BAB IV

INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Analisis Data

Suatu penelitian diharapkan akan memperoleh hasil sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dalam penelitian. Hasil penelitian ini adalah data yang kemudian dianalisis dengan teknik dan metode yang telah ditentukan. Pada bab ini akan disajikan pembahasan hasil penelitian.

Dalam penelitian kualitatif analisis data merupakan tahap untuk menelaah data yang diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan proses pengumpulan data dilapangan.

Instagram merupakan salah satu media sosial populer di dunia, termasuk Indonesia yang memiliki berjuta anggota dari beragam tipe akun media sosial. Awal kehadiran Instagram dirintis sebagai aplikasi berbasis iOS, yang kemudian justru dipopulerkan dan dibesarkan namanya oleh para pengguna android.

Disusun dari dua kata, “insta” dan “gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “instan” atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah “instan” merupakan sebutan lain dari kamera polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bebrapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata “gram” diambil dari “telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini.

Keistimewaan media sosial Instagram dengan media sosial lain yaitu serangkaian fitur dan aplikasinya, mulai dari pemakaian *filter* hingga optimalisasi *hashtag* untuk mengelompokkan tema foto. Pada dasarnya media sosial Instagram ini dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi, jadi fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil optimal.

Untuk saat ini semakin banyak orang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat ampuh. Kecenderungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar dan foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Fenomena lain yang sangat menarik dari instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuannya adalah memperoleh jumlah *follower* sebanyak-banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak *selebtwit* di Indonesia. Begitu pula dengan dunia Instagram yang melahirkan sejumlah *selebgram* dengan ribuan bahkan jutaan *follower*. Ketika seseorang sudah punya banyak *follower*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah *vendor* untuk memasang iklan di akun Instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai *buzzer* yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di Instagram atau media sosial lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian atau kerja lapangan sebagaimana yang ditulis dalam penyajian data.

1. Pertimbangan pemilihan instagram sebagai media publikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya.

   Humas Pemerintah Kota Surabaya memilih Instagram sebagai media publikasinya yaitu karena pada saat ini media sosial sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar penduduk Kota Surabaya. Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dan ini membuat seluruh masyarakat tergantung dengan media sosial. Untyuk saat ini media sosial instagram sedang digandrungi oleh sebagian besar masyarakat Surabaya, terutama dikalangan anak muda. Hal ini yang mendasari pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya membuat dan menggunakan instagram sebagai media publikasi mereka.

   Bapak Fikser selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya mengatakan “Untuk akun dari @humaspemkotsurabaya sendiri sudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lama ada tetapi untuk saat sekarang ini kita lebih menekankan karena seperti yang kita tahu media saat ini sangat memiliki pengaruh besar bagi seluruh masyarakat."

Menurut bapak Fikser media saat ini memiliki pengaruh yang besar bagi seluruh masyarakat, media baik dalam bentuk *offline* maupun *online*.

Karena alasan itulah pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya menggunakan Instagram sebagai salah satu media publikasi mereka. Dapat dikatakan media sosial instagram yang sedang didongkrak popularitasnya oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya hanyalah sebagai ikut-ikutan yang mana mereka terlalu memaksakan, seperti contoh, admin yang tidak fokus pada media sosial instagram tetapi merangkap sebagai editing dan diakui sendiri oleh Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya bahwa pihaknya tidak memiliki SDM khusus.

Hal ini justru membuat media sosial instagram milik Humas Pemerintah Kota Surabaya kurang dapat berjalan sesuai dengan apa yang sudah diharapkan.

2. Hambatan-hambatan yang dilalui oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mengembangkan Instagram milik Humas Pemerintah kota Surabaya

   hambatan-hambatan pasti ada dalam hal apapun tidak terkecuali hambatan yang di lalui oleh pihak Pemerintah Kota Surabaya dalam mengembangkan akun Instagram mereka. Hambatan-hambatan yang dilalui oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam prosesnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan akun Instagram mereka saat ini masih dapat di atasi, seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya Bapak Fikser "hambatan-hambatan pasti ada untuk saat ini kita masih bisa mengatasi hambatan-hambatan yang ada".

Hambatan-hambatan itu banyak dari internal maupun eksternal. Hambatan tersebut seperti kurangnya SDM khusus untuk mengelola akun-akun media sosial Humas Pemerintah Kota Surabaya, spam-spam iklan semabarang di akun sosial media milik Humas.

Bapak fikser menjelaskan bahwa SDM bukan hanya sekedar untuk *upload* dan membalas pertanyaan-pertanyaan pada kolom komentar tetapi tenaga SDM yang dapat membawa akun sosial media Instagram kedepan menjadi lebih dari sebelumnya. Memiliki pandangan kedepan untuk kemajuan sosial media milik Humas Pemerintah Kota Surabaya yang baik dan dapat efektif untuk dijadikan sebagai media promosi dan publikasi mengenai Pemerintah Kota Surabaya.

3. Tahapan-tahapan yang dilakukan sebelum penggunggahan.

   Dalam suatu proses publikasi dan promosi pasti ada tahapan-tahapan yang harus dilalui begitu pula pada proses tahap yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mempublikasikan Surabaya melalui akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya.

   Seperti yang di jelaskan oleh Mas Yudi selaku admin dari akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya, yaitu :

   a. Sistem yang digunakan meliputi *regram* dan *upload*, *regram* yaitu istilah yang digunakan untuk me *re-post* sebuah foto di instagram,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

repost yaitu berarti berbagi postingan milik orang lain. Sedangkan untuk *upload* sendiri seperti dalam akun sosial media lainnya sistem selain *regram* dapat pula melakukan *upload* langsung dari pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya.

b. Me-*regram* foto yang sudah menandai akun Humas Pemerintah Kota Surabaya, dalam hal ini admin dari akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya dapat melakukan *regram*. *Regram* pun tidak sembarangan dilakukan oleh pihak Pemerintah Kota Surabaya, *regram* harus sesuai dengan apa yang menjadi tema pada saat itu dan pihak yang meng*upload* harus melakukan *tagging* pada akun instagram Humas agar dapat di *regram* oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya.

c. Meng*upload* foto yang di ambil oleh fotografer Humas sendiri, selain me*regram* cara menyampaikan pesan pada Instagram yaitu dengan cara meng*upload* sendiri foto-foto milik Humas, foto-foto yang diambil oleh fotografer pihak Humas.

d. Pemilihan pengunggahan sesuai dengan tema yang diberikan, akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya setiap bulannya memiliki tema-tema tersendiri tetapi tetap seputar Surabaya, tema-tema tersebut ditentukan dan dijadikan lomba bulanan yang memiliki *reward* tersendiri bagi yang mengikuti lomba-lomba tersebut.

e. Pemilihan tidak terlalu rumit, asal sesuai dengan syarat yang diberikan maka foto tersebut akan di *regram*, seperti yang dijelaskan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh Mas Yudi mengenai bagaimana pemilihan unggahan sebelum melakukan *regram* maupun *upload* ia menjelaskan bahwa tidak ada kriteria khusus yang diberikan asal sesuai dengan tema dan foto tersebut benar-benar menggambarkan Surabaya maka akan di *regram* oleh akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya, tetapi setiap foto yang di *regram* bukan berarti ia yang menjadi juara. Pemilihan juara tetap ada proses-proses tertentu seperti rapat khusus yang di lakukan oleh admin dari akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya, Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya dan fotografer Humas Pemerintah Kota Surabaya.

4. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya untuk mendongkrak akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya

   Upaya pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam meningkatkan popularitas dari akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya yaitu dengan cara mengadakan lomba-lomba. Lomba-lomba yang diadakan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya yaitu setiap bulan, setiap bulan akan ada 3 pemenang yang dipilih oleh pihak humas melalui rapat. 3 pemenang tersebut mendapatkan *reward* masing-masing sesuai dengan juara yang mereka dapatkan. Cara ini dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya agar para pengguna Instagram secara tidak langsung yang mengikuti lomba-lomba tersebut juga mempublikasikan Surabaya melalui akun Instagram mereka. Cara ini dirasa pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya lebih murah, mudah dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

efektif. Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya, bahwa cara-cara seperti mengadakan lomba-lomba itu cukup efektif dilakukan karena kita sangat terbantu oleh akun-akun lain milik perorangan yang mengikuti lomba-lomba tersebut hingga Surabaya dapat lebih terpublikasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, temuan penelitian dari penelitian instagram sebagai media publikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya yaitu :

1. Media sosial instagram sebagai akun yang sedang di dongkrak oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya.

   Saat ini media sosial sudah bukan menjadi hal yang tabu lagi untuk rata-rata kalangan, seperti yang utarakan oleh kepala bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya Bapak Fikser dalam wawancara singkatnya ia berkata bahwa media sosial saat ini sangat besar pengaruhnya. Banyak sekali media sosial tetapi pihak Pemerintah Kota Surabaya memilih Instagram sebagai salah satu media pubikasi mereka yang sedang mereka dongkrak. Tidak dapat dipungkiri memang media sosial Instagram saat ini sedang naik daun, hampir seluruh anak muda memiliki akun sosial media Instagram terutama kalangan anak muda di kota besar seperti Surabaya.

   Humas Pemerintah Kota Surabaya menggunakan Instagram sebagai salah satu media pubikasi dan promosi mereka, tujuan mereka menggunakan Instagram ini agar masyarakat dapat lebih mengenal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya tidak hanya melalui media surat kabar, televisi dan media-media lain tetapi juga media sosial. Pemerintah Kota Surabaya menjadikan Instagram sebagai salah satu sarana mereka untuk membuat warga Surabaya saling berbagi informasi apapun mengenai Surabaya. Sistem *tagging* yang ada pada Instagram membuat para pemakai Instagram dapat membagi apapun mengenai Surabaya.

Masyarakat dan pihak humas Pemerintah Kota Surabaya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi satu sama lain. Sadar akan pengaruh yang besar dari masyarakat, Pemerintah Kota Surabaya mengajak masyarakat untuk turut mempromosikan Surabaya dengan mengadakan lomba-lomba foto.

2. Pemrosesan pesan yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mengunggah pesan dalam akun instagram mereka tidak ada kriteria yang terlalu khusus, yaitu unggahan-unggahan tersebut harus behubungan dengan Kota Surabaya.

   Resolusi dari gambar/unggahan tidak boleh yang terlalu rendah supaya gambar tersebut tidak pecah ketika sudah di unggah, karena seperti yang kita ketahui bahwa instgram dapat dikatakan album foto dalam bentuk *digital* yang bisa dilihat oleh semua orang. Oleh karena itu foto/gambar yang di unggah harus memiliki resolusi yang bagus, untuk jadwal pengunggahan pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya tidak pernah membatasi unggahan asal dilakukan setiap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hari baik itu foto milik Humas Pemerintah Kota Surabaya sendiri maupun foto yang me-*repost* milik orang lain.

3. Kurangnya SDM yang menguasai di bidang media sosial.

   Untuk hambatan dan dukungan yang dilalui oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam membesarkan akun instagram mereka untuk saat ini yaitu tersebut, bukan hanya yang dapat mengunggah, membalas komentar, *mention, tagging, repost* saja tetapi ia juga harus memiliki pandangan mau dibawa kemana media sosial milik Humas Pemerintah Kota Surabaya ini kedepannya, karena untuk saat ini admin dari akun instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya bukan admin yang khusus melainkan *editor* yang tugasnya mengedit video dan liputan-liputan. Keterbatasan dana untuk memiliki SDM sesuai dengan kriteria yang disebutkan oleh Bapak Fikser selaku Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Surabaya merupakan salah satu hambatan dalam membesarkan akun sosial media milik Humas Pemerintah Kota Surabaya.

4. Humas Pemerintah Kota Surabaya membuat lomba-lomba sebagai salah satu upaya mereka untuk menjadikan instagram milik Humas Pemerintah Kota Surabaya lebih dikenal dan memiliki banyak *followers*.

   Humas Pemerintah Kota Surabaya mengadakan lomba-lomba foto yang berhubungan dengan Kota Surabaya, Humas Pemerintah Kota

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya memiliki tema-tema berbeda untuk setiap bulannya, tema-tema dalam lomba tersebut seluruhnya berkaitan dengan Kota Surabaya dan kegiatan-kegiatan yang ada di Kota Surabaya seperti pasar-pasar yang ada di Kota Surabaya, taman-taman yang ada di Kota Surabaya, gedung-gedung yang ada di Surabaya dan lain-lain. Lomba tersebut diadakan setiap bulan, untuk setiap bulannya Humas Pemerintah Kota Surabaya mengambil 3 pemenang yang dirasa foto yang perserta tersebut unggah memenuhi syarat sebagai pemenang dari lomba tersebut. Adapun *reward* dari lomba tersebut yaitu juara pertama mendapatkan uang sebesar Rp 500.000, juara kedua sebesar Rp 300.000 dan juara ketiga sebesar Rp 200.000. pemberian *reward* ini yaitu salah satu cara Humas Pemerintah Kota Surabaya supaya instagram sereka ramai dan dapat menjadi media publikasi mereka.

B. Konfirmasi dengan Teori

Untuk menghasilkan teori yang baru atau pengembangan teori yang sudah ada, maka hasil dari penelitian ini dicari referensinya dengan teori-teori yang sudah ada dan berlaku dalam ilmu pengetahuan. Sebagai langkah selanjutnya dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara temuan dengan teori yang sudah ada relevansinya atau kesesuaian dengan temuan tersebut.

1. Media sosial instagram sebagai akun yang sedang di dongkrak oleh pihak humas pemerintah kota surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan dari hasil temuan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya menggunakan instagram sebagai salah satu media publikasi mereka.

Dalam tahap agenda setting media memfokuskan dalam hal pengaruh, pengaruh pertama yaitu representasi. Reperesentasi yaitu ukuran atau derajat dalam hal seberapa besar agenda media atau apa yang dinilai penting oleh media dapat menggambarkan apa yang dianggap penting oleh masyarakat.[1] dalam hal ini media dapat menggambarkan apa yang dianggap penting oleh masyarakat.

Disini Humas Pemerintah Kota Surabaya menggambarkan apa yang dianggap penting oleh masyarakat, menurut Humas Pemerintah Kota Surabaya saat ini media sosial dianggap penting atau dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer bagi sebagian besar kalangan masyarakat salah satunya instagram oleh karena itu Humas Pemerintah Kota Surabaya menggunakan media sosial salah satunya instagram sebegai media publikasi mereka. Instagram dirasa cukup efektif sebagai media publikasi mereka karena tidak hanya masyarakat Surabaya saja yang dapat melihat dan mengetahui unggahan-unggahannya tetapi juga seluruh kalangan dan lapisan masyarakat asalkan mereka memiliki instagram.

2. Pemrosesan pesan yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mengunggah pesan dalam akun instagram

[1] Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa,...,* hlm. 497.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka tidak ada kriteria yang terlalu khusus, yaitu unggahan-unggahan tersebut harus behubungan dengan Kota Surabaya.

Pemrosesan pesan dalam akun instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam teori agenda setting masuk pada pengaruh yang kedua yaitu . persistensi yaitu mempertahankan kesamaan agenda antara apa yang menjadi isu media dan apa yang menjadi isu publik.[2] Pemrosesan pesan masuk dalam persistensi karena dalam upaya untuk mempertahankan kesamaan antara pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dengan masyarakat yaitu dengan mengikuti apa yang menjadi isu di masyarakat saat, bagaimana penggunggahan, apa yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat mengenai Surabaya pada saat itu.

Oleh karena itu pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya harus selalu memperbaharui isu-isu yang ada pada masyarakat supaya dapat menyamakan persepsi dengan sebagian besar masyarakat, contohnya seperti pada saat adanya festival-festival yang ada di Surabaya salah satunya festival layang-layang internasioanl yang diadakan setiap tahunnya di Surabaya, hal ini membuat masyarakat yang tidak dapat ikut dalam festival tetap dapat melihat bagaimana kemeriahannya melalui unggahan-unggahan dari akun instagram milik Humas Pemerintah Kota Surabaya.

[2] Ibid. hlm. 498.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Hambatan-hambatan yang dilalui oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mengembangkan Instagram milik Humas Pemerintah kota Surabaya

   Selain representasi tahapan agenda setting selanjutnya yaitu presistensi, persistensi yaitu mempertahankan kesamaan agenda antara apa yang menjadi isu media dan apa yang menjadi isu publik.[3] Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam menggembangkan instagram milik mereka banyak hal-hal yang menghambatnya dalam hal ini Pemerintah Kota Surabaya selalu memaksimalkan bagaimana menyelesaikan hambatan-hambatan tersebut supaya media sosial instagram mereka tetap dapat menjadi media publikasi mereka. Dalam hal ini kurangnya SDM menjadi salah satu hambatan yang dirasa pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya cukup besar selain hambatan-hambatan lain yang masih bisa ditanggulangi oleh pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya, contohnya yaitu isu-isu yang berkembang di masyarakat.

   Humas Pemerintah Kota Surabaya selalu mengikuti isu-isu yang ada pada publik dan isu-isu yang ada pada media hingga tidak kehilangan informasi dan dapat tetap mempertahankan kesamaan agenda dengan publik.

4. Pemerintah Kota Surabaya membuat lomba-lomba sebagai salah satu upaya mereka untuk menjadikan instagram milik Humas

[3] Ibid. hlm. 498.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemerintah Kota Surabaya lebih dikenal dan memiliki banyak *followers*.

Tahapan teori agenda setting selanjutnya yaitu persuasi, persuasi dalam hal ini yaitu media memengaruhi agenda publik yang disebut dengan persuasi.[4]

Hasil penelitian ini Humas Pemerintah Kota Surabaya melakukan upaya-upaya dalam mendongkrak akun instagram mereka yaitu dengan cara-cara yang dapat menarik perhatian masyarakat, salah satunya dengan cara lomba-lomba foto yang tetap melibatkan Kota Surabaya sebagai objek foto mereka dan memberikan *reward* pada mereka yang dirasa pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya memenuhi syarat sebagai juara.

Lomba-lomba yang diadakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya pun secara terus menerus setiap bulannya, dengan memberikan *reward* maka masyarakat akan banyak yang memngikuti lomba tersebut hingga membuat instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya lebih dikenal dan dapat menjadi media promosi serta publikasi mereka.

[4] Ibid. hlm. 498.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id