

**PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM “@LAZISNUPATI.OFFICIAL”
SEBAGAI BENTUK PELAYANAN INFORMASI PUBLIK**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:

Manunal Ahna' Adkhani

1701026104

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 Bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Manunal Ahna' Adkhani
NIM : 1701026104
Fak./Jur. : Dakwah dan Komunikasi/Televisi
Judul : Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Juni 2023
Pembimbing,
Bidang Substansi Materi dan Bidang
Metodologi dan Tata Tulis



Hj. Nadiatus Salama, Ph.D.
NIP. 197806112008012016

**PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM @Lazisnupati.official SEBAGAI BENTUK PELAYANAN
INFORMASI PUBLIK**

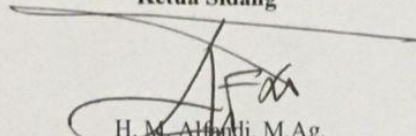
Oleh:

Manunal Ahna' Adkhani
1701026104

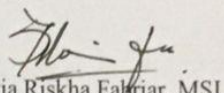
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji:

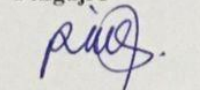
Ketua Sidang


H. M. Alhadi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

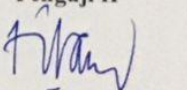
Sekretaris Sidang


Silvia Riskha Fabriar, MSI
NIP. 198802292019032013

Penguji I

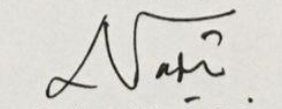

Dr. Najahan Musyafak, M.A.
NIP. 197010201995031001

Penguji II


Nilnan Ni'mah, MSI
NIP. 198002022009012003

Mengetahui:

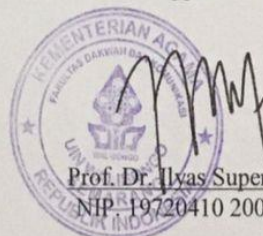
Pembimbing


Nadiatus Salama, Ph.D.
NIP. 197806112008012016

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 17 Juli 2023



Prof. Dr. Ilyas Supena, M. Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Manunal Ahna' Adkhani

NIM : 1701026104

Jurusan : Komunikasi Penyiaran dan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Secara Keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 27 Juni 2023

Penulis,



Manunal Ahna' Adkhani

NIM. 1701026104

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur tidak terhitung atas kehadiran Allah SWT dengan segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada sang suri tauladan Muhammad SAW, segenap keluarganya, beserta para sahabat. Setelah melalui beberapa proses yang tidak sebentar, akhirnya skripsi dengan judul **“Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik”**, sebagai isyarat untuk menyelesaikan Program Strata I (SI) pada program Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik moril ataupun materi oleh karena itu penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk kalangan masa depan, terlepas dari segala keraguan. Oleh karena itu, peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta Wakil Dekan I, II, dan III.
3. H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan Nilnan Nikmah, M. S. I selaku Sekertaris Jurusan.
4. Hj. Nadiatus Salama, Ph.D. selaku wali dosen serta dosen pembimbing yang telah berkenan merelakan waktu, tenaga serta memberikan tambahan ilmu kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah bersedia membagikan ilmunya yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua, Abah H. Ali Fathan, S.Ag dan Ibu tercinta Hj. Zumrotul Choeroh, S.Ag serta kakak dan adik penulis Istidamah Nailal Afiyah M.Pd, Muhamad Yusaq Haidar Maula, Nadza Zannuba Haidaroh yang senantiasa ikhlas memberikan doa restu kepada penulis selama studi dan dalam proses penulisan skripsi ini, serta selalu memberikan motivasi dan dukungan secara moral maupun materil tanpa henti.
7. Sahabat yang selalu mendukung dan membantu dalam kelancaran proses pembuatan skripsi dan memotivasi agar segera terselesaikan dengan baik yaitu Falashifa, Syahda, Indah, Nisa, Dita, Maulida, Dinni, Santi, Mila, Anggun, faricha dan masih banyak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Segenap keluarga besar KPI-C 2017, terimakasih telah menemani dalam suka dan duka, mengajarkan berbagai pengalaman baik di bangku perkuliahan maupun di luar.
9. Segenap keluarga besar Walisongo TV yang telah memberikan pengalaman di luar bangku perkuliahan, baik pengalaman hidup, pengalaman berorganisasi maupun pengalaman dalam dunia *broadcasting*.
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu di dalamnya, terimakasih atas segala dukungan, bantuan dan peran sertanya yang telah diberikan kepada penulis.

Kepada semua pihak yang telah membantu proses dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dan melancarkan segala urusan yang sedang dikerjakan maupun yang sedang direncanakan. Penulis berharap dengan

selesainya skripsi ini. Allah SWT memberikan manfaat kepada pembaca
terkhusus kepada penulis. Amin.

Semarang, 14 Juni 2023



Manunal Ahna' Adkhani

1701026104

PERSEMBAHAN

Segala rasa syukur saya persembahkan karya tulis ini kepada kedua orang tua tercinta, Abah H. Ali Fathan S.Ag dan Ibu Hj. Zumrotul Choeroh S.Ag yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, serta dukungan baik materi maupun immateril. Terima kasih tak terhingga sudah mendidik dan merawat saya dengan setulus hati. Serta untuk kakak dan adik-adik saya tercinta, Istidamah Nailal Afiyah M.Pd, Muhamad Yusaq Haidar Maula dan Nadza Zannuba Haidaroh. Terima kasih sudah menjadi kakak dan adik yang hangat. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian. Serta seluruh teman-teman yang selalu membersamai saya hingga saat ini, serta berbagai bantuan untuk saya berproses.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

ABSTRAK

Manunal Ahna' Adkhani. 1701026104. Skripsi: Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik.

Salah satu lembaga yang saat ini memanfaatkan kehadiran instagram adalah Lazisnu Pati (Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqoh Nahdotul Ulama) yang didalamnya mengajarkan suatu prinsip Islam mengenai bentuk filantropi dalam wujud pendermaan harta yang harus dilaksanakan dan menjadi kewajiban oleh setiap umat manusia. Pentingnya keterbukaan informai bagi lembaga kemasyarakatan seperti Lazisnu Pati, salah satunya melalui postingan Instagram @lazisnupati.official. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media Instagram @lazisnupati.official sebagai media informasi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penulisan skripsi ini, diketahui bahwa Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official sebagai Media Informasi Publik dengan rujukan teori 4C oleh Chris Heuer ditemukan bahwa, *Context*: menyampaikan pesan dalam bentuk foto, video, dan infografis yang disertai dengan keterangan yang informatif. Serta melibatkan pengikutnya dalam ajakan untuk berzakat, berinfaq, dan bersedekah. *Communication*: menyampaikan informasi yang faktual, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. *Collaboration*: hubungan yang baik terbentuk antara akun Instagram Lazisnu Pati dengan pengikutnya berjalan dengan baik. Lazisnu Pati bekerjasama dengan lembaga amal, tokoh agama atau komunitas yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang amal dan dakwah. *Connection*: menciptakan inovasi terkait program baru.

Kata Kunci : Pengelolaan, Media Sosial, Instagram, Pelayanan Informasi Publik

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR NOTA PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematis Penulisan Skripsi	13
BAB II PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK PELAYANAN INFORMASI PUBLIK.....	15
A. Pengertian Pengelolaan Media Instagram.....	15
B. Pelayanan Informasi Publik	26
BAB III INSTAGRAM @LAZISNUPATI.OFFICIAL	31
A. Tinjauan Umum Instagram “@Lazisnupati.official”	31
BAB IV ANALISIS TERHADAP PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM @LAZISNUPATI.OFFICIAL SEBAGAI BENTUK PELAYANAN INFORMASI PUBLIK	43
A. Analisis Terhadap Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik.	43
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil reduksi data wawancara admin Instagram Lazisnu Pati menggunakan software Atlas.ti 9.1.3	33
Gambar 4. 2 Tampilan home page Instagram @Lazisnupati.Official	34
Gambar 4. 3 Contoh postingan Instagram @Lazisnupati.Official.....	34
Gambar 4. 4 Contoh respon kolom komentar Instagram @Lazisnupati.official	36
Gambar 4. 5 Postingan Instagram @Lazisnupati.Official	37
Gambar 4. 6 Contoh tag postingan yang di Instagram @Lazisnupati.official	39
Gambar 4. 7 Bio Instagram @Lazisnupati.official	40

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat, masyarakat semakin mudah menggunakan perangkat elektronik, yaitu internet. Semakin banyak aplikasi dan lebih banyak jenis media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Di sebut *new wave technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antara individu dan kelompok. Seperti yang disebutkan sebelumnya, internet adalah salah satu media yang disebut *new wave technology*.

Informasi menjadi komponen yang vital di era modern saat ini. dorongan era digital menjadikan informasi sebagai kebutuhan manusia, dimana masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat, dimanapun dan kapanpun. Selain itu, kesadaran masyarakat tentang media dan bagaimana mereka menghasilkan, mendapatkan, dan mengelola berbagai informasi dari berbagai platform atau media komunikasi saat ini membuat masyarakat menjadi lebih kritis terhadap informasi (Zuhri, 2020). Pemanfaatan sosial media dinilai sebagai sarana yang efektif dan efisien dikarenakan lebih mudah di akses, cepat dan murah. Internet sebagai media sudah menjadi kebutuhan bagi setiap pengguna. Maka dari itu internet memiliki peran yang cukup besar sebagai pemanfaatan di dunia hiburan, bisnis, dan bahkan pemerintah.

Memasuki era teknologi komunikasi yang berkembang pesat seperti saat ini, banyak layanan sekarang dapat diakses melalui situs web, seperti media sosial. Media sosial adalah salah satu jenis media komunikasi modern, yang juga dikenal sebagai media online, dan bertujuan untuk mempererat pertemanan, persaudaraan, pengetahuan, dan keterampilan. Bahkan media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan kepercayaan sosial, keagamaan, dan pendidikan. Dikarenakan dalam media sosial tersebut banyak pesan atau konten yang menarik perhatian pengguna media. oleh sebab itu, media sosial

adalah bagian dari pembentukan karakter atau penyadaran terhadap lingkungan sekitar. Masyarakat sangat menikmati manfaat media sosial, jadi banyak orang ingin menggunakannya setiap hari. Media berbasis internet nyatanya diminati oleh warga negara Indonesia sebagai media dalam pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

Instagram adalah salah satu jenis media sosial populer yang memungkinkan untuk mengunggah dan berbagi informasi dalam bentuk gambar. Aplikasi berbagi foto ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, menambahkan *caption*, dan membagikannya di berbagai *platform* jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Sebagai media berbasis internet dimana pengguna dapat berbagi informasi dalam bentuk foto atau video, Instagram telah menjadi prioritas utama untuk mengembangkan platform yang memungkinkan pengguna berbagi informasi dalam bentuk foto atau video.

Menurut laporan data terbaru dari *We Are Social* dan *Hootsuite* jumlah pengguna Instagram di Indonesia diperkirakan mencapai 99,15 juta jiwa pada tahun 2022 (Riyanto, 2022). Oleh karena itu Instagram memiliki pengaruh besar sebagai salah satu media informasi publik. Pemanfaatan media sosial Instagram tersebut menjadikan masyarakat sebagai target informan di tengah era digital. Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) adalah salah satu lembaga filantropi Islam yang menggunakan media sosial untuk mendorong orang untuk berzakat, infak, dan sedekah. LAZISNU beroperasi di bawah naungan organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama (NU).

Saat ini, teknologi dan internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat dan tidak dapat dipisahkan dari rutinitas mereka. Dengan demikian, LAZISNU Pati tentu perlu memanfaatkan situasi ini dan mengikuti perkembangan zaman. Dibutuhkan media publik lain yang berbasis internet, yang salah satunya adalah Instagram. LAZISNU Pati terus mengembangkan kemampuan untuk menyediakan pelayanan informasi publik mereka melalui internet. Dengan munculnya tren penggunaan media sosial

khususnya, LAZISNU Pati mulai menyadari betapa pentingnya mengikuti perkembangan zaman, terutama dalam hal teknologi, untuk meningkatkan kualitas dan mempertahankan citra positif.

Zakat merupakan ibadah yang terkait dengan harta benda dan berdimensi sosial. Zakat juga merupakan ibadah ma'aliyah ijma'iyah yaitu ibadah yang berkaitan dengan ekonomi keuangan masyarakat dan merupakan salah satu rukun islam yang ke empat. Umat islam khususnya di Indonesia sangat mementingkan ibadah shalat, puasa dan haji, akan tetapi kurangnya perhatian dalam hal zakat. Padahal zakat dan sholat banyak ditulis dalam Al-Qur'an salah satunya dalam surah Al-baqarah ayat 43 menyebutkan:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: *“Dan tegakkanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk”* (Q.Sal-Baqarah:43).

Dan firman-Nya yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: *“Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”* (Q.S. At-Taubah:103).

Nahdlatul Ulama adalah salah satu lembaga sosial terbesar di Indonesia. Dalam muktamar Nahdlatul Ulama Pada tahun 2004 ke 31 para ulama setuju untuk membentuk lembaga filantropi Islam untuk kesejahteraan sosial. Ha ini disebabkan oleh kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang buruk dan kurangnya kepedulian terhadap sesama manusia. Selain itu, banyak warga NU yang ada di Indonesia merupakan salah satu alasan terbentuknya LAZISNU. Oleh karena itu, sangat penting bagi organisasi masyarakat (NU) untuk memiliki lembaga filantropi Islam untuk memberikan wadah kepada masyarakat Indonesia yang ingin membantu dalam bidang pendidikan, ekonomi dan kesehatan dengan memberikan zakat, infak dan sedekah melalui LAZISNU.

LAZISNU kemudian berkembang dengan mendirikan lembaga amil zakat, infak, dan sedekah di berbagai daerah, termasuk daerah Kabupaten Pati. NU CARE-LAZISNU Pati adalah salah satu LAZISNU yang paling aktif, produktif dan maju dalam hal pendanaan, pendistribusian, pengembangan masyarakat. Mereka juga telah maju dalam penggunaan media sosial. Institusi-institusi ini membantu masyarakat mempersiapkan diri untuk zaman yang berkembang.

Lembaga amil zakat harus melakukan transparansi pengelolaan zakat tersebut kepada masyarakat yang telah membayar zakat, karena dana zakat yang dihimpun, dikelola dan didistribusikan telah menjadi informasi publik yang berhak diketahui oleh masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Dengan adanya transparansi dana zakat ini juga dapat menambah kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat (LAZ) dan jika kepercayaan publik tetap terjaga, maka pada akhirnya masyarakat akan terus menyalurkan dananya lewat lembaga tersebut. Dengan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik ini, lembaga pengelolaan zakat akan tertantang untuk meningkatkan kinerjanya. Sebagai badan publik, sudah semestinya LAZ mampu merengkuh kepercayaan publik dalam mengelola dana masyarakat. Selain itu lembaga amil zakat sebagai badan publik yang menampung dana sumbangan dari masyarakat diharuskan melakukan transparansi yang baik kepada masyarakat.

Salah satu masalah yang dihadapi Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Pati diantaranya adalah kekurangan tenaga kerja amil. Kebanyakan Amil melihat pekerjaan mereka sebagai pekerjaan sampingan atau pekerjaan separuh waktu. Mayoritas orang masih belum tahu lembaga zakat terdekat, dan mereka masih kurang tahu bagaimana mengeluarkan zakatnya melalui lembaga zakat.

Meningkatkan efektivitas program zakat akan menyelesaikan masalah LAZISNU Pati. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang keberadaan

lembaga amil zakat agar mereka mengetahui keberadaan dan fungsi lembaga pengelolaan (penyaluran) zakat. Oleh karena itu, media sosial seperti Instagram sangat dibutuhkan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan lebih mudah dan luas sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi dari LAZISNU.

Dari problematika yang ada diatas maka peneliti ingin meneliti tentang pengelolaan media LAZISNU pati dengan judul **“Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah yaitu bagaimana pengelolaan media Instagram @lazisnupati.official sebagai sarana pelayanan informasi publik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana permasalahan tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk meninjau kegiatan pengelolaan produksi konten instagram yang dijalankan oleh @lazisnupati.official sebagai media pelayanan informasi publik.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian dan sumbangsih pemikiran di bidang komunikasi dan penyiaran, khususnya dalam bidang pertelevisian. Hasil dari penelitian diharapkan bisa memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang informasi publik.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui aktivitas pengelolaan informasi pada instagram @lazisnupati.official sebagai

sarana pelayanan informasi publik. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran pada aktivitas informasi kepada publik melalui media instagram.

D. Tinjauan pustaka

Untuk mengkaji penelitian ini dan memastikan bahwa tidak ada kesamaan antara proses penulisan judul dan proses penulisan skripsi sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa penelitian terkait dengan penelitian yang penulis pertimbangkan, antara lain:

Pertama, penelitian skripsi dari M. Friyanto Pratama (2020), Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “*Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau*”. Tujuan penelitian ini mengetahui pengelolaan media sosial *instagram* oleh humas sebagai media informasi publik pada Pemprov Riau. Hasil dari penelitian tersebut bahwa Humas Pemprov Riau sebagai lembaga yang mengelola akun sosial media instagram @Humas_riau dalam menyampaikan pesan, Humas Riau menyampaikannya dalam bentuk foto, video, dan infografis yang disertai dengan keterangan ataupun rilis guna memperjelas maksud dan isi dari video, foto, dan infografis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan yakni dengan menggunakan teori 4C oleh Chris Heuer ditemukan bahwa: *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Dan persamaannya yaitu sama-sama mengkaji pengelolaan media Instagram. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada objek penelitian.

Kedua, penelitian skripsi dari Ferby Juliawan Putra (2019), Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara Tangerang dengan judul “*Tinjauan Terhadap Pengelolaan Akun Instagram @tangerangkota Dalam Memberikan*

Informasi Kepada Publik". Tujuan penelitian ini untuk meninjau terhadap pengelolaan akun *Instagram* @tangerangkota milik Pemerintah Kota Tangerang sebagai alat untuk penyebaran informasi publik antara pemerintah dengan masyarakat di wilayah Kota Tangerang. Hasil dari penelitian ini adalah proses komunikasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang melalui akun *instagram* @tangerangkota dapat berjalan dengan baik karena adanya dukungan oleh Tim Hubungan Masyarakat (Humas) yang khusus mengelola akun media sosial secara berkelanjutan dalam upaya sosialisasi aktivitas pemerintah terutama yang terkait dengan informasi pariwisata ataupun program kerja secara efektif. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan penelitian ini adalah Pengelolaan media *Instagram*. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan peneliti ini terletak pada subjek penelitian.

Ketiga, penelitian skripsi dari Jayanti Putri Ramadhani (2020), Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul "*Interaktivitas Akun Instagram @SATGASCOVID19.ID Sebagai Media Komunikasi Kebencanaan Di Indonesia*". Tujuan penelitian ini untuk menentukan model interaktivitas akun *instagram* @satgascovid19.id sebagai media komunikasi kebencanaan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi antara publik dengan pemerintah maupun interaksi antara publik pada akun @satgascovid19.id dalam unggahan di bulan Oktober 2020 jarang ditemukan. Pengguna media sosial *instagram* @satgascovid19.id oleh Lembaga Pemerintah Penanganan Covid-19 di Indonesia memberikan respon bersifat reaktif yang hanya berfokus pada pemberian informasi yang diminta publik. Perolehan data melalui teknik dokumentasi yang dilakukan langsung oleh peneliti dengan proses tangkap layar pada kolom komentar unggahan @satgascovid19.id. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *CMC Interactivity Model* oleh Mahmoud and Auther, sedangkan penulis menggunakan teori 4C dari Chris Heuer yaitu *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Sedangkan

persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya sama-sama mengkaji mengenai pengelolaan media Instagram.

Keempat, penelitian skripsi dari Mohammad Ali Ma'ruf (2017), Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul "*Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Founder dan Followers @nganjukkotabayu)*". Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan instagram @nganjukkotabayu sebagai media informasi Kabupaten Nganjuk. Hasil penelitian ini adalah Penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa tahap-tahap strategi komunikasi dan ada tahap komunikasi yang tidak dipakai oleh Nganjuk Kota Bayu yaitu, telepon seluler dan SMS, penyusunan jadwal dan penetapan tim kerja. Penelitian menganalisa komunikasi yang dilakukan Nganjuk Kota Bayu di *caption*, dan kolom komentar, Nganjuk Kota Bayu menggunakan pesan yang penuh dengan dorongan (*motivation appeal*) dan pesan penuh dengan humor (*humorous appeal*). Proses yang dilakukan oleh Nganjuk Kota Bayu, informasi dalam *Instagram @nganjukkotabayu* dibagi beberapa kategori, yaitu objek wisata, potensi wisata, *landscape*, kuliner, budaya, *event* dan info, *content engagement*. Dalam penelitian terdahulu dan yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama berjenis penelitian kualitatif, sama-sama mengkaji mengenai media Instagram sebagai media informasi. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan peneliti terletak pada subjek penelitian.

Kelima, penelitian skripsi dari Alfian Romadhoni (2017), Mahasiswa Universitas Padjadjaran dengan judul "*Pengelolaan Aktivitas Akun Media Sosial Instagram @Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat*". Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana pengelolaan media sosial instagram @Humas_Jabar oleh bagian hubungan masyarakat Pemprov Jawa Barat yang meliputi proses *share*, *optimize*, *manage* dan *engage*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Humas Jabar pada proses

share menyadari instagram dapat membuka komunikasi dua arah. Namun (Pratama, 2020), Humas Jabar belum optimal dalam membangun kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan melalui data wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan yakni menggunakan jenis penelitian kualitatif dan mengkaji mengenai pengelolaan media sosial Instagram. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada objek penelitian.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas yang telah dilakukan oleh masing-masing peneliti terdahulu bahwa penelitian mengenai Pengelolaan Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik, tidak bisa dipungkiri bahwasannya terdapat kesamaan pada variabel tertentu antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni kesamaan dalam penelitian ini sama-sama menjabarkan mengenai pengelolaan media instagram. Namun tingkat objek penelitian dari penelitian ini maupun peneliti sebelumnya tidak memiliki kesamaan atau selaras.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengelolaan media Instagram Lazisnu Pati sebagai bentuk pelayanan informasi publik. Penelitian ini menekankan aspek penting dari barang atau jasa berupa fenomena, kejadian dan gejala sosial yang dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori (Yin, 2012).

Penelitian ini dimulai dengan wawancara mendalam dengan narasumber dan pengambilan dokumentasi beberapa foto dan catatan penting (Creswell, 2017). Salah satu dari jenis pendekatan yang dikemukakan oleh Creswell adalah studi kasus. Jenis pendekatan studi ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan

memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian informasi ini diolah untuk menemukan solusi untuk masalah yang ditimbulkan.

Selain itu, metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk menggambarkan (*to describe*), menjelaskan, dan menjawab pertanyaan tentang fenomena yang terjadi pada LAZISNU Pati yang mengelola media Instagram sebagai bentuk pelayanan informasi publik (Arifin, 2014). Metode penelitian deskriptif ini menggunakan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual diartikan sebagai batasan terhadap variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian. Peneliti sudah menentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti sehingga dapat membantu memahami dan memudahkan penelitian ini, di antara lain:

Pengelolaan adalah suatu proses yang sistematis dalam menjelaskan suatu tujuan yang mencakup perencanaan, pengawasan, pengontrolan, dan pemanfaatan sumber daya sebaik mungkin untuk memastikan bahwa semua tujuan yang direncanakan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Pengelolaan akun memiliki dampak signifikan terhadap citra lembaga secara keseluruhan. Aplikasi ini memiliki kemampuan untuk meningkatkan ketertarikan dalam memberikan informasi dan menarik perhatian publik terhadap konten yang diposting melalui platform media sosial tersebut.

Penelitian ini akan berfokus pada postingan Instagram Lazisnu Pati khususnya mengenai pengelolaan media Instagram sebagai bentuk dari pelayanan informasi publik dengan konsep teori komponen 4C dari Chris Heuer yaitu *context, communication, collaboration, connection*.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah katakata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan literatur lainnya (Moleong, 2018). Dalam penelitian, sumber data bisa didapatkan dari responden yang mampu menceritakan dan berpengalaman di bidangnya (Salama & Chikudate, 2021). Oleh karena itu sumber data penelitian ini adalah wawancara satu admin Instagram @Lazisnupati.official dan tayangan postingan Instagram Lazisnu Pati.

b. Jenis Data

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari penelitian tentang sumber informasi dengan melakukan penelitian terhadap objek yang diteliti. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau subjek data yang membutuhkannya (Hasan, 2002). Pada penelitian ini, data primer yang digunakan adalah data wawancara admin Instagram @lazisnupati.official.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam proses penelitian. Dalam pengumpulan data dibutuhkan teknik yang tepat agar data yang diperoleh memiliki hasil yang valid dan relevan. Untuk mendapatkan data yang valid serta relevan tersebut, penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengelolaan media Instagram Lazisnu Pati sebagai bentuk pelayanan informasi publik. Peneliti menggunakan *draft* wawancara untuk menjelaskan pertanyaan penelitian. Wawancara langsung dilakukan oleh peneliti dengan staf Lazisnu Pati, pemegang akun Instagram Lazisnu Pati dan dua orang Followers Instagram Lazisnu Pati. Dalam

penelitian ini, peneliti memberikan pertanyaan central menyangkut bagaimana dan dinamika diantara orang-orang yang mendapatkan informasi dari lembaga kemasyarakatan seperti Lazisnu Pati. Dari hasil wawancara tersebut, maka peneliti dapat mengetahui dan mendapatkan data mengenai pelayanan informasi publik yang dilakukan melalui media Instagram (Salama & Chikudate, 2023).

b. Dokumentasi

Peneliti menggunakan dokumentasi yang sudah ada untuk mengumpulkan data dan mendapatkan beberapa catatan tentang penelitian (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini akan diperkaya dengan dokumen-dokumen pendukung proses penelitian baik itu dokumen internal maupun eksternal. Pada peneliti ini, peneliti menggunakan dokumentasi dari postingan Instagram @lazisnupati.official.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2006) analisis data adalah proses mengorganisasikan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong & Lexy, 2006).

Setelah data terkumpul dari wawancara dan dokumentasi selanjutnya peneliti perlu menganalisis data. Adapun untuk mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi pada data dan informasi, berikut adalah beberapa tindakan yang dapat diambil:

1) Mengorganisasikan Data

Pada tahap awal ini, peneliti biasanya mengorganisir data mereka dalam file-file untuk menjadi sebuah teks yang sesuai untuk dianalisis.

2) Membaca seluruh teks, membuat catatan pinggir, membentuk kode awal

Setelah mengorganisasikan data, peneliti menganalisis database secara keseluruhan. Menulis catatan atau memo yang

terdiri dari frasa pendek, ide, atau konsep penting yang muncul saat menganalisis sesuatu.

3) Mendeskripsikan kasus dan konteksnya

Pada tahap ini, peneliti membahas tema atau dimensi secara menyeluruh, memberikan analisis berdasarkan pendapat mereka dan tinjauan literatur yang ada.

4) Menggunakan agregasi kategorikal untuk membentuk tema dan pola

Pada tahap ini, data yang dikumpulkan oleh peneliti dikategorikan untuk membentuk sebuah tema dan pola.

5) Menafsirkan Data

Dalam tahap ini, dilakukan sebuah penafsiran data yang merupakan pemaknaan terhadap data.

6) Mengembangkan generalisasi naturalistik tentang “pelajaran yang dapat diambil”

Generalisasi yang dipelajari oleh masyarakat dari kasus tersebut, baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk diterapkan pada kasus lain.

7) Menyajikan gambaran mendalam tentang kasus (atau beberapa kasus) menggunakan narasi, tabel, dan gambar

Pada tahap akhir ini, peneliti menyajikan data, yaitu dengan cara mengemas dalam bentuk teks, tabel, atau gambar (Creswell, 2013).

F. Sistematis Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi digunakan untuk memberikan kemudahan terhadap pembaca dalam memahami skripsi ini. sistematika yang akan digunakan peneliti dalam penulisan skripsi dideskripsikan seperti berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab I mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada Bab II Kajian teori dalam penelitian ini memaparkan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan menguraikan tentang pengelolaan instagram dan pelayanan informasi publik.

Bab III Gambaran Umum

Pada Bab III ini, penulis menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan gambaran umum *Company profile* seputar Lazisnu Pati.

Bab IV Analisis Data dan Hasil Penelitian

pada Bab IV dalam penelitian ini, membahas analisa permasalahan mengenai pengelolaan instagram @lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik serta melakukan pembahasan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Bab V Penutup

Bab V ini merupakan bagian akhir skripsi yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK PELAYANAN INFORMASI PUBLIK

A. Pengertian Pengelolaan Media Instagram

1. Pengelolaan

Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan terhadap semua hal yang berkaitan dengan implementasi kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Nugroho berpendapat bahwa pengelolaan adalah istilah dalam ilmu manajemen. Secara *etimologi* istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (to manage) dan biasanya merujuk pada proses mengatur atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkannya tujuan yang ingin dicapai (Nugroho, 2003).

Pengelolaan adalah bahasa yang berasal dari kata “Kelola” yang mempunyai arti berbagai usaha yaang memiliki tujuan dalam memanfaatkan dan menggali segala sumber daya yang ada secara benar untuk mencapai ssutu tujuan tertentu yang sebelumnya telah disiapkan (Harsoyo, 1977).

Menurut Suharsimi Arikunta pengelolaan adalah substantifa dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya (Arikunta, 1988).

Henry Fayol mengungkapkan bahwa pengelolaan atau manajemen adalah cara menginterpretasikan dan mengorganisasikan sumber daya,

sumber dana dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan serta penggerakan, pengawasan dan penilaian (Djuroto, 2004).

Oleh karena itu, berdasarkan pandangan yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunta dan Henry Fayol, penulis berpendapat bahwa konsep pengelolaan adalah pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengelolaan atau manajemen biasanya dikaitkan dengan kegiatan dalam suatu organisasi berupa perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian. Pengelolaan juga berarti mengarahkan atau melaksanakan. Dari uraian manajemen ini, kita dapat menyimpulkan bahwa istilah manajemen tidak hanya mencakup kinerja kegiatan, tetapi juga keuntungan dari memperkerjakan manajemen itu sendiri seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan yang efektif untuk mencapai hasil terbaik.

Dengan pengelolaan yang baik, hal ini mengindikasikan bahwa organisasi telah memenuhi persyaratan dan memiliki perangkat minimal untuk memastikan kredibilitas, integritas dan otoritas sebuah institusi dalam membangun aturan, membuat keputusan serta mengembangkan program dan kebijakan yang merefleksikan pandangan dan kebutuhan anggota. Untuk membangun pengelolaan zakat, model pengelolaan tersebut harus mencakup proses perencanaan. Menurut Geroge R. Terry (2006) menjelaskan bahwa pengelolaan yang baik meliputi :

a. Perencanaan (*Planning*)

Planning adalah membuat suatu target-target atau perencanaan yang akan dicapai atau diraih di masa depan. Dalam organisasi merencanakan adalah suatu proses memikirkan dan menetapkan secara matang arah, tujuan dan tindakan sekaligus mengkaji berbagai sumber daya dan metode/teknik yang tepat. Merencanakan pada dasarnya membuat keputusan mengenai arah yang akan dituju, tindakan yang akan diambil, sumber daya yang akan diolah dan

teknik/metode yang dipilih untuk digunakan. Rencana mengarahkan tujuan organisasi dan menetapkan prosedur terbaik untuk mencapainya.

b. Pengorganisasian (Organizing)

Setelah mendapat kepastian mengenai tujuan, sumber daya dan teknik/metode yang digunakan untuk mencapai tujuan sebuah organisasi/lembaga, maka langkah selanjutnya yakni manajer melakukan upaya pengorganisasian agar rencana tersebut dapat dikerjakan oleh seorang ahlinya secara sukses. Mengorganisasikan adalah proses dalam mengatur, mengalokasikan dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya manusia diantara anggota organisasi guna mencapai tujuan sebuah organisasi.

Organizing sangat penting dalam manajemen karena membuat posisi orang jelas dalam struktur dan pekerjaannya, serta melalui pemilihan, pengalokasian dan pendistribusian kerja yang professional, organisasi dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

c. Penggerakan (Actuating)

Actuating adalah salah satu fungsi manajemen yang berfungsi untuk merealisasikan hasil perencanaan dan pengorganisasian. *Actuating* adalah upaya untuk menggerakkan atau mengarahkan tenaga kerja (*man power*) serta mendayagunakan fasilitas yang ada yang dimaksud untuk melaksanakan pekerjaan secara bersama. *Actuating* dalam organisasi juga biasa diartikan sebagai keseluruhan proses pelaksanaan pekerjaan oleh seluruh anggota organisasi sehingga mereka dapat bersedia bekerja secara bersama-sama dan sungguh-sungguh demi tercapainya tujuan organisasi.

Fungsi penggerakan ini menempati posisi yang penting dalam merealisasikan segenap tujuan organisasi. Penggerak mencakup di dalamnya adalah kepemimpinan, motivasi, komunikasi dan bentuk-bentuk lain dalam rangka mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan organisasi. Penggerakan sangat terkait

dengan penggunaan berbagai sumber daya organisasi, oleh karenanya kemampuan memimpin, memberi motivasi, berkomunikasi, menciptakan iklim dan budaya organisasi yang kondusif menjadi kunci penggerak.

d. Pengawasan (Controlling)

Setelah tahapan manajemen terselesaikan selanjutnya adalah pengawasan. Proses pengawasan wajib dilakukan guna mengecek jalannya perencanaan dalam suatu organisasi. Pengendalian adalah sebuah proses guna memastikan bahwa aktivitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang telah direncanakan. Proses pengendalian dapat melibatkan beberapa elemen yaitu: menetapkan standar kerja, mengukur kinerja, membandingkan unjuk kerja dengan standar yang telah ditetapkan, mengambil tindakan korektif saat terdeteksi penyimpangan.

2. Tujuan Pengelolaan

Tujuan pengelolaan menggunakan secara terarah semua potensi yang ada seperti sumber daya manusia, sarana, dan prasarana di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga dapat terhindar dari kesalahan dan pemborosan waktu, tenaga maupun segi materi guna mencapai tujuan tertentu. Manajemen dan pengelolaan sangat penting untuk mencapai suatu tujuan. Agar tujuan organisasi tercapai, pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana secara efektif dan efisien sangat diperlukan (Harsoyo, 1977).

Tujuan pengelolaan akan tercapai jika tindakan dilakukan dengan benar. Menurut Afifuddin (2010) berikut adalah langkah-langkah yang diambil untuk melaksanakan pengelolaan:

- 1) Menentukan prosedur pengelolaan.
- 2) Tetapkan batas tanggung jawabnya.
- 3) Menetapkan tujuan yang akan dicapai yang mencakup semua kriteria.
- 4) Menentukan pengukuran untuk menjalankan tugas dan rencananya.
- 5) Menentukan standar kerja yang efektif dan efisien.

- 6) Menyiapkan ukuran untuk menilai.
- 7) Membuat pertemuan.
- 8) Melakukan pelaksanaan.
- 9) Melakukan penilaian.
- 10) Melakukan penelitian.
- 11) Dilakukan secara berulang kali

Berdasarkan penjelasan di atas, dijelaskan bahwa untuk mencapai tujuan dari manajemen tetap membutuhkan pemanfaatan sumber daya manusia, serta sarana dan prasarana nya agar tujuan dari organisasi tersebut dapat tercapai. Serta tujuan manajemen akan tercapai jika langkah-langkah pada proses pelaksanaan manajemen di dalam organisasi di jalankan dan di tetapkan dengan benar, dengan cara menentukan tujuan yang ingin dicapai terlebih dahulu, menentukan sarana, menentukan target yang ingin dicapai, menentukan rencana, serta menentukan standar kerja yang efektif dan efesien (Afifuddin, 2010).

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Van Dijk menjelaskan bahwa media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan memungkinkan mereka bekerja sama dan berpartisipasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasiliator) online yang membangun hubungan sosial dan hubungan dengan pengguna. Meike dan Young mendefinisikan “media sosial” sebagai perpaduan antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa mengidentifikasi individu. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generatedcontent* (UGC) dimana konten yang diciptakan oleh pengguna, bukan oleh editor seperti yang terjadi di instansi media massa (Nasrullah, 2015). Pada dasarnya, media sosial memungkinkan Anda melakukan berbagai aktivitas dua arah, seperti pertukaran informasi, bekerja sama dan berkenalan satu sama lain dalam bentuk tulisan, visual dan audiovisual.

Media sosial sendiri merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain dan memungkinkan rasa nyaman untuk berbagi pemikiran melalui teks, gambar atau video (Safko, 2012).

Bukan hanya sebagai alat komunikasi tetapi media sosial merupakan kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan manusia lainnya, yang memungkinkan rasa nyaman untuk bersosialisasi. Sedangkan media sekarang menjadi alat yang kita gunakan untuk terhubung dengan orang lain (Safko, 2012).

Dalam bukunya, Safko (2012) memaparkan 12 kategori dalam media sosial antara lain:

1. *Sosial networking*, tempat di mana orang berinteraksi, berbagi, mengajar, berhubungan dan membangun kepercayaan.
2. *Photo sharing*, merupakan cara untuk mengabadikan momen yang ada dan membagikannya untuk mengajak orang lain untuk merasakan emosi yang sama.
3. *Audio*, merupakan media yang kuat untuk mendorong pendengar untuk berimajinasi.
4. *Vidio*, merupakan media yang efektif untuk berbagi informasi.
5. *Microblogging*, penyampaian kata yang tidak lebih dari 140 kata. Konsepnya hampir sama dengan blog, tetapi jumlah yang digunakan lebih sedikit. Pesan lebih efektif dan langsung pada inti dengan menggunakan jumlah kata yang paling sedikit.
6. *Livecasting*, merupakan siaran vidio secara langsung.
7. *Virtualworlds*, kehidupan dalam dunia virtual, di mana orang dapat berkomunikasi dengan cara yang berbeda.
8. *Gaming*, permainan secara online yang dapat dimainkan dengan orang lain tanpa batasan jarak maupun waktu.
9. *RSS and Aggregators*, RSS merupakan provider yang memberikan notifikasi ketika ada blog atau berita baru. Dalam RSS kita dapat memilih konten apa yang kita inginkan. Agregator merupakan situs

web yang memudahkan penggunanya untuk memilih jenis konten yang ingin dilihat.

10. *Search*, pencarian online adalah hal yang paling penting di internet. Internet memiliki jutaan informasi yang dapat diakses kapan saja, dimana saja.
11. *Mobile*, teknologi yang memungkinkan kita dalam berinteraksi satu sama lain melalui internet untuk *browsing*, kirim *email*, *blogging*, dan sebagainya.
12. *Interpersonal* adalah alat untuk berhubungan dengan orang lain, meskipun bukan teknologi (Safko, 2012).

b. Fungsi Media Sosial

Media sosial saat ini memainkan peran penting dalam membentuk cara kita melihat masyarakat dan banyak aspek kehidupan masyarakat. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Salah satu fungsi media sosial adalah berikut:

1. Media sosial adalah media yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet serta teknologi web.
2. Media sosial sukses mengubah penerapan komunikasi satu arah dalam media penyiaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (*many to many*).
3. Media sosial mendukung demokratisasi informasi dan pengetahuan. Mengubah manusia dari pembaca konten berita menjadi pembuat berita.

c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2015) yaitu:

- 1) Jaringan (*network*), yang menghubungkan perangkat satu sama lain.
- 2) Informasi (*information*), informasi yang dibuat, dikirim dan dikonsumsi oleh setiap individu.
- 3) Arsip (*archive*), informasi yang disimpan dan dapat diakses kembali kapan saja.
- 4) Interaksi (*interactivity*), membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) semata, tetapi juga dengan interaksi antar pengguna tersebut.
- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*), simulasi atau representasi, dimana objek ditampilkan dalam dunia maya dengan bantuan teknologi.
- 6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*), merupakan hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi.
- 7) Penyebaran (*share/sharing*), ketika pengguna membuat dan mengonsumsi konten di media ini. mereka juga mengembangkan dan menyebarkan konten yang mereka buat. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat (Nasrullah, 2015).

James C. Foust (2018) menganalisis karakteristik media online antara lain:

- 1) *Audiencie Control*, pembaca dapat dengan mudah memilih berita yang dipilih dengan menggeser jari, menggerakkan mouse, atau mengklik judul tertentu.
- 2) *Nonlienarity*, berita yang dibuat dapat berdiri sendiri tanpa terhubung ke berita lain.
- 3) *Storage and Retrieval*, berita dapat dengan disimpan dan diarsipkan untuk akses mudah.

- 4) *Unlimited Space*, jumlah berita akan lebih lengkap dibandingkan dengan media lain, seperti radio dan televisi.
- 5) *Immediacy, real time*, cepat dan langsung.
- 6) *Multimedia Capability*, teks, suara, gambar, video, dan kompenennya dapat disajikan dalam suatu berita.
- 7) *Interactivity*, fitur yang memungkinkan pembaca berbagi dan berkomentar saat membaca berita.

Media sosial memiliki karakteristik tersendiri, keterbukaan dan hubungan yang tercipta selama proses komunikasi yang memungkinkan orang untuk membangun, hubungan di mana mereka dapat mengungkapkan perspektif mereka sendiri.

d. Media Sosial dalam Lembaga

Media sosial merupakan salah satu new media. Media sosial adalah bentuk komunikasi digital yang digunakan oleh individu atau organisasi sebagai sarana berkomunikasi secara digital dengan masyarakat umum. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran yang dapat diakses oleh masyarakat umum, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana dokumentasi karena keterbukaan informasi publik. Selain itu, media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menjalin relasi dan menjalin hubungan dengan publik. Dengan demikian, media sosial memungkinkan organisasi untuk menjangkau lebih banyak orang (Widyasari, 2018).

Komunikasi kita sangat dipengaruhi oleh keberadaan media sosial. Hal ini tidak hanya terjadi pada individu saja melainkan pada lembaga pemerintahan maupun lembaga swasta. Selain mengikuti kemajuan teknologi, pembuatan akun juga menjadi cara untuk menyebarkan informasi. pada lembaga pemerintahan maupun swasta juga menjadi media penyebaran informasi.

e. Pengelolaan Media Sosial

Dalam menyebarkan informasi di media sosial penting untuk memperhatikan komponen-komponen agar pengguna dapat mencari informasi lebih detail melalui media sosial. Berikut teori komponen 4C dari Chris Heuer menurut Solis (2010) yaitu:

1. *Context “How we frame our stories”*. Ini tentang bagaimana kita membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi) dibentuk, termasuk bentuknya, penggunaan bahasa dan isi ceritanya.
2. *Communication “The Practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing”*. Adalah cara berbagi cerita dan informasi yang melibatkan mendengarkan dan merespon, dengan berbagai cara seperti menambahkan gambar ataupun pengemasan pesan yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.
3. *Collaboration “Working together to make things better and more efficient and effective”*. Adalah bekerja sama antara akun atau perusahaan dengan pengguna media sosial untuk melakukan hal-hal baik secara lebih efektif dan efisien.
4. *Connection “The relationships we forge and maintain”*. Yaitu menjaga hubungan yang sudah terjalin. Dengan melakukan sesuatu yang berkelanjutan yang membuat pengguna merasa lebih dekat dengan akun maupun perusahaan pengguna media sosial (Solis, 2010).

Teori dari Chris Heuer dalam Solis menjelaskan bahwa komponen 4C merupakan komponen yang harus ada dalam setiap media sosial. Hal ini bertujuan untuk membuat media sosial tersebut mudah untuk digunakan serta bisa memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya.

4. Instagram

Instagram atau sering disebut IG merupakan jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan penggunanya untuk berbagi gambar serta video dan dapat menerapkan filter pada foto dan video kemudian

menyebarkannya ke jejaring sosial lainnya. Instagram berasal dari dua kata, yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat berbagi foto maupun video secara instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata telegram, yang artinya pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat.

Instagram pada dasarnya terhubung dengan Facebook, sehingga kita dapat menghubungkan teman melalui Facebook. Dengan banyaknya pengguna Instagram, Instagram telah berkembang menjadi platform untuk pengusaha untuk mempromosikan produk mereka dengan memberikan fitur seperti memiliki followers maupun following, mengunggah foto maupun video, memberikan efek atau filter, Instagram stories, direct message dan sebagainya.

Dari beragam media sosial lain, Instagram memiliki kelebihan-kelebihan sebagaimana dikatakan oleh Nisrina (2015) :

- a. Instagram merupakan aplikasi yang dapat diunduh secara gratis di *play store* dan *app store*.
- b. Instagram memiliki editor foto yang dapat membuat foto biasa menjadi lebih bagus dan unik dengan pemanfaatan distorsi warna, fokus dan lainnya.
- c. Instagram tersedia bagi jutaan komunikasi sehingga dapat menjalin pertemanan dengan skala yang lebih luas (Nisrina, 2015).

Dalam hal ini, Instagram bersifat real time, mengirimkan ribuan, bahkan jutaan foto hampir setiap detiknya. Instagram dapat diakses setiap waktu sesuai dengan kehendak pengguna akun tersebut. Tidak seperti situs jejaring sosial yang lainnya, ada beberapa fitur utama pada media sosial instagram yang diantaranya sebagai berikut (Ardiansyah & Maharani, 2020) :

1. *Followers* atau pengikut. Fitur ini dirancang untuk membangun sistem sosial yang dapat diikuti oleh akun dan mendorong interaksi.
2. Mengunggah foto atau video. Fitur ini sangat bermanfaat karena memungkinkan orang mengunggah banyak foto.

3. Pemberian efek dan *editing*. Instagram menawarkan berbagai macam efek. Sedangkan pada fitur *editing* ada banyak *tools* yang disediakan untuk mendapatkan kesan yang lebih menarik, salah satunya *contrast* yang dapat mengatur kontras pada foto atau video.
4. Kamera, dalam fitur ini memungkinkan pengguna mengambil gambar dan video secara langsung. Dan rasio yang disediakan oleh Instagram dengan ukuran 1:1.
5. *Arroba* (@), fitur ini memungkinkan pengguna menemukan nama akun lain yang disetujui.
6. Label foto atau *hashtag*. Istilah *hashtag* adalah sebuah label (tag) berupa sesuatu yang diberi awalan simbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam suatu label, agar lebih mudah ditemukan.
7. Tanda suka, atau disebut dengan istilah *like* pada Instagram digunakan untuk menarik perhatian atau mengapresiasi foto ataupun video yang diunggah.
8. Pencarian atau *search*. Fitur ini sangat berguna dalam melakukan pencarian terkait hal yang ingin dituju.
9. *Direct message*, fitur ini dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengirimkan pesan pada pengguna yang lain dan mendorong suatu interaksi yang aktif.
10. *Instastories*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk memposting pesan atau aktivitas berupa foto dan video yang dapat dilihat dalam waktu 24 jam dan didukung dengan efek pilihan yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan adanya inovasi yang dikembangkan fitur baru yaitu *stories archive*, pesan atau aktivitas berupa foto dan video yang dipublikasikan dapat dilihat dalam waktu yang lebih singkat.

B. Pelayanan Informasi Publik

Pemerintah membutuhkan individu yang dapat menjembatani kesenjangan antara pemerintah dengan publik dan sebaliknya. Salah satu bentuk dari eksistensi birokrasi pemerintahan dapat dilihat dalam upaya keterbukaan informasi. Sianipar (1998) menjelaskan bahwa pelayanan publik dimaknai sebagai suatu sektor yang tergolong dalam penerapan aparatur pemerintah dalam bentuk pelayanan barang maupun jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat ataupun publik yang berdasarkan Undang-Undang (Sianipar, 1998). Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Kepmen PAN) Nomor 63 Tahun 2003 pelayanan publik dinyatakan meliputi segala bentuk pelayanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan diselenggarakan oleh pemerintah publik sesuai dengan perundang-undangan.

Jaminan konstitusional terhadap hak atas keterbukaan informasi publik telah ditetapkan melalui Undang-Undang Nomer 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menjadi dasar bagi pemerintah untuk menjalankan fungsi pelayanan yang lebih baik, yang transparan, efektif, efisien, akuntable serta dapat dipertanggungjawabkan. Jaminan tersebut bertujuan agar pemerintah sebagai pelayan bagi masyarakat dapat meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi baik di lingkungan pemerintah maupun dalam lingkup badan publik yang juga untuk memberikan layanan informasi yang berkualitas, serta melayani masyarakat luas.

Menurut Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan tentang informasi publik yaitu:

- a. Bahwa informasi merupakan kebutuhan dasar bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosial setiap orang dan merupakan bagian penting bagi keterbukaan nasional.
- b. Bahwa keterbukaan informasi publik adalah salah satu ciri terpenting dari negara demokratis yang mempertahankan kedaulatan rakyat untuk memperoleh informasi.

- c. Bahwa keterbukaan informasi publik adalah cara terbaik untuk memaksimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya, serta segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik.
- d. Bahwa salah satu cara untuk mengembangkan masyarakat informasi adalah melalui pengelolaan informasi publik.

Menurut Pasal 1 angka (1) UU No. 14/2008, tentang keterbukaan informasi publik, Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, serta informasi, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun secara non elektronik. Sedangkan pengertian informasi publik dalam pasal 1 angka (2) UU No. 14/2008 adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan atau diterima suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya sesuai dengan undang-undang.

Adapun informasi yang wajib diberikan secara berkala berdasarkan UU KIP adalah sebagai berikut:

- a. Informasi tentang Badan Publik;
- b. Informasi tentang kegiatan dan kinerja Badan Publik yang relevan;
- c. Informasi tentang laporan keuangan;
- d. Informasi lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Tugas dan Kewajiban menyebarluaskan informasi publik ini disampaikan dengan cara yang mudah diakses dan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh publik. Sebagai sumber informasi publik, pemerintahan bertanggung jawab untuk menyediakan media komunikasi yang cepat untuk menanggapi kritik dan masukan yang membangun. Mereka juga bertanggung jawab untuk menyediakan sarana komunikasi dan informasi yang jelas kepada masyarakat. Pada dasarnya, masalah terbesar dalam menyampaikan informasi

dan komunikasi publik yang berkualitas adalah mengemas dan mengelola informasi yang dibutuhkan oleh publik secara berkualitas, akurat dan menarik. Sebab dengan adanya informasi yang sesuai dengan kebutuhan publik dan mudah diterima akan tercipta kepuasan publik, dan informasi yang berkualitas akan meningkatkan kepercayaan publik pada lembaga pemerintah.

Informasi yang akan bernilai, semakin formal, dan ideal apabila didasarkan pada sepuluh sifat menurut Burch dan Strater (1999) berikut:

- 1) *Accesibility*, fitur ini menunjukkan bahwa informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat.
- 2) Luas dan lengkapnya (*comprehensiveness*) fitur ini menunjukkan kelengkapan isi informasi. Yang berarti bukan hanya volume informasi tetapi juga outputnya.
- 3) Ketelitian (*accuracy*) yang menunjukkan tingkat penyampaian informasi yang bebas dari kesalahan.
- 4) Kecocokan (*appropriateness*) yang menunjukkan seberapa relevan keluaran informasi dengan permintaan pengguna. Informasi harus relevan dengan masalah.
- 5) Ketepatan waktu (*timelines*) jumlah waktu yang dilalui atau lebih pendek ketika informasi dikumpulkan.
- 6) Kejelasan (*clarify*) sifat ini menunjukkan tingkat keluaran informasi yang bebas dari istilah-istilah yang tidak jelas.
- 7) Keluwesan (*flexibility*) sifat ini menunjukkan bahwa keluaran informasi dapat disesuaikan.
- 8) Dapat dibuktikan (*verifiability*) sifat ini menunjukkan kemampuan bahwa pengguna informasi dapat menguji keluaran informasi dan mencapai kesimpulan yang sama.
- 9) Tidak ada prasangka (*freedom from bias*) sifat ini berkaitan dengan tidak adanya keinginan untuk mengubah informasi untuk membuat kesimpulan yang telah dipertimbangkan sebelumnya.

10) Dapat diukur (quantifiable) sifat ini menunjukkan jenis dari informasi yang dihasilkan dalam sistem informasi formal. (Davis & Gordon B, 1999)

Peneliti berpendapat bahwa Instagram akan lebih efektif jika digunakan untuk menciptakan ruang publik untuk layanan informasi terpadu. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa platform media sosial ini secara *real time* mengikuti semua peristiwa. Dengan mempertimbangkan hal ini, sudah tepat bagi pihak atau lembaga yang langsung berkaitan dengan komunikasi dan informasi untuk menyesuaikan diri dengan era digital seperti saat ini dengan menggunakan aplikasi sebaik mungkin.

BAB III

INSTAGRAM @LAZISNUPATI.OFFICIAL

A. Tinjauan Umum Instagram “@Lazisnupati.official”

Instagram merupakan situs yang terbuka untuk semua orang, media sosial yang menggunakan akses internet untuk mencari informasi yang tersedia. Secara umum Instagram memiliki efektivitas dan harapan pemasaran yang sangat tinggi jika digunakan untuk menyajikan informasi yang disebarluaskan dalam kegiatan. Pengunjung dapat mengetahui suatu informasi tanpa harus datang untuk melihat secara langsung. Dengan adanya instagram informasi yang disajikan juga terasa lebih mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang diinginkan.

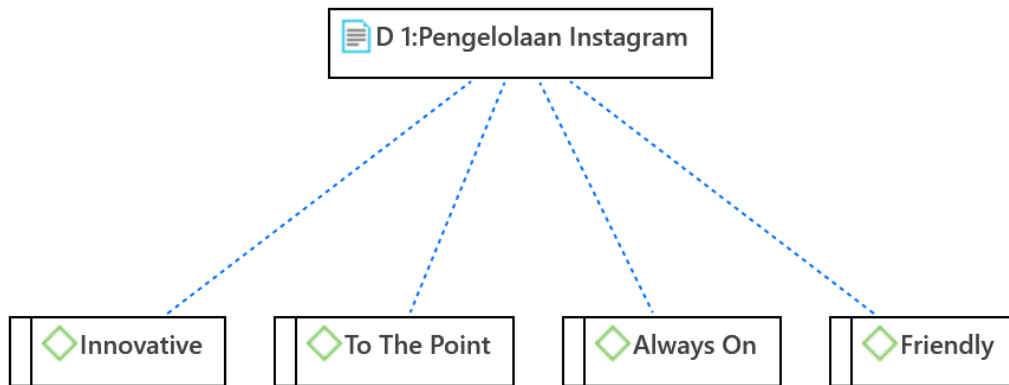
Lazisnu Pati memiliki sebuah instagram yang memiliki alamat sebagai berikut <https://instagram.com/lazisnupati.official>. Dalam tujuannya digunakan sebagai bentuk rebranding pintu masuk yang dapat dikelola secara lebih berkompeten untuk dapat mengenalkan Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah Nahdlatul Ulama sebagaimana ditegaskan oleh SK Menteri Agama No. 65/2005 untuk melakukan pemungutan Zakat, Infaq, dan Sedekah untuk masyarakat luas.

Dalam konteks setelah dilakukannya penelitian, berdasarkan realitas yang ada, konsep atas dasar realitas di wilayah Pati yang ada diantaranya yaitu: dalam hal ini Kabupaten Pati dalam hal berzakat, infaq dan shadaqah telah banyak menerapkan sisi kemanusiaan yang cukup tinggi. Membahas mengenai zakat merupakan rukun islam yang merupakan pilar dari berdirinya bangunan Islam dan hukumnya wajib sedangkan shadaqah dan infaq bersifat sunnah dan sangat dianjurkan oleh Rasulullah, perintah zakat telah ditetapkan dibulan 76 Syawal saat Nabi Muhammad SAW melakukan hijrah yang kedua kalinya dan menjadi kewajiban saat puasa Ramadhan adalah zakat fitrah. Di Kabupaten Pati pengenalan islam pada umumnya masih banyak yang belum memahami konsep

dari berzakat, infaq, dan shadaqah secara utuh, bahkan untuk masalah hitungan berzakat di wilayah Pati masih dalam konteks yang sangat memprihatinkan dan sering menduga-duga saja, hal tersebut tentu menjadi persoalan yang wajib diluruskan oleh pihak pengurus pengumpulan zakat, infaq, dan shadaqah terutama dalam postingan instagram Nu Care Pati yang harus mengedukasi dalam memberikan informasi seputar zakat agar nantinya berjalan secara produktif. Jika dana zakat, infaq, dan shadaqah bisa dimanfaatkan dengan baik tentu akan memberikan keseimbangan, keadilan di wilayah ekonomi Kabupaten Pati khususnya pada wilayah umat islam yang miskin.

LAZISNU Pati menggunakan platform media sosial Instagram untuk membangun citra lembaga dengan memberikan informasi kepada masyarakat umum. Platform tersebut berisi informasi tentang pencapaian program LAZISNU Pati. Sedangkan untuk wadahnya sendiri, Lazisnu Pusat menggunakan sistem dan organisasi Lembaga nirlaba untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengangkat harkat sosial dalam pengelolaan dana zakat yang dapat digunakan dengan cara yang produktif dengan tujuan membantu sesama. Selain itu, konten Instagram memanfaatkan informasi atau berita terbaru untuk membentuk citra lembaga di mata publik. Dengan demikian, platform media sosial Instagram diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Menurut Nadiatus Salama (2020) Penelitian ini membutuhkan informasi yang empatik dan terperinci, oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara secara langsung ke kantor Lazisnu Pati. Berdasarkan data yang terkumpul melalui wawancara dan dokumentasi terhadap pengelolaan akun Instagram Lazisnu Pati ini, peneliti menganalisa pernyataan dari hasil wawancara menggunakan aplikasi Atlas.ti versi 9.1.3 dan mengelompokkan berdasarkan teori komponen 4C menurut Chris Heuer. Berdasarkan data yang didapatkan melalui wawancara dengan saudari Inayatun Najikah selaku admin Instagram @lazisnupati.Official di atas, ditemukan bahwa ada beberapa indikator yang digunakan oleh admin @lazisnupati.official dalam mengelola Instagram @lazisnupati.official sebagai media pelayanan informasi publik seperti gambar di bawah ini:



Gambar 4. 1 Hasil reduksi data wawancara admin Instagram Lazisnu Pati menggunakan software Atlas.ti 9.1.3

Berdasarkan hasil analisis gambar di atas, terdapat temuan terkait pengelolaan Instagram @lazisnupati.Official sebagai bentuk pelayanan informasi publik didasari beberapa indikator yaitu *innovative*, *to the point*, *always on*, *friendly*. Indikator-indikator tersebut akan menjadi dasar peneliti untuk menjelaskan bagaimana Instagram Lazisnu Pati sebagai media pelayanan informasi publik menggunakan teori komponen 4C Chris Heuer yang terdiri dari *context*, *communicatin*, *collaboration*, *connection*.

1. *Context*

Akun Instagram @Lazisnupati.Official sebagai bentuk pelayanan informasi publik menghadirkan konten yang informatif dan relevan bagi masyarakat. Pengelolaan Instagram ini telah memberikan wadah untuk mengkomunikasikan informasi seputar program-program dan kegiatan yang dilakukan oleh Lazisnu Pati secara transparan kepada publik. Salah satu fokus utama akun Instagram ini adalah memberikan ajakan berzakat, berinfaq, dan bersedekah kepada masyarakat. Melalui konten-konten yang disajikan, akun ini berkomitmen untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif kepada pengikutnya. Penyampaian dakwah melalui akun @Lazisnupati.Official juga mengikuti perkembangan zaman dengan memudahkan dan efektif dalam penyampaiannya dan masyarakat mengetahui apa saja program dan pelaksanaan kegiatan Lazisnu. Seperti halnya dengan postingan dibawah ini :



Gambar 4. 2 Tampilan home page Instagram @Lazisnupati.Official



Gambar 4. 3 Contoh postingan Instagram @Lazisnupati.Official

Melalui gambar 4.2, akun Lazisnupati.Official memberikan informasi kepada publik terkait dengan salah satu kegiatan yang dilakukan seperti penyaluran fidyah dan pemberian beras rutin kepada masyarakat yang membutuhkan dengan menampilkan keterangan gambar atau *caption* secara jelas. Sedangkan melalui gambar 4.3, akun @Lazisnupati.Official

menyajikan tampilan *home page* profilnya dengan konsistensi warna dasar yang sama yaitu warna putih. Kedua hal tersebut dilakukan oleh akun Instagram @Lazisnupati.Official sebagai bentuk penerapan indikator *To The Point* dan *Innovative*.

Indikator tersebut menjadikan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik yang menerapkan sistem yang bersifat *to the point* untuk menyampaikan pesan melalui setiap postingannya yang bertujuan untuk memberikan sebuah informasi dan ajakan kepada masyarakat mengenai zakat, infak, dan shadaqah. Instagram @Lazisnupati.official menerapkan transparansi di setiap postingannya agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat luas. Sebagaimana hasil wawancara dengan Inayatun Najikah selaku admin Instagram @Lazisnupati.official:

“Isi dari akun Instagram Lazisnu Pati ingin menyampaikan informasi terkait tentang berita kegiatan, ajakan untuk berzakat, berinfaq dan bersedekah. Penyampaian pesan di dalam akun Instagram Lazisnu Pati menggunakan sistem singkat, padat dan langsung pada intinya.”

Media Instagram @Lazisnupati.official tersebut merupakan sarana komunikasi penyebaran pesan yang dilakukan Lazisnu Pati untuk digunakan sebagai bentuk inovasi melalui beberapa perubahan terkait postingannya. Perubahan tersebut mengenai pemilihan warna tema yang konsisten, pemilihan fontnya sangat mempermudah untuk dipahami. Menggunakan penegasan caption di highlight postingan sehingga mempermudah untuk langsung memahami maknanya. Serta postingan media Instagram @Lazisnupati.official sudah mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan model slide (geser). Sebagaimana hasil wawancara dengan Inayatun Najikah selaku admin Instagram @Lazisnupati.official:

“Cara Lazisnu Pati menciptakan inovasi dengan cara mencari tahu role mode terbaru di kalangan masyarakat. Inovasi yang telah dibuat berupa program baru dan tampilan feed Instagram.”

Dengan penyebaran pesan yang dilakukan Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk inovasi, dengan adanya inovasi

seperti menggunakan tema yang konsisten, pemilihan font yang sangat mudah dipahami, menggunakan penegasan caption di highlight sehingga mempermudah untuk memahami maknanya.

2. *Communication*

Komunikasi yang efektif merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan akun Instagram @Lazisnupati.Official sebagai bentuk pelayanan informasi publik. Melalui komentar, pesan pribadi, atau fitur lainnya, akun ini menjawab pertanyaan, memberikan informasi yang diperlukan, dan menghargai tanggapan yang diberikan oleh pengikutnya. penggunaan komunikasi yang efektif dan responsif dalam penyampaian pesan dan ajakan pengelolaan akun Instagram @Lazisnupati.Official sebagai bentuk pelayanan informasi publik dan mengajak masyarakat untuk mencari tahu tentang Lazisnu telah berhasil mencapai tujuannya. Seperti halnya dengan postingan dibawah ini :



Gambar 4. 4 Contoh respon kolom komentar Instagram @Lazisnupati.official

Melalui gambar 4.4, akun Lazisnupati.Official memberikan respon yang sopan terhadap tanggapan dari pengikutnya. Hal ini akun media Instagram @Lazisnupati.official dapat memperkuat interaksi dengan pengikutnya.



Gambar 4. 5 Postingan Instagram @Lazisnupati.Official

Melalui gambar 4.5, akun Lazisnupati.Official mengemas pesan dengan baik yang disajikan melalui postingan, dan teks yang singkat dan padat yang memungkinkan pesan tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat. Hal ini memudahkan pemahaman mereka terhadap pesan yang ingin disampaikan.

Indikator tersebut menjadikan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik yang menerapkan sistem friendly melalui memberikan respon yang sangat sopan terkait komentar dari pengikutnya. Menggunakan pendekatan yang singkat, membantu menarik perhatian pengikut dan memudahkan pemahaman mereka terhadap pesan yang akan disampaikan. Memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi yang relevan, baik dalam tulisan caption, maupun konten visual yang menarik. Sebagaimana hasil

wawancara dengan Inayatun Najikah selaku admin Instagram @Lazisnupati.official:

“Cara Lazisnu Pati merespon tanggapan dari khalayak masyarakat dengan cara baik dan sopan. Cara mengemas pesan supaya diterima di kalangan masyarakat Lazisnu Pati hanya fokus pada intinya.”

Dengan penyebaran pesan yang dilakukan Instagram @Lazisnupati.official memberikan respon yang sopan terhadap tanggapan dari pengikutnya. Serta mengemas pesan dengan baik yang disajikan melalui postingan, dan teks yang singkat dan padat yang memungkinkan pesan tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat.

3. *Collaboration*

Kolaborasi dengan mitra atau pihak terkait dapat membantu akun ini dalam menghadirkan konten yang lebih bervariasi dan informatif. Bekerja sama dengan lembaga amal, tokoh agama, atau komunitas yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang amal dan dakwah, akun @Lazisnupati.Official dapat menghadirkan konten yang lebih kaya dan beragam kepada pengikutnya. Kolaborasi semacam ini juga membantu mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan pelayanan informasi publik yang disampaikan. Kolaborasi dengan pengikut dan pengguna akun ini juga memiliki peran penting. Kolaborasi dengan mitra atau pihak terkait, pengikut, dan tim pengelola membantu memperkaya konten, mencapai audiens yang lebih luas, melibatkan pengikut, serta meningkatkan kualitas dan kreativitas dalam penyampaian pesan. Kolaborasi menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan akun ini dalam memberikan pelayanan informasi publik yang bermakna dan berdampak positif.



Gambar 4. 6 Contoh tag postingan yang di Instagram @Lazisnupati.official an akses dan izin pelabelan yang mengikut sertakan akun Instagram @Lazisnupati.official dengan akun Instagram lembaga lain.

Indikator tersebut menjadikan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik yang mempunyai kolaborasi dengan akun Instagram lembaga lainnya. Kolaborasi semacam ini juga sangat membantu dalam mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan pelayanan informasi publik yang akan disampaikan. Melalui kerjasama ini, berharap dapat menciptakan sinergi yang lebih baik dalam mengkomunikasikan program dan kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh Lazisnu Pati. Dengan penggabungan tersebut, konten-konten bermanfaat tentang penggalangan dana, kegiatan sosial, dan pengabdian masyarakat akan dapat dihadirkan dengan lebih terorganisir dan terpadu di satu tempat. Kerjasama di lakukan agar dapat mengoptimalkan peran sosial media dalam memperkuat citra dan keberadaan Lazisnu Pati.

4. Connection

Sebelum adanya akun media Instagram @Lazisnupati.Official, pelayanan informasi publik mungkin lebih terbatas dan sulit untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dengan adanya akun ini, koneksi dengan masyarakat menjadi lebih mudah dan cepat, serta memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif. Akun Instagram memberikan ruang untuk berbagi konten secara visual dan menarik, termasuk foto, video, dan teks yang memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kegiatan amal, ajakan berzakat, berinfaq, dan bersedekah. Adanya akun Instagram ini juga telah menciptakan inovasi dalam penyampaian pesan. Efek setelah adanya akun media Instagram @Lazisnupati.Official adalah meningkatnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya berzakat, berinfaq, dan bersedekah dalam kehidupan sehari-hari. Akun ini mampu mencapai audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang positif dengan pengikutnya. Dampaknya tidak hanya terlihat dalam meningkatnya jumlah pengikut, tetapi juga dalam partisipasi masyarakat yang semakin aktif dalam kegiatan amal yang diadvokasi oleh Lazisnu.



Gambar 4. 7 Bio Instagram @Lazisnupati.official

Melalui gambar 4.7, akun Lazisnupati.Official memberikan layanan kontak darurat melalui whatsapp. Indikator tersebut menjadikan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik memberikan pelayanan informasi 24 jam,

sehingga apabila masyarakat membutuhkan informasi terkait dengan zakat, infaq, dan shadaqah bisa dijawab secepatnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Inayatun Najikah selaku admin Instagram @Lazisnupati.official:

“Mengenai keaktifan contact person admin aktif sesuai dengan jam kantor saja, tapi kondisional sih kalau ada sesuatu yang mendesak saja.”

Kesimpulan dari berbagai data yang disajikan diatas adalah pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official ini berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini mendapatkan respon dan antusias ketertarikan masyarakat dalam hal pelayanan informasi publik. Dari antusias masyarakat diharapkan dapat direspon balik dengan baik oleh penyelenggara yaitu Lazisnu Pati. Kemudian akan timbul hubungan yang baik dimana tingkat kepercayaan masyarakat bahwa Lazisnu Pati cepat memberikan respon. Hubungan yang baik inilah salah satu yang ingin diwujudkan Lazisnu Pati dalam pelaksanaan pelayanan informasi publik. Maka dapat diketahui Instagram @Lazisnupati.official menggunakan pengelolaan dengan menentukan caption yang efektif dalam sebuah unggahan dengan tujuan menarik perhatian masyarakat yang melihat postingan Lazisnu Pati.

Serta diharapkan dapat selalu konsisten dalam mengelola postingan di Instagram @Lazisnupati.official dan menjelaskan secara rinci mengenai zakat, infaq, dan shadaqah agar semua masyarakat dapat memahami secara betul tentang hal tersebut. Instagram @Lazisnupati.official dapat menerima masukan dari masyarakat umum agar dapat terwujud *feedback* yang positif dan sebagai bentuk evaluasi Instagram @Lazisnupati.official untuk kedepannya yang lebih baik lagi. Terutama dapat menggunakan media sosial lainnya untuk membranding produk dan program dalam pendermaan yang ada di Lazisnu Pati. Lazisnu Pati sebaiknya meningkatkan dukungan dan perhatian terhadap pengelolaan akun instagram Lazisnu Pati agar dapat berjalan lebih maksimal lagi. Lazisnu Pati sebaiknya lebih memperluas jangkauan sosialisasi tentang zakat, infaq, sedekah di desa-desa kecil yang

tempatnyajauh dari kota dan kantor Lazisnu Pati. Karena di sana masih banyak orang-orang yang belum mengetahui secara benar masalah zakat.

BAB IV
ANALISIS PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM
@LAZISNUPATI.OFFICIAL SEBAGAI BENTUK PELAYANAN
INFORMASI PUBLIK

A. Analisis Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Pengelolaan akun instagram menjadi hal yang penting dalam era digital ini, dengan memahami strategi dan praktik pengelolaan yang efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengelolaan akun Instagram sebagai pelayanan publik telah menjadi hal yang semakin penting dalam era digital ini. Akun Instagram yang dikelola dengan baik dapat menjadi saluran komunikasi yang efektif antara official akun dengan masyarakat, dalam penelitian yang beararti antara akun Instagram @lazisnupati.official dengan masyarakat.

Pengelolaan akun Instagram harus memperhatikan kebutuhan dan harapan masyarakat, serta memberikan informasi yang jelas, akurat, dan terkini. Selain itu, responsifitas dalam menanggapi pertanyaan, pengaduan, atau masukan dari masyarakat juga sangat penting. Penggunaan fitur-fitur interaktif seperti Stories, Live, dan IGTV dapat memperluas jangkauan informasi yang disampaikan dan memberikan ruang partisipasi bagi masyarakat (Nisrina M. , 2015).

Pengelola zakat dalam merencanakan program kerja harus mempertimbangkan hal-hal seperti perencanaan sosialisasi, perencanaan pengumpulan pengumpulan dana zakat, perencanaan distribusi, dan perencanaan pendayagunaan. Lembaga Amil Zakat Infak sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Pati membuat perencanaan tahunan. Studi tentang perencanaan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik yang melibatkan *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection* akan memberikan wawasan yang bermanfaat untuk memahami strategi pengelolaan yang efektif.

1. Perencanaan Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official Sebagai

Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Tahap perencanaan program ini merupakan proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai serta langkah-langkah yang harus diambil untuk tercapainya ketercapaian tersebut. Perencanaan diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya. Perencanaan dalam suatu pengelolaan Instagram LAZISNU Pati bertujuan untuk membuat suatu perencanaan tentang bagaimana pelaksanaan pengelolaan Instagram yang baik, kapan untuk memulai mengeksekusi maupun mengaktivasi isu tersebut, mengunggah konten mengenai informasi tentang zakat, infaq dan shadaqah. Perencanaan ini perlu direncanakan agar kegiatan tersebut bisa berjalan dengan baik dan maksimal. Sebelum membuat konten, tim media sosial LAZISNU Pati membuat perencanaan editorial terlebih dahulu.

Membuat perencanaan editorial tidak hanya bertujuan untuk mempermudah proses pembuatan konten tapi juga untuk memperjelas kapan konten tersebut akan didistribusikan. Tujuan pembuatan rencana editorial di awal pelaksanaan program aktivasi media sosial agar dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai program media sosial yang akan dijalankan, lalu menentukan jadwal pembuatan hingga pendistribusian konten media sosial. Fungsi perencanaan editorial sebelum membuat konten Instagram LAZISNU Pati adalah untuk mengetahui apakah informasi tersebut benar dan memiliki sumber yang kredibel, lalu *fact finding* data yang di dapat sehingga bisa diolah dan di publish ke media sosial.

Context dalam perencanaan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official menggunakan penegasan caption di highlight postingan untuk membuat maknanya lebih mudah dipahami. Akun Instagram ini memberikan tanggapan komentar terhadap pengikutnya dengan menerapkan sistem *friendly* dalam merespon, namun tetap sopan agar dapat membantu menarik perhatian pengikut dan memudahkan pemahaman mereka terhadap pesan yang akan disampaikan. Serta penyampaian pesan didalam akun Instagram LAZISNU Pati menggunakan

sistem singkat, padat dan langsung pada intinya. Hal ini akan membantu mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan layanan informasi publik yang diberikan. Adanya penyebaran informasi yang dilakukan oleh akun Instagram @Lazisnupati.official melalui Instagram tentunya dapat terkoneksi dengan masyarakat menjadi lebih mudah dan cepat, serta memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif.

Dalam hal ini, akun Instagram @Lazisnupati.official melakukan teknik penyampaian pesan dan informasi yang sifatnya aktual karena LAZISNU Pati memiliki tim untuk mengambil konten berdasarkan fakta dan data sehingga menjadikan informasi tersebut bersifat aktual dan informasi yang sifatnya aktual ditandai dengan kebaruan yang bersifat *real time*.

2. Pengorganisasian terhadap Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Pengorganisasian sangat diperlukan dalam mengelola Instagram. Merupakan langkah penting dalam menjaga kesinambungan dan kualitas konten yang akan disampaikan. Dalam pengelolaan Instagram ini bertujuan agar Instagram dapat dikelola dengan efektif serta tepat sasaran untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian yang baik dilakukan oleh manusia yang mempunyai kapasitas dalam mengorganisasi dengan efektif dan efisien, berupa menunjukkan variasi jenis dan topik konten media sosial yang sudah disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan, agar dapat berjalan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat sebelumnya. Dalam konteks pengelolaan Instagram ini, informasi tentang program dan kegiatan LAZISNU Pati dapat dikomunikasikan secara transparan kepada publik.

Communication dalam pengorganisasian pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official merupakan akun Instagram yang representatif untuk pelayanan informasi publik. Akun ini menjawab pertanyaan, memberikan informasi yang diperlukan audiens, dan merespon tanggapan pengikutnya melalui komentar, pesan pribadi, atau fitur lainnya.

Serta mengatur profil akun Instagram dengan informasi yang jelas dan menyertakan kontak yang dapat dihubungi di *Bio home page* Instagram LAZISNU Pati. Membuat struktur pengorganisasian yang efektif, dengan menunjuk tim atau individu yang bertanggung jawab atas pengelolaan akun Instagram LAZISNU Pati.

Dalam pengorganisasian dalam media Instagram @Lazisnupati.official sebagai pelayanan informasi publik, penting untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan relevan, akurat, dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Selain itu, interaksi dengan masyarakat juga merupakan hal yang penting untuk membangun hubungan yang baik dan memperoleh umpan balik yang berharga.

3. Penggerakan dalam Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official sebagai Bentuk Pelayanan Informasi publik

Setelah pengorganisasian selanjutnya LAZISNU Pati melaksanakan penggerakan. Salah satu cara yang efektif untuk menyediakan layanan informasi publik adalah melalui penggerakan dalam pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official. Penggerakan memiliki peran strategi dalam memperdayakan kemampuan sumber daya pengelola (amil) zakat. Setelah perencanaan dan pengorganisasian telah dibentuk dan diterapkan maka tahap selanjutnya adalah mulai menjalankan apa yang telah direncanakan. Yang dimulai dari menverifikasi data informasi tentang zakat, infaq dan shadaqah hingga memposting data mengenai informasi tersebut ke sosial media Instagram. Sehingga publik dapat mengetahui informasi tentang hal tersebut melalui konten yang diberikan oleh Instagram @Lazisnupati.official. Admin Instagram @Lazisnupati.official mengunggah konten Instagram ataupun melakukan repost informasi yang diberikan oleh netizen. Dan seringkali dalam satu hari jumlah konten tidak dibatasi karena akun Instagram LAZISNU Pati selalu memberikan informasi yang bersifat *real time*.

Collaboration dalam pergerakan pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official tidak hanya dari sisi internal saja konten yang dibuat dan dipublikasikan di akun Instagram @Lazisnupati.official, tetapi pengelolaan konten juga dilakukan secara eksternal, seperti berkolaborasi dengan beberapa komunitas yang ada di Pati. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan *exposure* di Instagram sehingga konten yang dibagikan bisa memberikan dampak ke audien dan masyarakat luas. Kerjasama yang dilakukan oleh Instagram @Lazisnupati.official ini masih berada di bawah naungan NU ataupun diluar NU berupa pengumpulan atau pentasyafuran zakat, infak dan shadaqah. Menentukan kriteria konten yang layak diunggah berdasarkan media monitoring yang rutin dilakukan oleh Instagram LAZISNU Pati. Konten yang bermanfaat tentang penggalangan dan, kegiatan sosial, dan pengabdian masyarakat dapat dihadirkan di suatu tempat dengan penggabungan ini. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan peran sosial media dalam mempromosikan keberadaan dan citra LAZISNU Pati.

Instagram LAZISNU Pati memberikan informasi kepada publik dengan mengunggah konten yang berisikan gambar, video, dan teks yang menarik untuk menyampaikan informasi mengenai zakat, infaq dan shadaqah secara efektif. Menggunakan fitur-fitur Instagram seperti cerita (*stories*) untuk berinteraksi langsung dengan audiens. Serta Instagram LAZISNU Pati merespon dengan cepat terhadap komentar yang ada di unggahan Instagram, merespon DM yang masuk terlebih saat pengikut menanyakan pertanyaan yang meliputi informasi seputar zakat, infaq dan shadaqah.

4. Pengawasan terhadap Pengelolaan Media Instagram @Lazisnupati.official sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Selanjutnya tahap terakhir yaitu LAZISNU Pati melakukan pengawasan. Setelah tahapan manajemen terselesaikan selanjutnya adalah pengawasan. Proses pengawasan wajib dilakukan guna mengecek jalannya

perencanaan dalam suatu organisasi. Kesalahan dalam perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan dapat diteliti dengan cara mengontrol dan mengawasi setiap kegiatan yang dilakukan dalam pengelolaan Instagram. Pengawasan terhadap pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official merupakan salah satu bentuk penting dalam pelayanan informasi publik. LAZISNU Pati dalam mengelola media Instagram memastikan bahwa konten yang disajikan berisi informasi yang akurat, informatif, dan sesuai dengan kebijakan dan pedoman LAZISNU Pati. Instagram @Lazisnupati.official juga menyediakan wadah bagi pengikutnya untuk memberikan kritik, saran dan pertanyaan terkait konten yang disajikan atau kegiatan yang dilakukan oleh LAZISNU Pati.

Dengan cara ini, pengawasan partisipasi dapat dilakukan, dimana masyarakat dapat berperan aktif dalam memberikan umpan balik terhadap informasi yang diberikan dan membantu menjaga akuntabilitas LAZISNU Pati. Konten yang di unggah ke media sosial Instagram selanjutnya akan dilakukan pengawasan untuk memastikan konten tersebut dapat memberikan informasi publik untuk masyarakat luas. Konten tersebut mendapatkan banyak komentar dan banyak like atau tidaknya. Serta memonitor dan menganalisis kinerja akun Instagram LAZISNU Pati termasuk jumlah pengikut, interaksi dan tingkat keterlibatan audiens dalam merespon informasi yang diberikan oleh Instagram LAZISNU Pati. Mengevaluasi efektifitas konten yang telah diposting dan identifikasi area mana yang perlu ditingkatkan lagi untuk memberikan informasi dan penyuluhan terkait tentang zakat, infaq dan shadaqah.

Dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media Instagram sebagai pelayanan informasi publik dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, seperti mengunggah konten yang menarik, memanfaatkan fitur Instagram, dan berinteraksi dengan pengikut. Namun pengelolaan media sosial juga perlu ditingkatkan dalam hal aksesibilitas dan pembinaan pada bidang hubungan masyarakat untuk pengelolaan konten.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian terkait Pengelolaan Media Instagram Lazisnu Pati Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik, maka dapat diambil kesimpulan bahwa media instagram Lazisnu Pati sebagai lembaga yang mengelola akun sosial media instagram @lazisnupati.official dalam menyampaikan pesan, instagram Lazisnu Pati menyampaikannya dalam bentuk foto, video, dan infografis, yang disertai dengan keterangan ataupun rilis guna memperjelas maksud dan isi dari video, foto, dan infograis tersebut secara aktual dan transparan.

Pada pelaksanaan pengelolaan media Instagram Lazisnu Pati mengacu pada teori yang sesuai dengan pengelolaan media Instagram Lazisnu Pati yang meliputi: *Context*, melalui konten-konten yang disajikan untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif kepada pengikutnya. Melalui postingan foto, video dan story Instagram akun ini berusaha membawa kesadaran tentang pentingnya berbagi dengan sesama. Penyampaian dakwah melalui Instagram @Lazisnupati.official juga mengikuti perkembangan zaman dengan menciptakan inovasi dalam mengelola Instagram Lazisnu Pati. *Communication*, menggunakan pendekatan yang singkat, dan *to the point*, hal itu memudahkan pemahaman mereka terhadap pesan yang ingin disampaikan. Hal tersebut dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperluas pemahaman mengenai pentingnya berzakat, berinfaq, dan bersedekah dalam kehidupan sehari-hari. *Collaboration*, melalui kolaborasi dengan mitra atau pihak terkait dapat membantu Instagram @Lazisnupati.official ini dalam menghadirkan konten yang lebih bervariasi dan informatif. Kerjasama di lakukan agar dapat mengoptimalkan peran sosial media dalam memperkuat citra dan keberadaan

Lazisnu Pati ditengah masyarakat. Kolaborasi menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan akun ini dalam memberikan pelayanan informasi publik yang berdampak positif. *Connection*, dalam pengelolaan media Instagram @Lazisnupati.official sebagai bentuk pelayanan informasi publik telah menciptakan inovasi dan memberikan dampak positif kepada masyarakat. Penyampaian pesan menjadi lebih efektif, inovasi-inovasi dalam konten dapat terwujud, dan masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya berzakat. Efek sebelum dan sesudah adanya akun media Instagram ini terlihat dalam meningkatnya keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan amal yang dijalankan oleh Lazisnu Pati. Kesejukan yang diajarkan dalam filantropi Islam tersebut mengajarkan kepada kebaikan dan bisanya digunakan sebagai sarana kampanye untuk menebarkan kebaikan yang berhubungan dengan zakat, infaq, shadaqoh yang terdapat di Lazisnu Pati.

B. Saran

Adapun saran-saran yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya pada penelitian selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilaksanakan ini belum sepenuhnya bisa menggambarkan pengelolaan media Instagram. Dalam proses pengumpulan data, hendaknya menggunakan teknik yang diperkirakan dapat lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan.
2. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, kiranya dapat kembali mengangkat topik ini melalui sudut pandang yang berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2010). *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ardiansyah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing : Potret Pengguna Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM*. Bandung : CV Cendekia Press.
- Arifin, Z. (2014). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunta, S. (1988). *Pengelolaan Kelas dan Siswa*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Desain (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Davis, & Gordon B. (1999). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen: Bagian 1 Pengantar*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Djuroto, T. (2004). *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hadi, & Sutrisno. (1997). *Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: UGM Press.
- Harsoyo. (1977). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Persada.
- Hartono. (2016). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian* . Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ma'ruf, M. A. (2017). *Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Founder dan Followers @nganjukkotabayu)*. *Skripsi*.
- Moleong, J., & Lexy. (2006). *Medologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nugroho. (2003). *Good Governance*. Bandung: Mandar Maju.
- Pratama, M. f. (2020). pengelolaan media sosial instagram oleh humas sebagai media informasi publik pada pemprov riau. *skripsi universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Putra, F. J. (2019). Tinjauan Terhadap Pengelolaan Akun Instagram @tangerangkota Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik. *Skripsi*.
- Ramadhani, J. P. (2020). Interaktivitas Akun Instagram @SATGASCOVID19.ID Sebagai Media Komunikasi Kebencanaan Di Indonesia. *Skripsi*.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Dipetik November 24, 2022, dari andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Romadhoni, A. (2017). Pengelolaan Aktivitas Akun Media Sosial Instagram @Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Skripsi*.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible*. Hoboken: John Wiley & Sons Ltd.
- Salama, N., & Chikudate, N. (2021). Religious influences on the rationalization of corporate bribery in Indonesia: a phenomenological study. *Asian Journal of Business Ethics*, 85-102.
- Salama, N., & Chikudate, N. (2023). Unpacking The Lived Experiences Of Corporate Bribery: a Phenomenological Analysis Of The Common Sense In The Indonesian Business World. *Social Responsibility Journal*, 446-459.
- Salama, N., El-Rahman, M., & Sholihin, M. (2020). Investigation Into Obedience In The Face Of Unethical Behavior. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 207-218.
- Sianipar. (1998). *Manajemen Pelayanan Masyarakat* . Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryosubroto. (1997). *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Taufiqurrochman, R. (2020). *Koin NU: Media Filantropi Nusantara*. Malang: UIN Maliki Press.
- Terry, G. R. (2006). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widyasari, K. L. (2018). *Seri Literasi Digital : Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Yin, R. (2012). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Zuhri, S. (2020). Pelayanan Informasi Akun Instagram Call 112 Surabaya (Studi Kualitatif Follower Akun Instagram @call 112 Surabaya sebagai Informasi Pelayanan Masyarakat Surabaya). *Public Administration Journal*, Vol. 2 No. 1.

LAMPIRAN

1. Lampiran Pedoman Wawancara

Berikut lampiran pertanyaan yang diajukan

a. Admin Pengelola Instagram Lazisnu Pati :

1. Context

- a. Apa saja isi dari akun instagram lazisnu pati ?
- b. Bagaimana penyampaian pesan di dalam akun instagram lazisnu pati?
- c. Mengapa lazisnu Pati menggunakan akun instagram sebagai media informasi publik?
- d. Bagaimana cara pengelolaan instagram tersebut agar menjadikan pelayanan informasi publik?
- e. Apa saja feedback yang diberikan Lazisnu pada masyarakat?

2. Communication

- a. Bagaimana cara lazisnu Pati merespon tanggapan dari khalayak masyarakat?
- b. Bagaimana cara lazisnu Pati mengemas pesan supaya diterima di kalangan masyarakat?
- c. Bagaimana Lazisnu mengajak masyarakat untuk mencari tau tentang Lazisnu ini?

3. Collaboration

- a. Bagaimana hubungan akun media instagram lazisnu Pati kepada masyarakat sekitar?
- b. Apakah masyarakat Pati terlihat aktif merespon konten yang dibagikan oleh media instagram lazisnu pati?
- c. Bagaimana respon masyarakat terhadap adanya akun media sosial ini?

4. Connection

- a. Bagaimana cara lazisnu pati menciptakan inovasi?
- b. Inovasi apa saja yang telah dibuat?
- c. Inovasi yang telah di jalankan apakah berdampak kepada masyarakat?
- d. Apa efek (before & after) dari adanya akun media instagram lazisnu pati?

2. Lampiran Dokumentasi

a. Gedung Lazisnu Pati



b. Wawancara bersama Admin Instagram



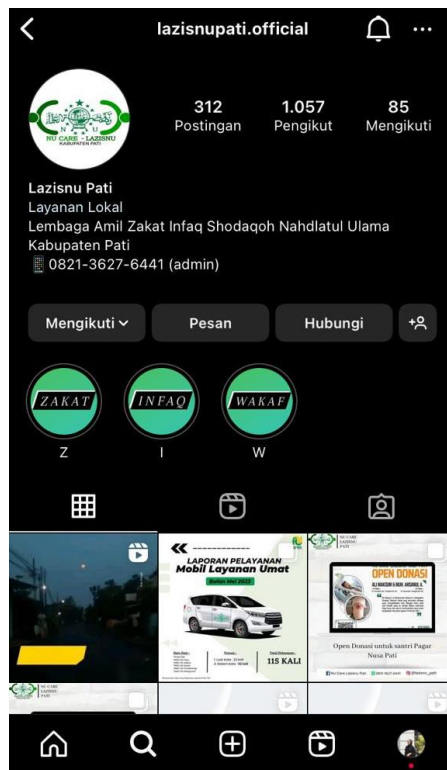
c. Wawancara Pegawai Lazisnu Pati



d. Tampilan postingan Instagram Lazisnu Pati



e. Tampilan Profil Instagram Lazisnu Pati



3. Lampiran Data Surat Perizinan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 5320/Un.10.4/K/KM.05.01/12/2022

27 Desember 2022

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.
Kepala Kantor Lazisnu Pati
di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Manunal Ahna' Adkhani
NIM : 1701026104
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Lazisnu Pati Jawa Tengah
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Bermaksud melakukan riset penggalan data di Lazisnu Pati Jawa Tengah. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

4. Lampiran Data Surat Balasan Lazisnu Pati



Surat Keterangan

No : 74/S/PC.LAZISNU.PATI/V/2023

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh

Dengan ini kami sampaikan, bahwa Mahasiswa dibawah ini :

Nama : Manunal Ahna' Adkhani
NIM : 1701026104
Lokasi Penelitian : Lazisnu Pati
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Instagram @lazisnupati.official Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Publik

Benar-benar sudah melakukan penelitian riset penggalan data di lazisnu Kabupaten Pati.
Demikian surat keterangan ini kami buat, agar digunakan sebagaimana mestinya.

Wallahul Muwafiq Ilaa Aqwaamith Thoriq
Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh

Pati, 27 Mei 2023 M

7 Dzulqa'dah 1444 H

LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAK SHODAQAH NAHDLATUL ULAMA
KABUPATEN PATI PROVINSI JAWA TENGAH
MASA KHIDMAT 2019 – 2024

Ketua


Muhammad Ni'am Sutaman, Lc, LEM PATI

Sekretaris



Feguh Santoso, M.Ag

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Manunal Ahna' Adkhani
Tempat, Tgl Lahir : Pati, 27 Maret 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Desa Tawangrejo RT 04/RW 06 Kec. Winong
Kab. Pati
Telepon : 087820401288
Email : manunalahnaadkhani@gmail.com

B. Riwayat/Pendidikan:

1. Pendidikan Formal
 - a. MI Roudlotusysyubban
 - b. MTS Roudlotusysyubban
 - c. MA NU Banat Kudus
 - d. UIN Walisongo Semarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren APIK Kudus