

Cite this: *J.SST*, Vol 5(1):  
32-39, 2025

**Received Date:**  
14 Agustus 2025  
**Accepted Date:**  
27 Agustus 2025

**Keywords:**  
*ASN Competency Development, ASN Professionalism Index*

**Kata kunci:**  
ASN Competency Development,  
ASN Professionalism Index

**DOI:**  
<http://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>  
(contoh)

## Strategi Komunikasi dalam Penyebarluasan Informasi Pada Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Maros

### *Communication Strategies in Disseminating Information at The Departement of Communication, informatics, Statistics, and Cryptography of Maros Regency*

Andi Baso Arman<sup>1\*</sup>; Mujahid<sup>2</sup>; Andi Vita Sukmarini<sup>3</sup>;

<sup>1,3</sup> Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

\*Email: [mujahid@gmail.com](mailto:mujahid@gmail.com); [pascasarjana@unifa.ac.id](mailto:pascasarjana@unifa.ac.id);

**Abstract.** *This Research aims to understand the communication strategies of the Departement of Communication, Informatics, Statistics and Cryptography of Maros Regency in disseminating information, as well as to assess the extent of success and obstacles encountered in providing information services to the public. This research was conducted at the Office of the Departement of Communication, Informatics, Statistics and Cryptography of Maros Regency. The data were analyzed using qualitative descriptive analysis. Data Collection was carried out through interviews, observations, and documentation. The research findings indicate that the communication strategy of the Departement of Communication, Informatics, Statistics, and Cryptography (DISKOMINFO SP) of Maros Regency in providing information service to the public involves holding editorial meetings to determine the news agenda, assign news coverage tasks and select media based on the type of news. Implementation is carried out through various media channels, including social media platforms like Instagram and Facebook. Evaluation occurs during and after the news broadcast with feedback gathered from both internal staff and external sources, such as the community. Diskominfo SP Maros Regency employs several indicators for evaluation, including followers, comments and reach. through these indicators, an increase in followers, comments and reach on Instagram dan facebook can be observed.*

**Keywords:** *Strategy, Communication, Dissemination, Information*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Maros dalam penyebaran informasi, serta melihat sejauhmana keberhasilan dan hambatan yang ditemui dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Maros. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Departemen Komunikasi, Informatika, Statistika, dan Kriptografi (DISKOMINFO SP) Kabupaten Maros dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melibatkan penyelenggaraan rapat redaksi untuk menentukan agenda berita, menetapkan pengambilan liputan berita dan memilih media berdasarkan jenis berita. Implementasi dilakukan melalui berbagai kanal media, termasuk platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Evaluasi terjadi selama dan setelah siaran berita dengan umpan balik yang dikumpulkan dari staf internal dan sumber eksternal, seperti komunitas. Diskominfo SP Kabupaten Maros menggunakan beberapa indikator untuk evaluasi, termasuk pengikut, komentar dan jangkauan. melalui indikator tersebut, peningkatan pengikut, komentar dan jangkauan di Instagram dan facebook dapat diamati.

**Kata kunci:** Strategi, Komunikasi, Penyebarluasan, Informasi

## PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam menjalankan kehidupannya memerlukan interaksi sosial bersama manusia lainnya, hal tersebut disebut komunikasi. Komunikasi adalah penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikannya. Penyampaian informasi ini bisa berlaku dua arah dan memerlukan media pada saat penyampaiannya. Proses penyampaian informasi ini terdapat pula hambatan yang akan dijumpai seperti bedanya pemahaman akan pesan.

Penyebaran informasi kepada masyarakat pada hakikatnya harus melibatkan sarana informasi publik serta berbagai media dan sarana komunikasi pemerintah sehingga masyarakat mendapatkan informasi, pemahaman, dan pengetahuan, sekaligus mendukung sistem dan program pemerintahan yang dirancang dan direncanakan oleh pemerintah. Terkait dengan penyebaran informasi publik, Diskominfo Kabupaten Maros sebagai lembaga yang mempunyai peran dan tanggung jawab dalam mengolah dan mengumpulkan informasi terkait dengan kegiatan Pemerintah Kabupaten Maros, yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat dalam bentuk informasi publik.

Berdasarkan data yang didapatkan melalui hasil monitoring dan evaluasi terhadap badan publik yang ada di Kabupaten Maros tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat badan publik yang belum memenuhi kualifikasi informatif. Artinya, terdapat Badan Publik Kabupaten Maros yang belum maksimal dalam penyebarluasan informasi publik tersebut.

Indikator yang paling penting bagi Komisi Informasi itu ada 4 indikator, pengembangan website, pengumuman informasi publik, pelayanan informasi publik dan penyediaan informasi publik. Hal itu penting, karena salah satu proses untuk pengambilan kebijakan publik itu harus disampaikan kepada masyarakat.

Ketua Komisi Informasi Kabupaten Maros, H. Agustam, menyebutkan bahwa yang menjadi indikator suatu badan publik untuk memenuhi kualifikasi informatif tersebut ialah pengembangan website, pengumuman informasi publik, pelayanan informasi publik dan penyediaan informasi publik. Dalam hal ini, indikator tersebut perlu diperhatikan oleh badan publik supaya dapat memenuhi kualifikasi informatif untuk penyebarluasan informasi publik.

Menurut UU KIP, yang dimaksud dengan informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik. Dengan adanya amanat UU Keterbukaan Informasi Publik maka seluruh instansi pemerintah baik pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Provinsi dan Kabupaten/kota) diwajibkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui media penyebaran informasi terkecuali jenis informasi yang mendapatkan pengecualian oleh undang-undang. Penyediaan informasi oleh badan publik pemerintah dilaksanakan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Pejabat PPID bertanggung jawab pada penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi. Keterbukaan informasi memberikan peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai kebijakan publik. Kondisi ini juga dapat mendorong terwujudnya clean and good governance, karena pemerintah dan lembaga publik harus memberikan informasi yang lengkap mengenai kegiatannya secara terbuka, transparan, dan akuntabel.

Dalam hal ini, Diskominfo Kabupaten Maros sebagai PPID Utama menjadi sistem pendukung berjalannya fungsi Komisi Informasi dan memiliki peran dalam meningkatkan penyebarluasan informasi publik oleh badan publik yang dikelola melalui PPID Pelaksana. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Gubernur dan Surat Keputusan yang menempatkan Diskominfo sebagai PPID Utama dan OPD lainnya sebagai PPID Pembantu. Sehingga ada kolaborasi antara PPID Utama, PPID Pembantu dan Komisi Informasi.

Komunikasi berjalan melalui sebuah saluran yang digunakan untuk menafsirkan pesan, dan siapa penerima pesan mempengaruhi. Komunikasi akan terbilang berhasil dan efektif apabila pesan yang akan disampaikan dapat termaknai sempurna oleh penerima pesan.

Komunikasi pun dilakukan oleh pemerintah guna menyampaikan pesan strategis kepada

masyarakat, hal ini disebut dengan Komunikasi Publik. Menurut Pratiwi dan Fitriani (2021) Pemerintah harus memberikan informasi dan juga melakukan komunikasi kepada publik. Penyampaian informasi menggunakan komunikasi publik oleh pemerintah kepada masyarakat biasanya berupa pengenalan program kerja pemerintah dan penyebarluasan suatu kebijakan agar masyarakat paham akan hal tersebut. Bahkan tujuan tertinggi dari komunikasi publik adalah merubah sikap dari komunikan atau penerima informasi tersebut. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjelaskan bahwa informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik berupa data, fakta, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik. Dewasa ini komunikasi publik banyak dilakukan pada media internet atau media sosial yang aksesnya mudah dan dekat dengan masyarakat.

Komunikasi publik di lembaga pemerintahan kegiatannya dijalani oleh Hubungan Masyarakat Menurut Pratiwi dan Fitriani (2021) Hubungan masyarakat Pemerintah adalah aktivitas lembaga dan atau individu yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan dan sebaliknya. Salah satu peran Government Publik Relations yaitu sebagai jembatan komunikasi program kerja pemerintah kepada masyarakat dan sebagai faktor kunci dalam pembentukan citra pemerintah menurut Kadir pada

Kusumanjati et al. (2018). Peran hubungan masyarakat pada lembaga pemerintahan di Diskominfo Kabupaten Maros adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan ramah, dekat dan mudah dijangkau oleh masyarakat sehingga penyampaian informasi yang tugas dari hubungan masyarakat pemerintahan akan lebih cepat diterima oleh masyarakat. Pendekatan yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat Diskominfo SP Kabupaten Maros adalah pembuatan konten yang informasinya dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Maros. Contoh konten tersebut adalah unggahan pada media sosial Instagram dan TikTok.

Media sosial adalah suatu wadah yang menampung segala informasi baik berbentuk visual ataupun teks yang dapat secara mudah diakses oleh semua orang. Menurut Hidayat et al. (2019) Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual, pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Oleh karena itu, Hubungan Masyarakat Diskominfo SP Kabupaten Maros menyampaikan informasi lewat media sosial Instagram dan TikTok supaya mudah dijangkau oleh masyarakat.

Pendekatan dengan masyarakat di media sosial oleh Hubungan Masyarakat Diskominfo SP Kabupaten Maros dilakukan dengan cara membuat konten informatif dan edukatif. Media sosial tidak hanya untuk media berkomunikasi tapi kini sebagai media untuk menyalurkan suatu kreatifitas dan informasi yang akan disebar (Ramadani 2019). Konten yang diunggah di media sosial lembaga pemerintahan tersebut diharapkan bisa tersebar dengan cepat dan informasi yang diberikan dapat sampai ke masyarakat. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja (Hidayat et al. 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Strategi Komunikasi dalam Penyebarluasan Informasi pada Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Maros".

## METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan analisis kualitatif. Fokus penelitian yang digunakan DISKOMINFO SP Kabupaten Maros. Sumber dan jenis dalam

mengumpulkan data, yaitu menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti serta pengumpulan bahan dari studi pustaka. Teknik analisis data yaitu Pengumpulan data, Kondensasi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Strategi Komunikasi

Partisipasi lembaga pemerintahan dalam memberikan akses terhadap informasi publik memiliki peran penting. Melalui Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), lembaga pemerintahan diberi kesempatan untuk melaksanakan tugas dan fungsi mereka dengan memberikan informasi, penerangan, dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur, dan objektif. Kualitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat, termasuk melalui media, sangat penting karena ketepatannya dapat memengaruhi persepsi terhadap kebijakan pemerintah. Jika informasi tersebut tidak akurat, tidak disampaikan dengan cepat, atau sulit diakses, hal tersebut dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kurang informatif, dan tidak relevan dengan keadaan sebenarnya.

Menetapkan strategi yang tepat merupakan langkah krusial untuk memastikan bahwa program dari lembaga pemerintah dapat mencapai masyarakat dengan efektif. Hal ini juga menjadi fokus Diskominfo Kabupaten Ponorogo dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Mereka menerapkan beberapa strategi berdasarkan konsep yang diungkapkan dalam teori Fred R. David (2016) dalam bukunya yang berjudul "Konsep Manajemen Strategis". tersebut terbagi menjadi tiga tahap, yaitu perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

### Perencanaan Strategi

Perencanaan merupakan langkah pertama dalam strategi komunikasi yang bertujuan untuk merumuskan konsep dan persiapan sebelum pelaksanaan strategi. Dengan menyusun perencanaan dengan cermat, tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan visi misi lembaga dapat tercapai secara optimal. Diskominfo SP Kabupaten Maros memusatkan perencanaan mereka dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat pada tahap persiapan penayangan berita. Langkah-langkah tersebut mencakup mengadakan rapat redaksi untuk menentukan agenda pemberitaan, membagi tugas peliputan berita, serta memilih media berdasarkan format berita yang tepat.

Menurut Muhammad Asry Azis Zakariah, perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros dimulai dengan mengadakan rapat redaksi setiap minggu. Dalam rapat ini, dibahas persiapan berita yang akan disiarkan. Sumber berita yang akan diangkat oleh wartawan adalah peristiwa dan kejadian yang terjadi pada hari tersebut, karena berkaitan dengan perkembangan isu-isu daerah yang akan disampaikan kepada seluruh masyarakat. Selain itu, sebagai panduan untuk materi berita dalam jangka waktu tahunan, Diskominfo SP Kabupaten Maros merujuk pada Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Maros.

Setelah bahan berita ditentukan, tim akan membagi tugas peliputan berita. Setiap orang akan diberikan tanggung jawab yang berbeda-beda sesuai dengan job description mereka. Hal ini berkaitan dengan berbagai format berita yang akan disiarkan, mengingat bahwa informasi yang disampaikan oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros dalam satu bahan berita dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti hard news, video, live report, live streaming, infografis, dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam proses peliputan berita, akan ada yang bertugas sebagai wartawan, kameramen, dan reporter, sesuai dengan kebutuhan untuk menyajikan informasi secara komprehensif dan menarik.

Berdasarkan data dari narasumber dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa tahap perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros telah berjalan dengan baik. Terdapat koordinasi yang efektif antara tim dalam penayangan berita, sehingga pelayanan informasi kepada masyarakat dapat berjalan secara optimal.

### Implementasi Strategi

Menurut Irani (2010) menjelaskan bahwa strategi sebagai tahapan aksi dari manajemen strategik sebagai upaya mewujudkan program yang telah ditetapkan pada tahapan perencanaan strategi. Setelah berita di buat oleh wartawan dan telah melalui tahap pengecekan, berita tersebut akan dimuat di media online sesuai dengan bentuk berita yang sudah ditentukan sebelumnya. Misalnya untuk berita yang ditayangkan di Facebook dan Instagram ditayangkan dalam bentuk gambar dan video serta penjelasan verita yang termuat di caption. Sese kali juga ada live report atau siaran langsung kegiatan Bupati dan wakilnya. Menurut analisis peneliti, tahap implementasi yang dilakukan Diskominfo SP Kabupaten Maros sudah berjalan baik, mengingat Diskominfo SP Kabupaten Maros tetap memperhatikan beberapa faktor diantaranya adalah keakuratan informasi, ketepatan waktu penayangan berita, dan keberlanjutan informasi untuk disebarkan kepada masyarakat. Selain itu koordinasi antar tim pada tahap ini berjalan dengan baik karena semua tim saling bekerja sama dan memantau tahap implementasi yang terjadi, sehingga jika ada kesalahan atau terdapat masalah nantinya akan diselesaikan bersama pada saat evaluasi.

### **Evaluasi Strategi**

Tahap evaluasi dilakukan setelah berita ditayangkan, dengan melakukan rapat setiap minggu untuk mengevaluasi sejauh mana informasi tersebut telah diterima oleh masyarakat. Evaluasi juga dilakukan untuk menentukan dan menunjukkan nilai suatu program, termasuk pengelolaan serta hasil atau dampak pelaksanaannya.

Selain itu, Diskominfo SP Kabupaten Maros juga melakukan evaluasi dengan melibatkan pihak internal, yaitu pegawai Diskominfo sp sendiri, yang saling memberikan umpan balik dan koreksi saat rapat. Selain itu, evaluasi juga melibatkan pihak eksternal dengan mendengarkan keluhan masyarakat, yang kemudian dijadikan acuan untuk melakukan perbaikan. Diskominfo SP Kabupaten Maros senantiasa berusaha untuk dekat dengan masyarakat dan memperhatikan segala kebutuhan mereka, termasuk tren-tren yang ada di media sosial, sehingga informasi yang disampaikan dapat maksimal tersampaikan.

Menurut analisis peneliti, tahap evaluasi telah berjalan dengan baik, karena dilakukan baik dari pihak internal maupun eksternal. Selain itu, terdapat poin-poin evaluasi yang menjadi pertimbangan bagi Diskominfo

SP Kabupaten Maros dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat, sehingga rapat evaluasi dapat berjalan dengan terarah dan efektif.

### **Analisis Keberhasilan Pelayanan Informasi**

Analisis keberhasilan dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana strategi komunikasi yang dijalankan telah tersampaikan dan mengalami peningkatan. Diskominfo SP Kabupaten Maros mengukur keberhasilan tersebut dari beberapa indikator, termasuk jumlah pengikut, komentar, dan peningkatan jangkauan di media sosial.

#### **a. Pengikut**

Faktor jumlah pengikut memainkan peran penting dalam pengiriman informasi oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros. Hasil penelusuran peneliti terhadap jumlah pengikut di setiap media sosial yang dikelola oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros, sebagaimana dipaparkan pada Bab sebelumnya, menunjukkan bahwa jumlah pengikut di platform Instagram dan Facebook Pemerintah Kabupaten Maros cukup signifikan. Oleh karena itu, meningkatnya jumlah pengikut ini dapat meningkatkan pelayanan informasi yang diberikan oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros kepada masyarakat.

#### **b. Komentar**

Melalui fitur komentar pada setiap media sosial, masyarakat memiliki kebebasan untuk memberikan tanggapan terkait postingan yang dibagikan oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros. Salah satu platform yang sering menerima komentar dari masyarakat adalah Instagram dan Facebook. Umumnya, komentar-komentar positif berkisar pada dukungan terhadap budaya, seperti event, wisata, kuliner, dan kegiatan sosial kemanusiaan. Namun, untuk program pemerintah seperti perbaikan jalan dan penanganan bencana, komentar negatif cenderung lebih banyak.

Setelah peneliti amati, pada indikator komentar dapat meningkatkan pelayanan informasi yang dilakukan Diskominfo SP Kabupaten Maros karena masyarakat aktif memberikan komentar positif maupun negatif di media sosial yang dikelola Diskominfo SP Kabupaten Maros.

### c. Jangkauan

Jangkauan menentukan seberapa luas pelayanan informasi dapat mencapai masyarakat. Indikator ini memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan jumlah pengikut, karena diukur berdasarkan jumlah total orang yang melihat postingan di media sosial, termasuk orang-orang yang bukan merupakan pengikut dari akun tersebut.

Setelah peneliti amatai, jangkauan media sosial yang dikelola oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros cukup tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan jangkauan ini menunjukkan peningkatan dalam pelayanan informasi yang diberikan kepada masyarakat, seperti yang tercermin dari jumlah yang lebih besar dari jangkauannya.

#### **Analisis Hambatan dalam Memberikan Pelayanan Informasi**

Dalam proses komunikasi, hambatan seringkali dihadapi dalam pelayanan informasi di lembaga pemerintah sebagai sumber komunikasi. Hambatan komunikasi merupakan masalah yang seringkali kurang diperhatikan oleh individu atau kelompok organisasi, namun dapat mengganggu kelancaran proses komunikasi secara keseluruhan Liliweri (2017).

Hal ini juga dialami oleh Diskominfo SP Kabupaten Maros dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Hambatan inilah yang sering mengganggu jalannya proses komunikasi. Menurut Hamsah Baturante, SS., M.Hum, hambatan yang pertama adalah kurangnya dukungan sumber daya manusia. Meskipun begitu Diskominfo SP Kabupaten Maros tetap memaksimalkan program kerja meskipun dengan keterbatasan tersebut. Hambatan kedua yaitu faktor akses internet. Masih ada beberapa kelompok masyarakat yang belum memiliki telepon pintar, kemudian juga faktor usia. Sehingga solusinya adalah menyebarkan informasi melalui Siaran Radio Maros FM 102.3 MHz.

Hambatan Ketiga yaitu pada saat penayangan berita. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber kesulitan untuk menemui narasumber berita juga mengakibatkan status berita menjadi delay atau terlambat. Akan tetapi selama waktu tayangnya tidak terlalu lama, pihaknya akan terus berupaya untuk memuat berita tersebut sehingga informasi akan tetap tersampaikan kepada masyarakat.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penelitian, peneliti menemukan bahwa Diskominfo SP Kabupaten Maros mampu mengatasi hambatan-hambatan yang muncul dengan berbagai cara dan upaya. Mereka menginisiasi program-program dan berkoordinasi dengan tim untuk mengatasi kendala tersebut. Selain itu, pembagian tugas yang merata di antara anggota tim juga membantu dalam penyelesaian hambatan-hambatan tersebut. Sehingga, hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Diskominfo SP Kabupaten Maros dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat, melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi maka dapat disimpulkan bahwa:

Strategi Komunikasi Diskominfo SP Kabupaten Maros dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melalui tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Tahap perencanaan dilakukan dengan mengadakan rapat redaksi untuk menentukan agenda pemberitaan, pembagian tugas peliputan berita, dan juga pemilihan media berdasarkan bentuk berita. Tahap implementasi dilakukan melalui beberapa media salah satunya adalah media Sosial Instagram dan facebook. Tahap evaluasi dilakukan pada saat rapat dan setelah berita ditayangkan. Bahan evaluasi juga berasal dari internal pegawai Diskominfo SP sendiri dan eksternal berasal dari masyarakat.

Tinjauan keberhasilan pelayanan informasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan informasi tersampaikan kepada masyarakat. Diskominfo SP Kabupaten Maros menerapkan beberapa indikator untuk menentukannya. Yakni melalui pengikut, komentar dan jangkauan. Melalui 3 indikator itu terlihat adanya peningkatan yang dilihat dari banyaknya jumlah pengikut dan komentar serta kenaikan jangkauan di media sosial Instagram dan Facebook

Hambatan-hambatan dalam pelayanan informasi yaitu kurangnya SDM. Selain itu faktor

ekonomi beberapa kelompok masyarakat yang belum memiliki akses informasi secara daring dan juga faktor usia. Hambatan lain yaitu saat proses penayangan berita kesulitan menemui narasumber sehingga status berita menjadi delay. Adapun untuk mengatasi hambatan tersebut terdapat beberapa cara yang dilakukan diantaranya menginisiasikan program penyebaran informasi lainnya yang non internet seperti melalui penyiaran Radio melalui Maros FM 102,3 MHz. Selain itu Diskominfo SP Kabupaten Maros berkoordinasi antar bidang untuk mengatasi kendala tersebut, dan juga pembagian tugas yang cukup merata di semua anggota tim, sehingga hambatan• hambatan tersebut bisa teratasi.

## REFERENSI

- 1 Abu Ahmad. 1997. Strategi Be/ajar Mengajar. Bandung: Pustaka Setia.
- 2 Ima, Buchari. (2012). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- 3 Bagong. (2005).Metode Penelitian Sosial: Bergabai Alternatif Pendekatan. Jakarta : Prenada Media.
- 4 C. Magdalena, "Strategi Komunikasi dalam Pelayanan Informasi Masyarakat dimasa Pandemi Covid19 oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar," Solidar. J. Ilmu-Ilmu Sos., vol. 6, no. 1, 2022.
- 5 Celina Tri Siwi Kristiyanti.(2009). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika. Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran. Bndung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- 6 David, Fred R. dan Forest R. David. MANAJEMEN STRA TEGIK Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing. Jakarta: Salemba Empat, 2016
- 7 Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar Manusia. Pamulang-Tangerang Selatan Karisma Publishing Group.
- 8 Donni Jouni 2007. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung. CV Pustaka Setia Prisgunanto,
- 9 Effendy, O. U. (2017). I/mu Komunikasi Kepemimpinan Teori dan Praktek Bandung: Rosda Karya.
- 10 F. F. Trisani, "Strategi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali dalam Pengelolaan Informasi Publik," Lekt. J. I/mu Komun., vol. 2, no. 1, 2019.
- 11 Handayani, Sri. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersihpada PDAM Tirtasari Binjai. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1).
- 12 Hamzah, B. U. (2017). Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara.
- 13 Ilham. (2006). Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik. Bogar: Ghalia Indonesia.
- 14 J. Setiadi, Nugroho. (2008). Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Pertama, Penerbit Kencana. Jakarta.
- 15 Kennedy Jhon E & R. Dermawan Soemanagara (2006). Marketing Communication. Jakarta PT. Buana Ilmu Populer
- 16 Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2006. Marketing Management. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- 17 Kotler, Philip, Gary Armstrong, 2009. Principle of Marketing, Pearson/Prentice Hall.
- 18 Kotler, K. (2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- 19 Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pamasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- 20 Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.
- 21 Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1.Jakarta : Erlangga.
- 22 Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- 23 Kurtz, David L. Bone,2012. Principle of Contemporary Marketing, 14th Edition, Cenbage Learning, USA.
- 24 Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana.
- 25 Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 26 Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- 27 Mulyana, Dedy. 2008. Komunikasi efektif "Suatu pendekatan lintas budaya". Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- 28 Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, "Informasi Publik - PPID," mkri.id.
- 29 Nurudin. 2016. I/mu Komunikasi 1/miah dan Populer. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Priansa
- 30 Patton. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rosdakarya.
- 31 Ruslan, Rosady. (2008). Manajemen PublikRelations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- 32 R. Moenek, M. Devt, D. Suwanda, and W. Syafri, Sistem Informasi Pelayanan Publik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020.
- 33 S. Nababan, "Strategi Pelayanan Informasi Untuk Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik," J I/mu Komun., vol. 17, no. 2, 2019.
- 34 Selvina Erwanda. 2019. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019. IAIN Ponorogo.
- 35 Shimp, Terence A. (2010). Advertising Promotion And Other Aspects Of Interated Marketing Communication. Canada: Nelson Education, Ltd.
- 36 Stanton, William, J. 2006. Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid 2, Cetakan Keempat. Gelora Aksara Pratama
- 37 Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

- 38 Sugiyono, (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- 39 Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Alfabet.
- 40 Sugiono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,. Bandung: Alfabeta.
- 41 Sulaksana, Ujung. (2005). Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 42 Sukandarrumidi. 2002. Metode Penelitian. Yogyakarta : Gajah Mada University Press. Suyanto, Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi. William J. Stanton, 2006, Fundamentals of Marketing,
- 43 William. L. Rivers dan Jay W. Media Massa dan Masyarakat Modern (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), Him 26. Jakarta: Prenada Media Group, 2003.
- 44 Yusuf, Zainal. 2015. Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi). Bandung: Pustaka Setia.
- 45 Zarella, Dan. (2010). The Social Media Marketing Book. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta