

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfo) Kabupaten Purworejo merupakan perangkat daerah yang resmi berdiri pada tanggal 1 Januari 2017. Sejak awal pendiriannya, dinas ini dipimpin oleh Drs. Sigit Budimulyanto, M.M., selaku kepala dinas. Kantor Dinkominfo Kabupaten Purworejo berlokasi di Jalan Proklamasi No. 2, Purworejo, dengan kode pos 54111. Pada tahun 2019 hingga tahun 2022 terdapat Plt. Kepala Dinas yaitu Stephanus Aan Isa Nugroho, S.STP., M.Si. Pada awal berdiri, dinas ini diberi nama Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) akan tetapi di tahun 2021 ada pergantian nomenklatur berdasarkan Peraturan Bupati Purworejo Nomor 93 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas & Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik & Persandian Kabupaten Purworejo (2021). Sehingga pada awal tahun 2022 Dinkominfo Kabupaten Purworejo resmi menjadi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfo) Kabupaten Purworejo yang dipimpin oleh Yudhie Agung Prihatno, S.STP., M.M. hingga sekarang. Dinkominfo Kabupaten Purworejo memiliki tanggung jawab untuk mendukung Bupati dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan yang meliputi bidang komunikasi dan informatika, statistik, serta persandian, berdasarkan pada kewenangan yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah. Dinkominfo Kabupaten Purworejo terbagi menjadi tiga bidang utama yaitu Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP); Bidang Teknologi Informatika, Statistik dan Persandian (TISP); serta Bidang Pengembangan dan Pengelolaan Layanan Kota Cerdas (PPLKC). Instansi ini berperan penting dalam mendukung terwujudnya komunikasi publik yang efektif antara pemerintah serta masyarakat.

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfo) Kabupaten Purworejo merupakan instansi pemerintahan

daerah yang memiliki tugas pokok dalam membantu Bupati menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika, statistik, serta persandian, sesuai dengan kewenangan yang dimiliki oleh pemerintah daerah. Sebagai lembaga strategis dalam pengelolaan informasi publik, Dinkominfoasandi memiliki sejumlah fungsi utama, antara lain merumuskan dan melaksanakan kebijakan teknis yang berkaitan dengan penyelenggaraan informasi dan komunikasi publik, pengembangan teknologi informasi, pengelolaan data statistik daerah, serta pengamanan informasi melalui sistem persandian. Selain itu, Dinkominfoasandi juga berperan aktif dalam mendukung pengembangan konsep (*smart city*) di Kabupaten Purworejo, yang mengintegrasikan teknologi digital dalam pelayanan publik dan tata kelola pemerintahan yang efisien. Pelaksanaan tugas tersebut dilakukan melalui penyelenggaraan program-program strategis yang berkaitan dengan penyebaran informasi, pelayanan data, serta edukasi publik. Dalam konteks tersebut, upaya penyebarluasan informasi melalui media visual seperti video *company profile* menjadi penting sebagai sarana memperkenalkan tugas, fungsi, serta program kerja Dinkominfoasandi secara lebih efektif kepada masyarakat. Pembuatan video ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman publik terhadap peran dinas serta memperkuat citra kelembagaan pemerintah daerah di era digital.

Dinkominfoasandi juga bertanggung jawab atas pengelolaan berbagai layanan publik digital seperti Permohonan Informasi Publik (PPID), layanan pengaduan masyarakat melalui Porjo, penyebaran data statistik sektoral, siaran Radio Irama FM, pusat komando (*command center*) untuk mendukung *smart city*, serta layanan keamanan siber dan persandian antar OPD. Dalam menjalankan fungsinya sebagai penghubung komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, Dinkominfoasandi menggunakan berbagai platform digital untuk mendistribusikan informasi kepada publik. Platform tersebut antara lain: Instagram (@kominfo_purworejo), *YouTube* (KOMINFO PURWOREJO), website resmi Purworejo.go.id, Facebook dan WhatsApp Broadcast Group antar-OPD, serta Radio Irama FM 106.7 MHz sebagai media siaran lokal. Melalui platform-platform

tersebut, Dinkominfoisasi menyampaikan liputan kegiatan pemerintah daerah, pengumuman layanan, sosialisasi program, hingga kampanye literasi digital.

Instansi pemerintah saling berkompetisi untuk menyediakan pelayanan terbaik secara online dengan cara yang lebih mudah di jangkau melalui berbagai platform media sosial. Ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial sekarang menjadi sumber informasi utama dan bisa menyebarkan informasi dengan cepat serta mudah melalui media sosial sehingga dapat di akses oleh masyarakat dari berbagai latar belakang (Trisantosa et al., 2022). Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi, media sosial juga merepresentasikan identitas kelembagaan dari suatu instansi. Oleh karena itu, pengelolaan akun media sosial perlu dilakukan secara serius, profesional, dan terarah guna menjaga citra institusi di ruang publik digital (Ali, 2023).

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi terjadi perubahan signifikan dalam cara instansi pemerintah melakukan promosi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Dahulu promosi instansi pemerintah umumnya dilakukan melalui media konvensional seperti brosur, pamflet, spanduk, surat kabar atau acara tatap muka langsung seperti penyuluhan dan seminar. Metode ini memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan audiens, kecepatan penyebaran informasi, serta biaya operasional yang cenderung tinggi.

Memasuki era digital, strategi promosi pemerintah mengalami transformasi yang signifikan. Pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, memanfaatkan berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan situs web resmi instansi sebagai kanal utama penyampaian informasi publik (Santoso et al., 2020). Pemanfaatan platform digital tersebut memungkinkan terjadinya interaksi dua arah secara lebih cepat, efektif, serta menjangkau masyarakat dari berbagai lapisan usia, wilayah, dan latar belakang sosial. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada perangkat digital untuk memperoleh informasi didorong oleh peningkatan penetrasi internet di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII (2024), tingkat penetrasi internet nasional meningkat dari 78,1% pada tahun 2023 menjadi 79,5% pada awal tahun 2024, dengan jumlah pengguna

mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa (APJII, 2024). Kepemilikan internet rumah tangga diproyeksikan mencapai 58,41 juta pada tahun 2025, sementara cakupan jaringan 4G dan 3G telah menjangkau 100% wilayah. Selain itu, mayoritas akses internet di Indonesia dilakukan melalui mobile broadband dengan 121 langganan per 100 penduduk, sedangkan fixed broadband baru mencakup sekitar 21% rumah tangga hingga akhir 2024 (APJII, 2024). Kondisi tersebut menempatkan media sosial dan situs web resmi instansi sebagai saluran utama komunikasi pemerintah dengan publik.

Dalam konteks pemerintahan, penggunaan media sosial telah terbukti meningkatkan rasa percaya publik terhadap pemerintah apabila dijalankan dengan transparansi, interaktivitas, dan keterlibatan aktif publik (Marpianta & Hendriyani, 2019). Studi lain mencatat bahwa frekuensi interaksi yang tinggi dan konten visual seperti foto dan video meningkatkan keterlibatan audiens terhadap akun media sosial pemerintah daerah (Aji et al., 2023; Ernungtyas et al., 2024).

Pada hakikatnya, penyebaran informasi kepada masyarakat memerlukan pemanfaatan berbagai media informasi publik serta saluran komunikasi yang dikelola oleh pemerintah. Hal ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya menerima dan memahami informasi yang disampaikan, tetapi juga memiliki pengetahuan yang memadai mengenai program-program yang dijalankan oleh pemerintah. Melalui strategi komunikasi yang tepat, diharapkan masyarakat dapat memberikan partisipasi dan dukungan terhadap sistem, kebijakan, maupun program yang telah dirancang, sehingga tercipta hubungan yang sinergis antara pemerintah dan publik. Dalam konteks diseminasi informasi publik, Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo memegang peran serta tanggung jawab penting dalam menghimpun serta mengelola data dan informasi terkait berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Purworejo, untuk kemudian disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk informasi publik.

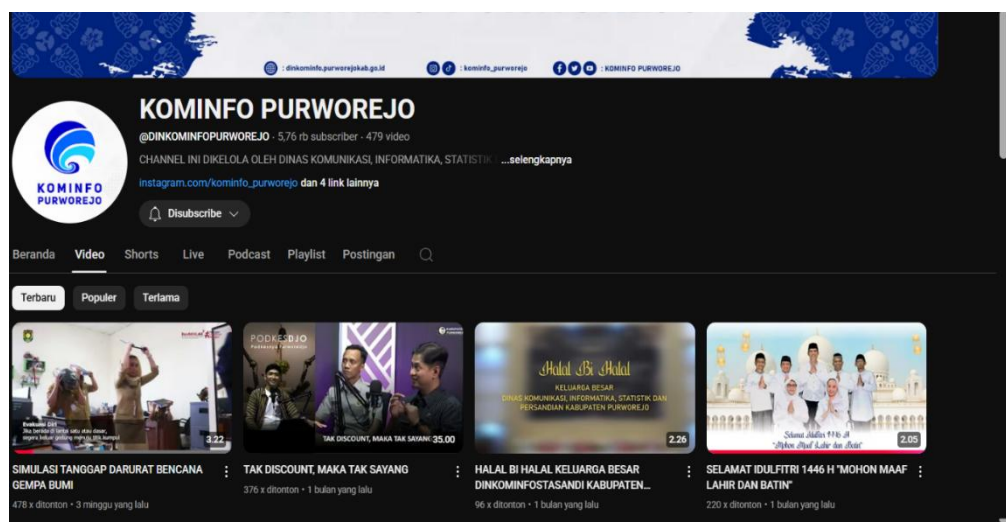
Informasi yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) kepada masyarakat mencakup data yang diperoleh melalui kegiatan peliputan, yang disajikan dalam bentuk visual seperti gambar maupun video, lengkap dengan narasi atau keterangan pendukungnya.

Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo, dalam menjalankan fungsinya, lembaga tersebut menjalin kemitraan dengan berbagai media massa dan saluran komunikasi lainnya guna memastikan informasi yang diberikan bisa tersebar secara merata serta dapat dipahami oleh masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa proses publikasi merupakan bagian dari penyampaian data yang, meskipun dapat dikendalikan oleh suatu lembaga, tetap harus melalui peran para penjaga gerbang informasi (*gatekeepers*), seperti editor, jurnalis, reporter, dan direktur program, yang bertugas mengolah serta menyempurnakan informasi tersebut sebelum sampai kepada publik (Wardhani, 2008:159).

Penyampaian program pemerintah kepada masyarakat merupakan aspek yang krusial dalam mewujudkan transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas publik. Dalam konteks ini, Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo memegang peranan strategis sebagai perpanjangan tangan Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam melaksanakan diseminasi informasi terkait penyelenggaraan pemerintahan. Dinas ini memiliki tugas dan fungsi utama dalam menyampaikan berbagai informasi publik secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipahami oleh masyarakat luas. Selain itu, Dinkominfoasandi juga berperan sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat. Fungsi ini mencakup kegiatan sosialisasi, publikasi, dan kampanye informasi mengenai program dan kebijakan yang telah dirumuskan oleh Pemerintah Kabupaten Purworejo. Dengan demikian, keberadaan Dinkominfoasandi tidak hanya mendukung keterbukaan informasi publik, tetapi juga memperkuat hubungan timbal balik antara pemerintah dan warga dalam rangka menciptakan tata kelola pemerintahan yang partisipatif dan responsif.

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan salah satu fungsi manajerial yang memiliki peran strategis dalam membangun serta memelihara hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Relasi yang efektif antara kedua pihak diyakini dapat berkontribusi langsung terhadap keberhasilan ataupun kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Public relations atau hubungan masyarakat (humas) yakni satu di antara fungsi manajemen yang berfokus pada upaya menjalin interaksi dengan publik melalui berbagai

bentuk komunikasi serta media lainnya, dengan tujuan menciptakan pengertian satu sama lain, kepercayaan, simpati, serta mendapatkan pengakuan, penerimaan, serta dukungan pada tiap kebijakan maupun prosedur yang diterapkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.



Gambar 1. 1 Halaman *YouTube* Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo

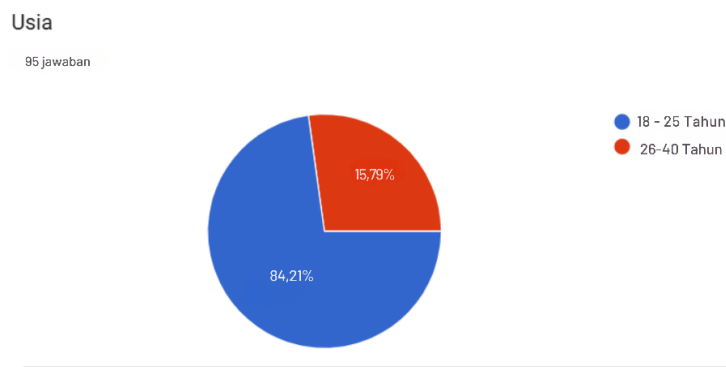
(<https://www.YouTube.com/@DINKOMINFOPURWOREJO>)

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya akses masyarakat terhadap media digital, peran media sosial sebagai saluran komunikasi publik menjadi sangat krusial bagi instansi pemerintah. YouTube merupakan satu di antara platform media sosial yang paling terkenal di kalangan masyarakat dan telah berkembang menjadi sarana utama dalam distribusi informasi berbasis audio-visual. Hal ini selaras dengan data artikel yang ditulis oleh Andreas Daniel Panggabean dalam laman *website* rri.co.id, yang menunjukkan bahwa lebih dari 53,8% pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna aktif *YouTube*, terutama dari kelompok usia produktif 18 - 40 tahun (Panggabean, 2024).

Merespons perkembangan tersebut, Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo telah membentuk kanal resmi di platform youtube dengan nama KOMINFO PURWOREJO (@DINKOMINFOPURWOREJO), yang diresmikan pada tanggal

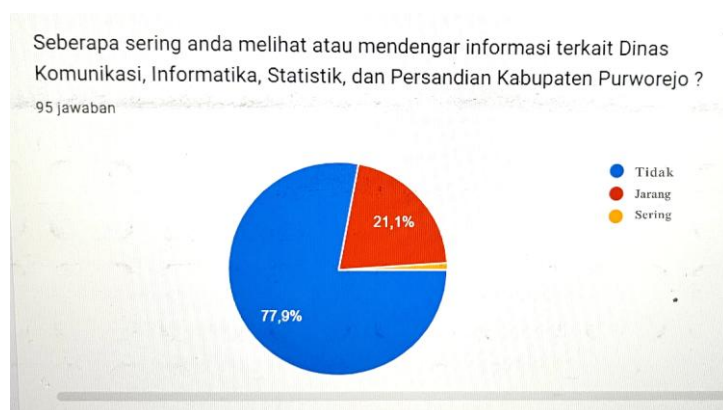
30 Mei 2018. Kanal ini memiliki lebih dari 5.760 pelanggan dengan 479 video yang telah diunggah. Kanal *YouTube* KOMINFO PURWOREJO menyajikan beragam konten video yang mencerminkan aktivitas, layanan, dan program pemerintah Kabupaten Purworejo melalui Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي). Beberapa konten menampilkan liputan kegiatan resmi pemerintah seperti simulasi tanggap darurat bencana gempa bumi, yang tidak hanya bersifat informatif namun juga edukatif. Kanal tersebut juga menyajikan konten hiburan yang bersifat informatif, salah satunya melalui program “Podkesdjo - Tak Discount Maka Tak Sayang,” yang dirancang untuk menjalin komunikasi dua arah antara pemerintah serta masyarakat dalam bentuk tayangan podcast. Selain itu, kanal ini digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi publik penting seperti pengumuman layanan, sosialisasi program pemerintah, dan kampanye literasi digital. Video-video yang diunggah umumnya bersifat dokumentatif dan komunikatif, menampilkan berbagai kegiatan instansi seperti pelatihan, seminar, penyuluhan, serta kolaborasi lintas sektor. Kanal ini juga berfungsi sebagai sarana komunikasi visual pemerintah daerah yang diarahkan untuk memperkuat transparansi informasi, memperluas jangkauan publik, serta membangun citra institusional yang profesional. Namun, meskipun kanal ini aktif dengan ratusan video, hasil observasi menunjukkan bahwa belum tersedia *video company profile* yang menyajikan informasi secara komprehensif mengenai visi, misi, struktur organisasi, program, dan layanan Dinkominfoستاساندي. Ketiadaan konten representatif ini menunjukkan adanya kebutuhan akan produksi media visual yang lebih terstruktur dan strategis untuk mendukung branding kelembagaan dan memperkuat hubungan pemerintah dengan masyarakat melalui media digital.

Kemudian untuk mendukung tujuan penelitian ini penulis melakukan pra-survei pada tanggal 5 Maret - 10 April 2025 kepada 95 responden dari Masyarakat Kabupaten Purworejo mengenai pengetahuan tentang Dinkominfoستاساندي Kabupaten Purworejo bagaimana masyarakat mencari informasi dengan hasil berikut;



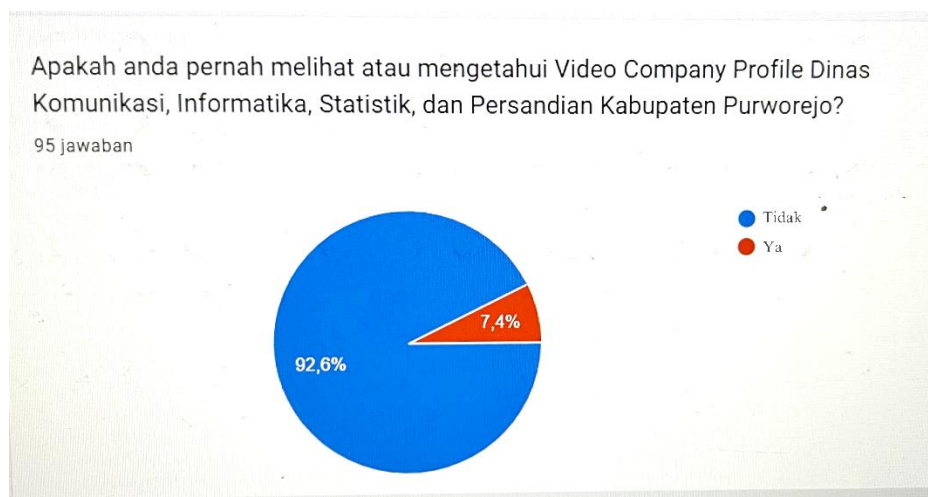
Gambar 1. 2 Usia Responden

Berdasarkan aspek usia, mayoritas responden (84,21%) berada dalam rentang usia 18–25 tahun, sementara sisanya (15,79%) berada pada rentang usia 26–40 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda lebih dominan dalam memberikan tanggapan terhadap survei yang dilakukan. Hal ini dapat menjadi indikator bahwa media penyebaran informasi publik yang digunakan oleh Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo lebih banyak menjangkau kalangan usia produktif awal. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik ke depan perlu mempertimbangkan pendekatan yang lebih inklusif agar mampu menjangkau kelompok usia yang lebih luas, khususnya usia dewasa yang mungkin memiliki keterlibatan langsung terhadap kebijakan dan layanan publik yang disediakan.



Gambar 1. 3 Seberapa sering anda melihat atau mendengar informasi terkait Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Purworejo

Pada aspek frekuensi, sebagian besar responden (77,9%) menyatakan tidak pernah melihat atau mendengar informasi terkait Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo. Sementara itu, 21,1% menjawab jarang, dan hanya sebagian kecil (kurang dari 1%) yang mengaku sering mendapatkan informasi. Temuan tersebut menguatkan kesimpulan sebelumnya bahwa informasi yang dilakukan oleh dinas terkait masih belum berjalan secara efektif dan belum mampu menjangkau masyarakat secara luas. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan strategi komunikasi publik dan penguatan promosi kelembagaan guna mendorong peningkatan pemahaman masyarakat terhadap tugas, fungsi, serta program-program yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo.



Gambar 1. 4 Apakah anda pernah melihat atau mengetahui Video *Company profile* Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Purworejo

Hasil survey memperlihatkan bahwasanya sebesar 92,6% responden menyatakan belum pernah melihat atau mengetahui video *company profile* dari Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo. Hanya 7,4% responden yang mengaku pernah mengetahui atau melihat video tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa eksistensi dan distribusi video *company profile* masih belum optimal dalam menjangkau masyarakat luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi penyebaran informasi yang lebih efektif melalui optimalisasi pemanfaatan media sosial serta

integrasi dengan berbagai kegiatan promosi lainnya guna meningkatkan jangkauan dan keterlibatan publik terhadap informasi yang disampaikan.



Gambar 1. 5 Media sosial apa yang sering anda gunakan untuk mencari informasi terkait

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Purworejo

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari 95 responden, mayoritas masyarakat mengetahui informasi tentang Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Purworejo melalui platform *YouTube*, dengan persentase sebesar 76,8%. Temuan ini mengindikasikan bahwa *YouTube* merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan informasi terkait instansi yang dimaksud. Sementara itu, sumber informasi lain seperti Instagram dan TikTok masing-masing hanya berkontribusi sebesar 10,5%, dengan sebagian kecil responden memperoleh informasi melalui platform lain seperti Facebook, X (Twitter), situs web resmi, media berita daring, serta acara resmi pemerintah. Rendahnya persentase dari berbagai kanal tersebut menunjukkan perlunya optimalisasi diseminasi informasi melalui beragam saluran komunikasi digital guna memperluas jangkauan dan pemerataan akses informasi di kalangan masyarakat.

Berdasarkan data dari kuesioner tersebut, dapat dikatakan bahwa banyak dari para responden sering mencari informasi sebuah instansi melalui media sosial *YouTube* yang artinya penting bagi sebuah instansi memiliki akun media sosial *YouTube* untuk media penyebaran informasi untuk mempermudah masyarakat

terutama untuk masyarakat Kabupaten Purworejo yang memerlukan informasi serta layanan tentang Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo.

Upaya peningkatan sarana informasi publik di Kabupaten Purworejo diarahkan untuk memperluas jangkauan penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya, proses ini tidak terlepas dari berbagai kendala yang menjadi faktor penghambat. Untuk itu, dibutuhkan strategi yang tepat guna mendukung optimalisasi sarana informasi publik di daerah tersebut. Secara etimologis, strategi merujuk pada suatu proses yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui rangkaian tindakan terencana, yang dilandaskan pada pengambilan keputusan manajerial yang tepat serta pemanfaatan sumber daya secara optimal. Dalam perumusannya, strategi perlu mempertimbangkan berbagai faktor internal maupun eksternal yang berpotensi memengaruhi efektivitas pencapaian tujuan tersebut.

Strategi merupakan sasaran jangka panjang yang disusun berdasarkan keterkaitan antara berbagai elemen, termasuk dalam hal pemanfaatan dan pengalokasian aset-aset penting untuk mencapai tujuan tertentu (Chandler dalam Rangkuti, 2006:4). Dalam proses perumusan dan perencanaan tujuan jangka panjang tersebut, pemanfaatan sumber daya yang tersedia menjadi hal yang esensial, mengingat sumber daya berperan sebagai instrumen utama dalam mendukung pencapaian target yang telah ditetapkan dalam strategi.

Company profile merupakan aset strategis dalam konteks kelembagaan karena memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas dan reputasi organisasi. Sebagai media informasi resmi, *company profile* tidak hanya mencerminkan nilai-nilai institusi, tetapi juga memperkuat legitimasi dan daya saing lembaga di mata publik dan mitra kerja potensial. Hal ini selaras dengan pandangan Maimunah dalam Sunarya et al (2017) yang menegaskan bahwa keberadaan *company profile* dapat meningkatkan citra organisasi serta menjadi sarana yang efektif dalam membangun dan mempertahankan kerja sama strategis dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, penyusunan dan pemanfaatan *company profile* secara profesional menjadi elemen kunci dalam

strategi komunikasi institusional yang modern dan berorientasi pada transparansi serta akuntabilitas. Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya dengan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo, Menurut Bapak Neira, Kondisi media sosial resmi @kominfo_purworejo yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoasandi) Kabupaten Purworejo menunjukkan bahwa optimalisasi fungsi diseminasi informasi publik masih memerlukan peningkatan. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain terbatasnya aktivitas unggahan serta belum tersedianya konten yang komprehensif, khususnya pada platform YouTube. Salah satu kekurangan yang menonjol adalah ketiadaan video company profile yang secara menyeluruh merepresentasikan identitas institusi, meliputi visi, misi, struktur organisasi, serta tugas dan fungsi utama Dinkominfoasandi. Dalam wawancara yang dilakukan, Bapak Neira selaku perwakilan instansi menyatakan adanya kebutuhan strategis terhadap penyusunan company profile digital sebagai bagian dari upaya memperkuat penyampaian informasi yang lebih sistematis, representatif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Dalam rangka mengatasi hal ini, penulis merencanakan untuk membuat video *company profile* Dinas Kominfoasandi Kabupaten Purworejo. Sebagai langkah awal, penulis akan membuat naskah, perencanaan, shooting, editing, dan analisis. Langkah ini penting untuk memperluas jangkauan informasi melalui platform yang populer dan dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Konten yang akan diunggah adalah "*Company profile*" Dinkominfoasandi. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang fungsi, tujuan, dan peran Dinkominfoasandi kepada masyarakat. Dengan memulai dari *company profile*, diharapkan dapat membangun pemahaman dasar dan kepercayaan dari para pengguna media sosial.

Sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo memainkan peranan penting dalam penyampaian informasi publik. Namun demikian, efektivitas komunikasi publik yang dijalankan masih menghadapi sejumlah kendala yang signifikan. Beberapa di antaranya meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan media digital,

kurangnya infrastruktur yang mendukung proses produksi konten berbasis digital, serta absennya media visual yang mampu merepresentasikan profil kelembagaan secara menyeluruh dan informatif. Hambatan-hambatan tersebut berdampak pada terbatasnya jangkauan serta kualitas penyampaian informasi kepada publik secara optimal. Dengan meningkatnya penggunaan *platform* seperti *YouTube* sebagai media informasi utama, masyarakat kini lebih mudah menerima pesan melalui konten visual yang bersifat menarik dan mudah dipahami. Sayangnya hingga saat ini belum tersedia *video company profile* yang *representative* bagi Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo. Padahal video semacam ini dapat menjadi alat strategis untuk membentuk citra lembaga yang kredibel serta memperluas jangkauan komunikasi publik oleh karena itu produksi *video company profile* merupakan salah satu pilihan solusi yang dapat diimplementasikan untuk mendukung penguatan komunikasi strategis. Namun sebelum implementasinya dilakukan secara menyeluruh perlu dilakukan kajian untuk mengetahui bagaimana proses produksinya, tingkat efektivitas dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat serta berbagai tantangan yang mungkin timbul dalam proses penyebarannya.

Berdasarkan data dan temuan yang ada, penerapan program produksi media public relations dapat dijadikan sebagai solusi dalam upaya penyebaran informasi. Melalui penyusunan konten media yang relevan, informatif, serta mudah dipahami, program ini berpotensi meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk mengangkat proyek tugas akhir berjudul “Produksi *Video Company Profile* Sebagai Upaya dalam Penyebaran Informasi Publik Pada Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo.”

1.2 Rumusan Masalah

Meskipun Dinkominfoasandi Kabupaten Purworejo telah memiliki berbagai kanal komunikasi digital seperti *YouTube* dan media sosial lainnya, hingga saat ini belum tersedia media visual yang secara komprehensif dapat menggambarkan profil instansi tersebut, termasuk visi, misi, tugas, dan fungsinya.

Hal ini menyebabkan penyebaran informasi kepada masyarakat kurang maksimal dan tidak sepenuhnya mencerminkan citra serta kredibilitas lembaga. Ditambah lagi rendahnya literasi digital masyarakat dan keterbatasan sumber daya internal menjadi hambatan dalam membangun komunikasi yang efektif. Untuk itu, fokus permasalahan di studi ini terletak pada bagaimana produksi *video company profile* dapat berperan sebagai solusi strategis dalam memperluas penyebaran informasi publik, membentuk citra positif, serta menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif melalui penyajian media visual yang informatif dan menarik.

1.3 Tujuan

Tujuan dari proyek ini ialah untuk mengidentifikasi sejauh mana *video company profile* mampu berkontribusi dalam mendiseminasi informasi terkait Dinkominfo di Kabupaten Purworejo kepada masyarakat. Melalui penyusunan serta produksi media visual yang komunikatif dan informatif, *project* ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang instansi mulai dari visi, misi, program kerja, hingga peran strategisnya dalam penyebaran informasi publik. Selain itu tujuan lainnya adalah untuk memperkuat citra profesional instansi di mata publik serta meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan di bidang kehumasan, khususnya dalam konteks produksi media *public relations* di instansi pemerintah. Bagi penulis, kegiatan ini menjadi sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, terutama pada mata kuliah yang berkaitan dengan produksi media *public relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat pemahaman mengenai penerapan konsep-konsep akademik, seperti visual *public relations*, komunikasi persuasif, serta strategi penyebaran informasi publik melalui media digital.

Selain itu, karya ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa program studi sarjana terapan informasi dan humas dalam mengkaji penerapan teori kehumasan di lingkungan pemerintahan. Penelitian ini sekaligus menjadi sarana pengenalan dan penguatan eksistensi program studi tersebut kepada instansi mitra, khususnya Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo melalui penyediaan konten video *company profile* yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi resmi instansi. Video ini memiliki potensi untuk digunakan pada berbagai kegiatan formal, seperti seminar, sosialisasi, audiensi publik, maupun publikasi di media sosial instansi. Keberadaan video tersebut diharapkan mampu memperkuat citra profesional instansi, meningkatkan transparansi layanan, dan menyampaikan informasi secara representatif, informatif, serta menarik secara audio-visual.

Bagi masyarakat, media video ini mempermudah akses terhadap informasi yang akurat dan relevan mengenai tugas, fungsi, serta layanan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Dinkominfoستاساندي) Kabupaten Purworejo. Penyajian informasi dalam format visual yang menarik diharapkan dapat meningkatkan pemahaman publik, mendukung transparansi, serta memperkuat *akuntabilitas* pemerintah daerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

1.5 Luaran

Adapun produk yang dihasilkan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah 1 video *company profile* digital yang memuat informasi secara lengkap dan padat. Nantinya video *company profile* tersebut akan di unggah melalui sosial media *YouTube @KOMINFO PURWOREJO* yang berdurasi 7 menit 54 detik.