banyak menggunakan Whatsapp.

Media sosial lainnya seperti Instagram dan Twitter jarang dipergunakan. Para

pegawai lebih senang menggunakan media sosial Facebook.



Gambar 4. Screenshoot Penggunaan Media Sosial oleh Pegawai

Seperti yang dikemukakan oleh Kepala Desanya Bapak Akhmad :

“Wah untuk pembuatan website khusus belum sampai sana, karena memang belum ada program dari pemerintahan Subangnya. Jadi disini hanya pakai Whatsapp saja untuk misalnya sosialisasi kegiatan kepada teman teman kantor atau informasi seputar pekerjaan di desa saja”

4. Desa Dawuan Kaler Kabupaten Subang

Desa ini mempunyai luas tanah 324,4 ha. Jarak tempuh dari Desa Dawuan Kaler ke ibukota kecamatan adalah 10 km, sedangkan jarak ke ibukota provinsi sejauh 80 km.



Gambar 5. Kantor Desa Dawuan Kaler, Kecamatan Dawuan, Kabupaten Subang, Jawa Barat

Kondisi agraris Desa Dawuan Kaler adalah lahan pertanian tanaman padi. Lahan pertanian tanaman padi di daerah ini ditanam secara tergenang atau terkadang macak – macak dan sawah tadah hujan. Selain tanaman padi, petani di desa Dawuan Kaler ini juga menanam tanaman palawija yaitu jagung dan kacang tanah. Hasil dari produksi kacang tanah lebih menguntungkan dari pada tanaman padi bagi petani, karena mereka bisa membuat usaha sendiri dari kacang tanah tersebut yaitu pembuatan oncom. Pemanfaatan media sosial di Desa ini sama dengan desa desa lain yang paling banyak memanfaatkan media sosial Whatsapp dalam komunikasi aparat pemerintahan dengan masyarakat. Penggunaan masih terbatas hanya untuk koordinasi di internal pemerintahan desa saja. Seperti penuturan dari Haji Rasdi sebagai kepala desa :

“ Ga ada, kita belum menggunakan pelayanan online, jadi masyarakat masih tetap datang ke kantor desa, mudah mudahan saja secepatnya pemerintahan Subang bisa membangun program khusus untuk mendukung pelayanan di sini, dan perlu kerja keras karena walaupun

program itu ke depan ada, masyarakat di sini kurang begitu mengenal smartphone untuk para orang tua”.

5. Desa Gembor Subang

Secara administratif, Desa Gembor merupakan salah satu dari 10 Desa di Wilayah Kecamatan Pagaden.



Gambar 6. Kantor Desa Gembor, Jl. Parapatan Desa No.1

Desa Gembor seperti desa desa lain di wilayah Kabupaten Subang ternyata sama memiliki keterbatasan pemanfaatan media sosial dalam komunikasi masyarakat dengan pemerintahan desanya. Sebagian besar aparat desa menggunakan media sosial Whatsapp dalam menyampaikan kegiatan rutinnnya dan pengumuman lainnya kepada masyarakat.

Hasil wawancara dengan kepala desa Bapak Haji Atang :

“Baru pakai Whatsapp saja untuk menyambung silaturahmi dengan para pegawai. Atau membagikan informasi tentang kegiatan-kegiatan. Belum sampai kepada pelayanan ke masyarakat. Mudah Mudahan ke depan dengan bantuan pemerintahan Subang bisa ada program pelayanan online jadi pelayanan kemasyarakat bisa lebih optimal lagi”.

6. Desa Patimban Kabupaten Subang

Desa Patimban sudah memiliki website dengan kontennya yang sudah memadai, hanya sayang belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan informasi baik dalam kantor ataupun dengan masyarakat hanya menggunakan media sosial Whatsapp dan Facebook.

Kepala Desa Patimban H Darpani Taufik mengungkapkan :

“Keinginan saya dengan nantinya ada pelabuhan internasioanal harus diimbangi dengan pelayanan yang lebih bagus dari pemerintahan desa, yang semoga secepatnya terealisasi dengan bantuan pemerintahan Subang, contohnya dengan adanya adanya pelayanan online, jadi masyarakat ga harus jauh jauh datang ke desa untuk mengurus sesuatu. Jadi bisa hemat waktu dan efektif”.

“Apalagi ke depan pasti banyak pendatang baru ke area Patimban ini dan kita juga ingin memberikan pelayanan yang maksimal”.

Kesimpulan

Memperhatikan hasil dan pembahasan di atas, maka dari penelitian ini dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Setiap Desa di Kabupaten Subang sebetulnya belum memiliki program pelayanan Daring dan hanya terbatas pada pemanfaatan media sosial seperti Whatsapp, Instagram dan itupun masih di kalangan internal kantor desa. Adapun komunikasi antara pemerintahan desa dengan masyarakat masih menggunakan sistem lama yaitu masyarakat tetap datang ke kantor pemerintahan desa.
2. Tanpa perencanaan dan strategi yang

sesuai dengan kaidah-kaidah kehumasan dan komunikasi publik, maka upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah daerah masih bersifat reaktif dan masing-masing belum terintegrasi. Apabila tidak segera dilakukan evaluasi maka Subang Jawa akan bernasib sama dengan Subang Gapura yang hanya menjadi jargon.

Daftar Pustaka

- Bappeda Kabupaten Subang. (2018). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Subang Periode 2018-2023. (1st ed.). Subang, Indonesia: Bappeda Kabupaten Subang.
- Rahman, A., & Sjoraida, D.F. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 136–146.
- BPS Kabupaten Subang. (2018). Subang Dalam Angka 2018. (1st ed.). Subang, Indonesia: BPS Kabupaten Subang.
- Pemerintah Indonesia. PP No. 45 Tahun 2017 Tentang Partisipasi Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (2017). Indonesia.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2017). Materi Pendukung Literasi Digital. (L. A. Mayani, Ed.) (1st ed.). Jakarta, Indonesia: TIM GLN Kemendikbud.
- Pulido, C. M., Redondo-Sama, G., Sordé-Martí, T., & Flecha, R. (2018). Social impact in social media: A new method to evaluate the social impact of research. *Plos One*, 13(8), e0203117. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0203117>
- Kominfo. (2017). Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Jakarta, Indonesia. Retrieved from [https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan Survei APJII_2017_v1.3.pdf](https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan_Survei_APJII_2017_v1.3.pdf)
- Joshi MD, PhD, MPH, A., Meza PhD, J., Costa PhD, S., Perin MPH, D. M. P., Trout MPH, K., & Rayamajih MS, A. (2013). The Role of Information and Communication Technology in Community Outreach, Academic and Research Collaboration, and Education and Support Services (IT-CARES). *Perspectives in Health Information Management*
- Gough, A., Hunter, R. F., Ajao, O., Jurek, A., McKeown, G., Hong, J., Kee, F. (2017). Tweet for Behavior Change: Using Social Media for the Dissemination of Public Health Messages. *JMIR Public Health and Surveillance*, 3(1), e14. <https://doi.org/10.2196/publichealh.6313>
- McFarland, L., & Ployhart, R. (2015). Social Media: A Contextual Framework to Guide Research and Practice. *J Appl Psychol*, 100(6), 1653–1677. <https://doi.org/10.1037/a0039244>

- Setiawan, H., & Santoso, P. (2013). Model Optimalisasi Peluang Pemanfaatan Media Jejaring Sosial dalam Implementasi E-Governance di Indonesia. *Jurnal Informatika*. UPN “Veteran” Yogyakarta., 2013(semnasIF), 147–154.
- Muntean, A. (2015). The Impact of Social Media Use of Political Participation. Aarhus University. Retrieved from http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/90378581/The_Impact_of_Social_Media_on_Political_Participation.pdf
- Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media. *International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
- World Economic Forum. (2016). Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era. In W. T. Watson (Ed.), *World Economic Forum Shaping the Future Implications of Digital Media for Society* (p. 64). World Economic Forum USA.
- Adiputra, Wisnu Martha (Ed). (2012). *Media baru : Studi Teoritis & Telaah dari perspektif Politik dan Sosiokultural*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Albaran, Alan B. (2013). *The Social Media Industries*. New York: Routledge.
- Flew, T. (2005). *New media*. New York: Oxford University Press.
- McQuail, Denis. (2005). *Mass Communication Theory Fifth Edition*. London: Sage.
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Pavlik, John V. (1996). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*.