

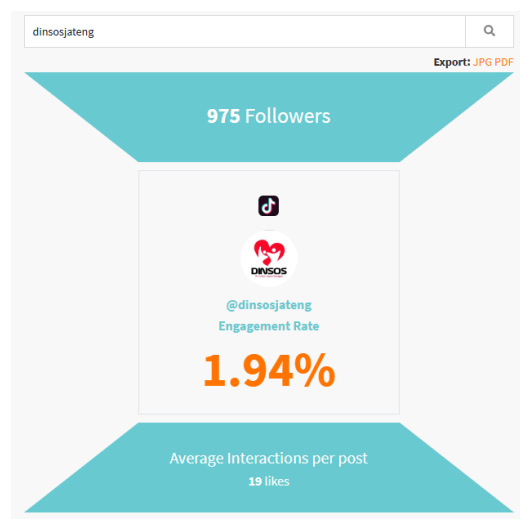
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah merupakan instansi pemerintah yang bertanggung jawab di bidang kesejahteraan sosial Provinsi Jawa Tengah. Sebagai instansi pemerintah, Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah masih perlu meningkatkan *engagement rate* pada akun TikTok dengan *username* @dinsosjateng dan penerapan strategi *public relations* yang efektif. Hal ini merupakan masalah yang perlu diatasi, karena dengan tingginya *engagement rate*, instansi pemerintah dapat mengetahui kebutuhan *audience* berdasarkan interaksi di konten yang telah disajikan.

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah belum mengoptimalkan penggunaan platform TikTok sebagai upaya dalam mengetahui kebutuhan *audience*. Dampaknya adalah minimnya *insight* yang didapatkan pada setiap kontennya. Gambar di bawah ini merupakan hasil *engagement rate* dari akun TikTok @dinsosjateng yang diambil pada tanggal 27 Februari 2025 sebelum dilakukan *upload* konten secara konsisten dan menerapkan strategi *public relations*.



Gambar 4. 1 Engagement Rate Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (27 Februari 2025)

4.2 Analisis Masalah

Observasi awal yang dilakukan oleh penulis terkait permasalahan rendahnya *engagement rate* akun TikTok milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu tidak konsisten dalam mengunggah konten, dapat dibuktikan dengan memiliki rentang waktu tidak mengunggah konten selama 2 hingga 4 bulan, dan belum diterapkan strategi *public relations* khusus untuk platform TikTok. Uraian data tersebut dapat dilihat pada bab I. Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan untuk membuat rancangan strategi *public relations* sebagai pedoman bagi Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, dapat menghimpun kebutuhan *audience* dan meningkatkan *engagement rate* pada platform TikTok.

4.3 Perencanaan Implementasi Strategi *Public relations*

Pada tahap implementasi strategi *public relations*, penulis selalu memantau perkembangan konten yang sedang dibuat maupun konten yang telah dipublikasikan. Penulis mendapatkan beberapa penyesuaian dalam proses perencanaan strategi *public relations*. Meskipun memiliki banyak perubahan, penulis yakin dengan adanya perubahan tersebut bukan suatu hal yang menjadi hambatan untuk mencapai tujuan dan target dari *project* tugas akhir ini. Adapun perubahan yang terjadi dapat diuraikan penjelasannya di bawah ini:

4.3.1 Perubahan Waktu Publikasi Konten

Pada bab III penulis merancang strategi waktu publikasi konten yang berbeda-beda pada setiap harinya sesuai dengan waktu yang strategis menurut Narasi. Strategi tersebut telah diterapkan selama 2 hari dan 2 konten pertama. Namun pada hari ketiga penulis melakukan publikasi konten pada pukul 17.00 WIB, pertumbuhan interaksi konten yang dipublikasikan pada waktu tersebut berkembang dengan pesat pada 2 jam pertama, dibandingkan menggunakan waktu publikasi yang telah dirancang pada bab III. Menurut informasi yang didapatkan melalui International Conference on Digital Economy and Business Administration (ICDEBA 2024), yang ditulis oleh Taijie Hu menyatakan bahwa waktu yang tepat

untuk mengunggah konten di TikTok adalah pada sore hingga malam hari, karena waktu tersebut biasanya banyak digunakan oleh orang untuk bersantai menjelajahi media sosial. Pada pukul 17.00 WIB tersebut, penulis mengamati bahwa konten yang telah dipublikasikan bisa mendapatkan 25 *likes*, dan 5 komentar di 2 jam pertama. Oleh karena itu, penulis menetapkan waktu publikasi konten pada pukul 17.00 – 18.00 WIB setiap harinya.

4.3.2 Perubahan Durasi Konten

Pada awalnya penulis menentukan maksimal durasi konten selama 1 menit 30 detik, namun saat tahap perencanaan hingga produksi konten, terdapat beberapa konten yang tidak bisa menerapkan durasi 1 menit 30 detik. Konten tersebut antara lain berupa *story telling* yang kolaborasi dengan pihak panti sosial, informasi yang berisi data krusial dan perlu dipahami oleh masyarakat dengan mudah, dan *report* tentang kegiatan yang telah dilakukan oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah. Karakteristik durasi konten TikTok juga berbeda dengan Instagram dan YouTube. Instagram memiliki karakteristik durasi video konten yang singkat, sedangkan YouTube memiliki karakteristik durasi konten yang lama. Oleh karena itu, TikTok memiliki durasi di tengah-tengah antara Instagram dan YouTube, bisa untuk konten durasi panjang maupun pendek (Pratiwi, 2024). Dengan demikian, penulis menetapkan batas durasi minimal konten selama 1 menit dan maksimal durasi konten 4 menit.

4.4 Pelaksanaan Implementasi Strategi *Public relations*

4.4.1 *Timeline* Implementasi Strategi *Public relations*

Penulis bersama dengan klien, yaitu Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melaksanakan produksi konten dan mengimplementasikan strategi *public relations* melalui platform TikTok. Proses ini meliputi *take content* video, *editing*, hingga publikasi konten. Adapun *timeline* yang dilaksanakan disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1 Timeline Implementasi Strategi Public Relations

NO	JUDUL KONTEN	WAKTU		
		TAKE CONTENT	EDITING CONTENT	PUBLIKASI
1	Selamat Hari Gizi Nasional	25 Februari	26-27 Februari	28 Februari
2	Yuk, Magang di Dinsos Jateng!	26 Februari	27-28 Februari	1 Maret
3	Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng	26 Februari	27 Februari – 1 Maret	2 Maret
4	Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!	2 Maret	2-3 Maret	3 Maret
5	Sekilas Cerita Panti Sosial	27 Februari	28 Februari – 3 Maret	4 Maret
6	Yuk, Dukung Teman Disabilitas	2 Maret	3-4 Maret	5 Maret
7	Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan	28 Februari	5-6 Maret	6 Maret
8	KJS & KUBE Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat	7 Maret	7 Maret	7 Maret
9	Hari Perempuan Internasional	8 Maret	8 Maret	8 Maret
10	TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!	8 Maret	8-9 Maret	9 Maret

4.4.2 Publikasi Konten Berdasarkan Strategi *Public relations*

Strategi *public relations* dapat diterapkan dengan mempublikasikan konten melalui TikTok milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, serta menyesuaikannya dengan strategi yang telah dirancang pada Bab III. Penulis telah mempublikasikan 10 konten selama 10 hari berturut-turut, yang dapat diakses melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2 Hasil Publikasi Konten

NO	JUDUL KONTEN	LINK CONTENT
1	Selamat Hari Gizi Nasional	https://vt.tiktok.com/ZSMVFq2XS/
2	Yuk, Magang di Dinsos Jateng!	https://vt.tiktok.com/ZSMVFwn5c/
3	Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng	https://vt.tiktok.com/ZSMVfVv74/
4	Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!	https://vt.tiktok.com/ZSMVFEDdV/
5	Sekilas Cerita Panti Sosial	https://vt.tiktok.com/ZSMVFcHW1/
6	Yuk, Dukung Teman Disabilitas	https://vt.tiktok.com/ZSMVFpj63/
7	Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan	https://vt.tiktok.com/ZSMVFwNhh/
8	KJS & KUBE Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat	https://vt.tiktok.com/ZSMVFKSf8/
9	Hari Perempuan Internasional	https://vt.tiktok.com/ZSMVFW6wc/

NO	JUDUL KONTEN	LINK CONTENT
10	TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!	https://vm.tiktok.com/ZMBLAW5qF/

4.5 Evaluasi Implementasi Strategi *Public relations*

Evaluasi merupakan tahap terakhir dari *project* tugas akhir implementasi strategi *public relations* yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini dilakukan selama 1 minggu setelah konten dipublikasikan. Menurut Haura dkk. (2024) mengatakan bahwa melakukan evaluasi konten TikTok harus dilakukan secara rutin setiap 1 minggu sekali ataupun secara bulanan. Data yang dievaluasi berupa *Key Performance Indicator* menggunakan *social media analytics*, bertujuan untuk mengukur perkembangan dari setiap konten yang telah dipublikasikan. Interaksi konten yang telah dipublikasikan dapat dilihat melalui *engagement*, dimana hal tersebut dihitung dari *likes*, *comments* dan *share*. Disisi lain menurut Zahbi (2023) mengatakan bahwa setelah melakukan publikasi, dilakukan evaluasi setiap 1 minggu sekali atau 1 bulan sekali dengan membuat *social media report*. Interaksi yang dapat dihitung melalui platform media sosial adalah jumlah *likes*, *comments*, dan *share*. Oleh karena itu, pada tahap ini penulis akan melakukan evaluasi terhadap indikator keberhasilan, dan menghitung *engagement rate*.

4.5.1 Hasil Konten Berdasarkan Indikator Keberhasilan

Saat penerapan strategi *public relations* dibutuhkan target yang menjadi acuan keberhasilan. Penulis telah merancang indikator keberhasilan dan kegagalan pada bab III. Melalui indikator keberhasilan, penulis dapat menilai sejauh mana *audience* TikTok @dinsosjateng dapat berinteraksi di masing-masing konten yang telah dipublikasikan. Berikut adalah tabel indikator keberhasilan dan perolehan interaksi pada 10 konten:

Tabel 4. 3 Hasil Konten Berdasarkan Indikator Keberhasilan

No	Judul Konten	Indikator Keberhasilan			Perolehan		
		<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>	<i>Likes</i>	<i>Comments</i>	<i>Shares</i>
1	Selamat Hari Gizi Nasional	20	3	10	48	10	22
2	Yuk, Magang di Dinsos Jateng!	20	3	10	65	13	19
3	Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng	25	5	20	95	6	33
4	Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!	25	5	20	89	10	32
5	Sekilas Cerita Panti Sosial	35	7	25	73	14	41
6	Yuk, Dukung Teman Disabilitas	35	7	25	60	10	31
7	Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan	50	10	30	60	16	44
8	KJS & KUBE Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat	75	10	30	85	15	60
9	Hari Perempuan Internasional	85	15	35	81	32	55

No	Judul Konten	Indikator Keberhasilan			Perolehan		
		Likes	Comments	Shares	Likes	Comments	Shares
10	TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!	100	15	35	78	30	44

Selain disajikan dalam bentuk tabel, analisis keberhasilan ini perlu dipaparkan secara detail di setiap kontennya. Adapun penjelasan dari masing-masing 10 konten sebagai berikut:

a. Selamat Hari Gizi Nasional

Konten pertama yang dipublikasikan adalah konten ucapan hari gizi nasional. Terdapat indikator keberhasilan yang harus diraih, antara lain seperti 20 *likes*, 3 *comments*, dan 10 *shares*.



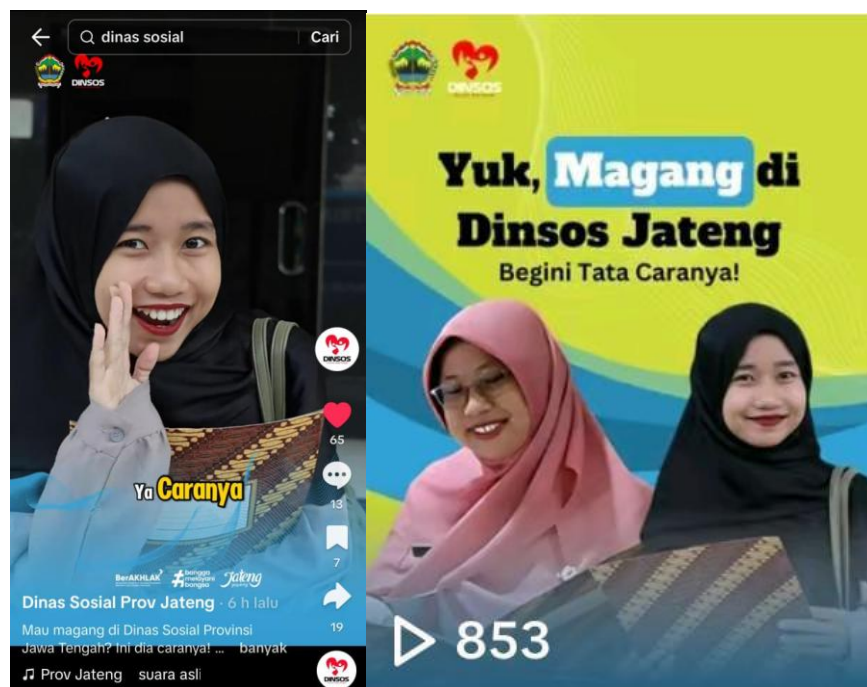
Gambar 4. 2 Hasil Interaksi Konten 1

Berdasarkan gambar di atas yang diambil pada 7 Maret 2025 menunjukkan bahwa konten pertama berhasil melebihi target dari indikator keberhasilan, dengan memperoleh 48 *likes*, 10 *comments* (termasuk 1 respons dari akun @dinsosjateng) dan 22 *shares*.

Konten ini banyak menarik perhatian *audience* dengan memberikan komentar bahwa mereka menyukai konten seperti ini, dan berharap kedepannya Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah dapat menyajikan konten perayaan hari besar yang dikemas seperti ini lagi. Selain itu, terdapat beberapa *audience* yang mengatakan bahwa setelah menonton video ini menambah ilmu pengetahuan baru.

b. Yuk, Magang di Dinsos Jateng!

Konten kedua yang dipublikasikan melalui TikTok milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah adalah konten yang berjudul “Yuk, Magang di Dinsos Jateng!” memiliki target keberhasilan yang terdiri dari 20 *likes*, 3 *comments*, dan 10 *shares*.



Gambar 4. 3 Hasil Interaksi Konten 2

Berdasarkan gambar di atas pada 8 Maret 2025 menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan kedua berhasil melebihi target dari indikator keberhasilan, dengan memperoleh 65 *likes*, 15 *comments* (sudah termasuk 5 respons dari akun @dinsosjateng) dan 19 orang yang membagikan konten ini. Konten ini berhasil

mengundang *audience* untuk berinteraksi di kolom komentar dengan memberikan respons yang positif, dan mengajukan pertanyaan langsung kepada Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.

c. Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng

Konten selanjutnya yang telah dipublikasikan melalui TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah adalah konten hiburan santai yang berjudul “Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng” Memiliki target keberhasilan yang terdiri dari 25 *likes*, 5 *comments*, dan 20 *shares*.



Gambar 4. 4 Hasil Interaksi Konten 3

Gambar di atas yang diambil pada 9 Maret 2025 menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan berhasil melebihi target dari indikator keberhasilan, dengan memperoleh 95 *likes*, 6 *comments* dan 33 orang yang membagikan konten ini. Hasil interaksi konten terbanyak ada pada *likes* yang berjumlah 95. Namun pada konten ini belum berhasil untuk menarik *audience* memberikan lebih banyak komentar.

d. Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!

Konten keempat yang dipublikasikan adalah konten yang memiliki *content pillar* edukasi. Konten edukasi untuk lansia ini memiliki target keberhasilan minimal perolehan *likes* sebanyak 25, 5 komentar, dan 20 *shares*.



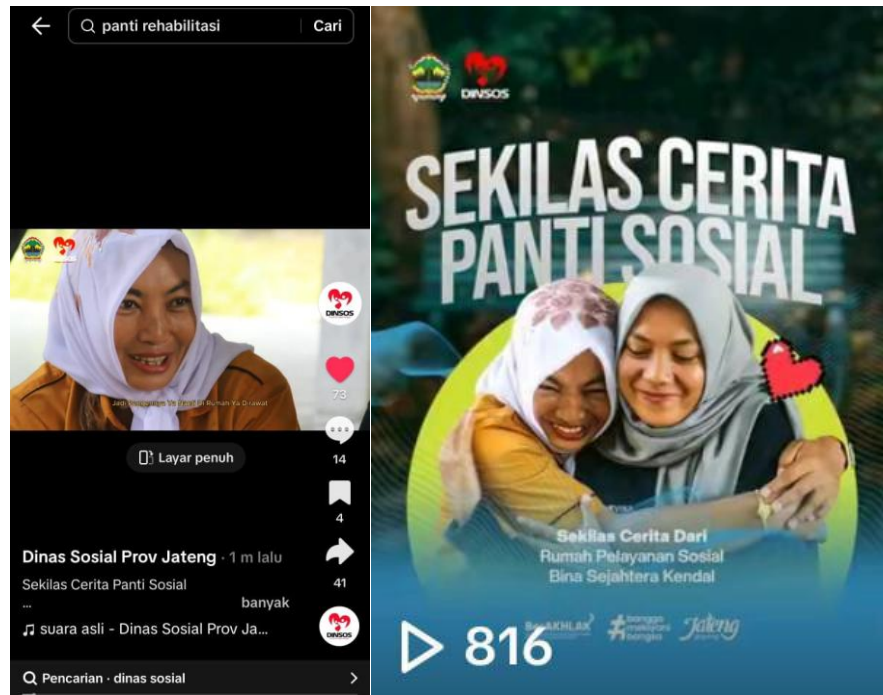
Gambar 4. 5 Hasil Interaksi Konten 4

Gambar di atas diambil pada 10 Maret 2025 menampilkan bahwa konten ini berhasil mencapai target dari indikator keberhasilan. Dengan perolehan 89 *likes*, 10 komentar, dan 32 *shares* (sudah termasuk 1 respons dari akun @dinsosjateng), sukses mengundang *audience* untuk melakukan diskusi di kolom komentar tentang bagaimana menghadapi tantangan saat merawat lansia.

e. Sekilas Cerita Panti Sosial

Konten “Sekilas Cerita Panti Sosial” memiliki pesan yang dalam untuk *audience*, konten tersebut memberikan gambaran dan harapan dari penerima manfaat di panti sosial disabilitas mental

yang telah pulih. Indikator keberhasilan yang harus dicapai dari konten ini adalah 35 *likes*, 7 *comments* dan 25 *shares*.



Gambar 4. 6 Hasil Interaksi Konten 5

Keberhasilan konten ini telah direkap pada 11 Maret 2025 melebihi target dari indikator keberhasilan yang telah direncanakan, yaitu sebanyak 73 *likes*, 14 komentar (sudah termasuk 2 respons dari akun @dinsosjateng), dan 41 *shares* yang diperoleh dari konten ini. Selain itu, konten ini juga mengundang banyak pertanyaan dari *audience* dan respons yang antusias saat menerima konten seperti ini, dibuktikan dengan beragam komentar positif dan *feedback* ingin ditampilkan lagi konten seperti ini.

f. Yuk, Dukung Teman Disabilitas

“Yuk Dukung Teman Disabilitas” merupakan konten edukasi yang akan memberikan tips bagaimana cara mendukung dan memperlakukan teman disabilitas dengan baik. Terdapat indikator keberhasilan, diantaranya 7 komentar, 35 *likes*, dan 25 *shares*.



Gambar 4. 7 Hasil Interaksi Konten 6

Penulis melakukan rekap perolehan *likes*, komen, dan *shares* pada 12 Maret 2025. Konten ini berhasil mendapatkan 31 *shares*, 60 *likes*, dan 10 komentar (sudah termasuk 1 respons dari akun @dinsosjateng) dari *audience*. Konten ini mengundang *audience* untuk berkomentar bijak terhadap konten tentang disabilitas, dari komentar tersebut memberikan pesan yang mendorong untuk mendukung teman disabilitas.

g. Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan

Konten yang membahas Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan memiliki indikator keberhasilan berupa 50 *likes*, 10 *comments* dan 30 *shares*.



Gambar 4. 8 Hasil Interaksi Konten 7

Gambar ini diambil oleh penulis pada 13 Maret 2025 yang menunjukkan perolehan interaksi 60 *likes*, 16 *comments*, dan 44 *shares*. Konten ini menuai banyak respon positif dari *audience*, salah satunya adalah harapan supaya program ini dapat tepat sasaran. Selain itu juga muncul pertanyaan dari *audience* yang bertanya seputar program yang serupa, yaitu Kartu Indonesia Sejahtera.

h. KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat

Konten kedelapan yang membahas tentang KJS & KUBE sebagai bantuan sosial pemberdayaan masyarakat. Konten ini memiliki indikator keberhasilan sebanyak 30 *shares*, 10 komentar, dan 75 *likes*.



Gambar 4. 9 Hasil Interaksi Konten 8

Keberhasilan konten kedelapan yang direkap pada 14 Maret 2025 mencapai 60 *shares*, 15 komentar, dan 85 *likes*. Konten ini berhasil memberikan interaksi komentar yang positif.

i. Hari Perempuan Internasional

Konten peringatan Hari Perempuan Internasional yang dipublikasikan pada 8 Maret 2025 memiliki indikator keberhasilan antara lain, 15 komentar, 35 *shares*, dan 85 *likes*.



Gambar 4. 10 Hasil Interaksi Konten 9

Setelah dianalisis, konten kesembilan ini hanya mencapai 81 *likes*, yang seharusnya mencapai sesuai dengan indikator keberhasilan, yaitu sebanyak 85 *likes*. Namun pada komentar di konten ini mendapatkan 32 respon positif dari *audience*. Banyak dari mereka yang mengucapkan selamat untuk perayaan ini. *Share* pada konten ini sebanyak 55.

j. TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!

Konten terakhir yang dipublikasikan membahas tentang TAGANA dan cara menghadapi bencana. Konten ini memiliki indikator keberhasilan sebanyak 15 komentar, 100 *likes*, dan 35 *shares*.



Gambar 4. 11 Hasil Interaksi Konten 10

Konten terakhir belum dapat mencapai *likes* sebanyak 100, konten ini hanya mendapatkan 78 *likes*. Namun komentar pada akun ini mencapai 30, dengan respons positif dari *audience*, selain itu, konten ini juga berhasil mendapatkan 44 *shares*.

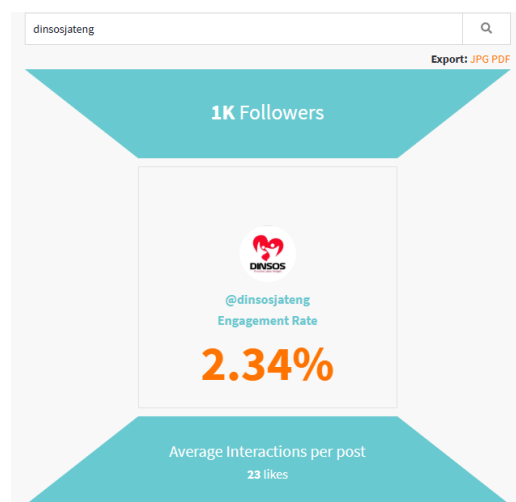
4.5.2 Menghitung *Engagement Rate*

Engagement rate juga menjadi salah satu indikator keberhasilan strategi *public relations* untuk mengevaluasi sekaligus dapat melihat perkembangan keterlibatan, serta kebutuhan dan interaksi dari *audience*. Dalam mengukur *engagement rate*, penulis menggunakan *website* phlanx.com. Di bawah ini merupakan tabel perkembangan *engagement rate* yang telah diraih oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah:

Tabel 4. 4 Hasil Perolehan Engagement Rate

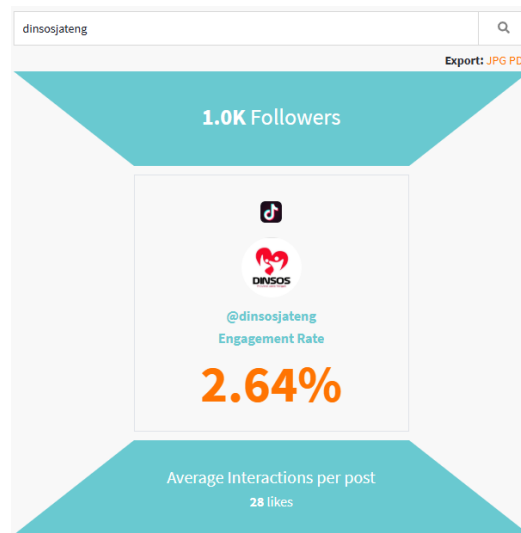
Waktu	Perolehan Engagement Rate (Sebelum)	Perolehan Engagement Rate (Sesudah)	Presentase Peningkatan Engagement Rate
Minggu 1 (28 Februari – 7 Maret 2025)	1,94%	2,34%	+0,4%
Minggu 2 (8-14 Maret 2025)	2,34%	2,64%	+0,3%
Minggu 3 (15-16 Maret 2025)	2,64%	2,70%	+0,06%

Tabel di atas dapat menerangkan bahwa pertumbuhan *engagement rate* akun TikTok @dinsosjateng mengalami peningkatan setiap minggunya. *Engagement rate* yang diraih saat sebelum melakukan publikasi konten adalah sebesar 1,94%. Setelah melakukan proses publikasi konten selama 1 minggu, *engagement rate* meningkat sebesar 0,4%.



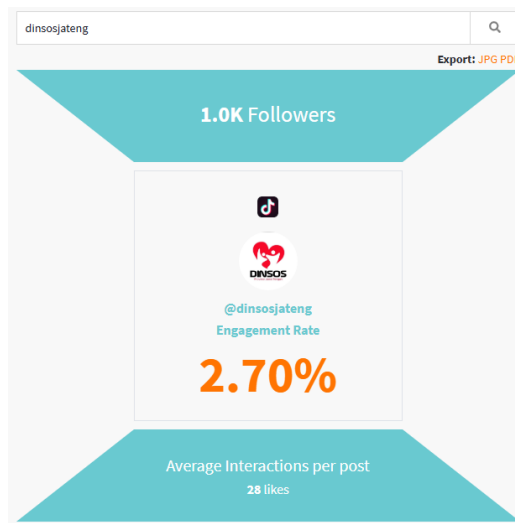
Gambar 4. 12 Engagement Rate Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (7 Maret 2025)

Selanjutnya pada minggu kedua menunjukkan pertumbuhan *engagement rate* dari 2,34% menjadi 2,64%. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *public relations* yang telah diterapkan berhasil untuk meningkatkan *engagement rate* akun @dinsosjateng.



Gambar 4. 13 Engagement Rate Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (14 Maret 2025)

Minggu ketiga perhitungan *engagement rate* dilakukan setelah 7 hari konten terakhir dipublikasikan. Pada minggu ketiga, diketahui bahwa akun TikTok @dinsosjateng memiliki *engagement rate* sebesar 2,70%. Hal ini menyatakan bahwa selama proses implementasi strategi *public relations*, *engagement rate* bertumbuh sebesar 0,76% dan *project* tugas akhir ini memiliki keberhasilan dalam meningkatkan *engagement rate* melebihi dari presentase target, yaitu sebesar 0,5%. Meningkatnya *engagement rate* ini diperoleh karena *audience* memberikan interaksi pada konten yang telah dipublikasikan. Selain itu, keberhasilan dari interaksi yang didapatkan juga dikarenakan penerapan strategi yang sesuai dengan karakteristik platform TikTok.



Gambar 4. 14 Engagement Rate Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (16 Maret 2025)

4.6 Analisis Konten

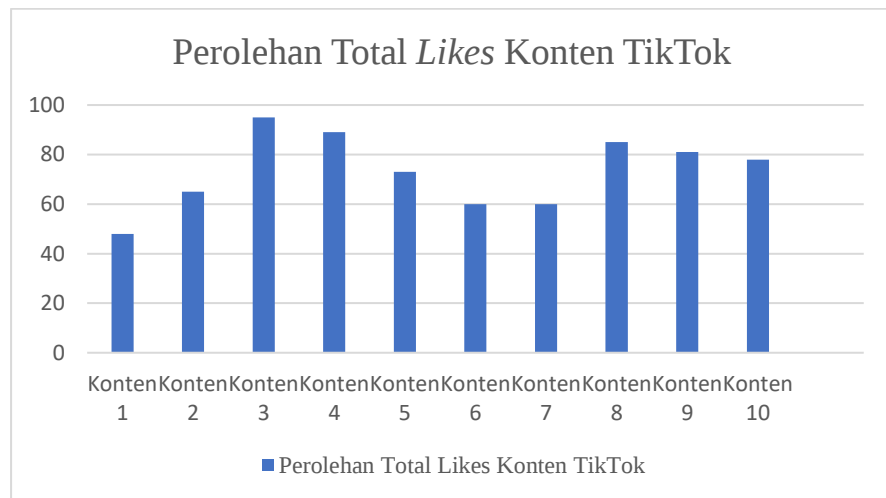
4.6.1 Analisis Hasil Publikasi TikTok

Setelah melakukan publikasi 10 konten pada platform TikTok, diperlukan analisis berdasarkan *likes*, *comments*, dan *shares*. Sebelum disajikan analisis konten menggunakan grafik, terdapat keterangan konten dari grafik yang akan disajikan. Berikut adalah rinciannya:

1. **Konten 1:** Selamat Hari Gizi Nasional
2. **Konten 2:** Yuk, Magang di Dinsos Jateng!
3. **Konten 3:** Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng
4. **Konten 4:** Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!
5. **Konten 5:** Sekilas Cerita Panti Sosial
6. **Konten 6:** Yuk, Dukung Teman Disabilitas
7. **Konten 7:** Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan
8. **Konten 8:** KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat
9. **Konten 9:** Hari Perempuan Internasional
10. **Konten 10:** TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!

Adapun grafik hasil analisis 10 konten yang telah dipublikasikan dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini:

a. *Likes*



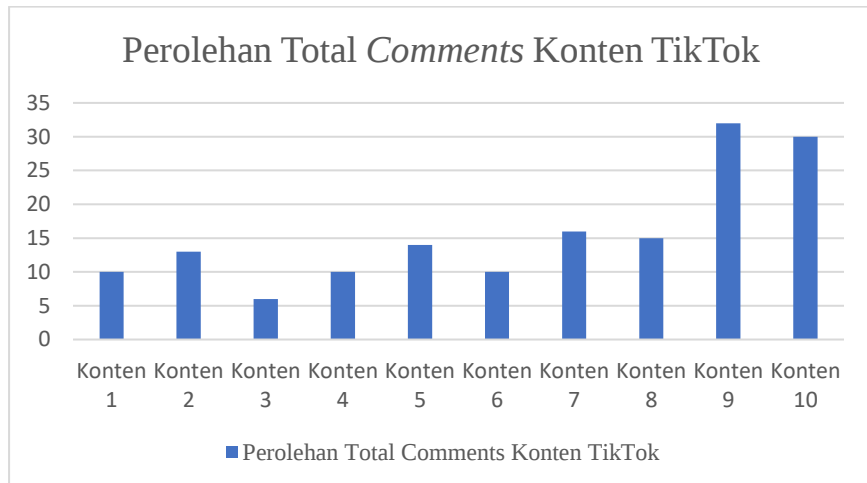
Gambar 4. 15 Grafik Perolehan Likes

Grafik di atas menyajikan *likes* dari 10 konten yang telah dipublikasikan. Secara keseluruhan, 10 konten tersebut memiliki total *likes* sebanyak 734. Konten yang memiliki *likes* tertinggi adalah konten dengan judul “Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng” yaitu sebanyak 95 *likes*. Konten ini diunggah pada Minggu, 2 Maret pukul 17.00. Konten ketiga ini merupakan konten yang pertama kali dipublikasikan pada pukul 17.00, yang tidak sesuai dengan strategi waktu yang telah dirancang pada bab III. Sementara itu, konten dengan judul "Selamat Hari Gizi Nasional" memiliki perolehan *likes* paling rendah, yaitu sebanyak 48 *likes*. Konten ini diunggah pada Jumat, 28 Februari pukul 09.00.

Terdapat konten yang tidak sesuai dengan perolehan indikator keberhasilan, yaitu konten yang berjudul "Hari Perempuan Internasional" dan dipublikasikan pada Sabtu, 8 Maret 2025 hanya mendapatkan 81 *likes*, yang seharusnya mendapatkan 85 *likes* sesuai dengan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Konten kedua yang tidak memenuhi indikator keberhasilan adalah konten yang dipublikasikan pada Minggu, 9 Maret 2025 dengan judul "TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!" yang seharusnya bisa memperoleh 100

likes, namun hanya mendapatkan 78 *likes* saja. Alasan mengapa 2 konten ini tidak dapat memenuhi indikator keberhasilan karena konten tersebut dipublikasikan pada pukul 18.00, sehingga waktu publikasi ini dapat menjadi indikator tidak tercapainya target *likes*.

b. Comments



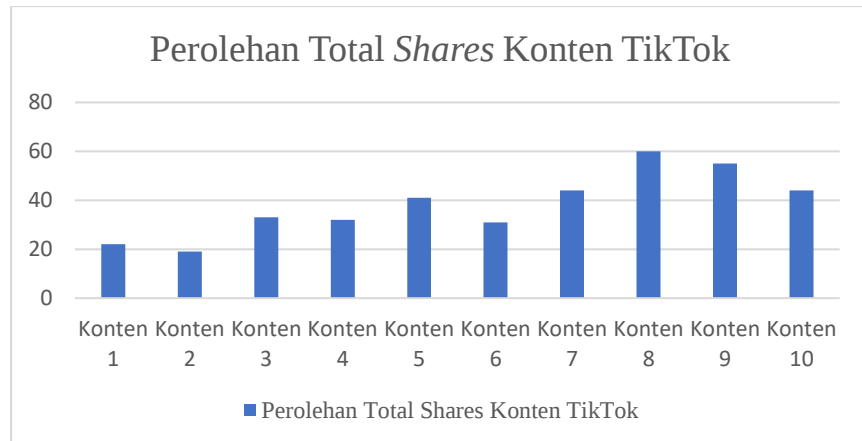
Gambar 4. 16 Grafik Perolehan Comments

Data di atas menunjukkan bahwa perolehan *comments* tertinggi diraih oleh konten yang berjudul “Hari Perempuan Internasional” dipublikasikan pada Sabtu, 8 Maret 2025 dengan perolehan komentar sebanyak 32. Banyak *audience* yang memberikan komentar dengan mengucapkan selamat hari perempuan internasional di dalam konten ini. Selain itu, perolehan komentar paling rendah ada pada konten yang berjudul “Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng” hanya memiliki 6 komentar saja, dan dipublikasikan pada 2 Maret 2025.

Total perolehan *comments* dari 10 konten yang telah dipublikasikan selama 10 hari ini mencapai 156. Alasan yang membuat *audience* ingin berinteraksi di kolom komentar adalah karena di dalam konten terdapat ajakan untuk *audience* memberikan pendapat, atau menjawab pertanyaan dari seorang *talent* di dalam

video konten, sehingga *audience* tertarik untuk memberikan komentar.

c. *Shares*



Gambar 4. 17 Grafik Perolehan Shares

Grafik di atas menyajikan data *shares* dari 10 konten yang telah dipublikasikan. Total perolehan *shares* dari 10 konten sebanyak 381, *shares* terbanyak dimiliki oleh konten “KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat” dengan total 60 *shares* yang dipublikasikan pada Jumat, 7 Maret 2025. Sedangkan konten yang dipublikasikan pada Sabtu, 1 Maret 2025 dengan judul “Yuk, Magang di Dinsos Jateng!” memiliki *shares* paling rendah, yaitu sebanyak 19.

4.7 Analisis Kebutuhan Masyarakat

Sebuah kementerian, lembaga, maupun pemerintah daerah menggunakan media sosial dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat. Melalui cara yang responsif di media sosial, memiliki harapan dapat menyusun sebuah kebijakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Heriani, 2019). Analisis kebutuhan masyarakat dilakukan melalui interaksi yang didapatkan terhadap 10 konten yang telah dipublikasikan. Adapun analisis kebutuhan masyarakat berdasarkan *likes*, *shares* dan *comments* dapat disajikan melalui penjelasan di bawah ini:

a. Analisis kebutuhan berdasarkan *Likes* dan *shares*

Likes dan *comments* yang diperoleh dari sebuah konten dapat menandakan bahwa konten tersebut memiliki daya tarik menurut *audience*, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Konten dengan *likes* yang tinggi menunjukkan bahwa *audience* tertarik dengan tema dan pembahasan yang ada di dalam konten. Dari 10 konten yang telah dipublikasikan, konten dengan judul “Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng” memiliki *likes* paling tinggi, disusul dengan konten “Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!” dan *likes* tertinggi ketiga adalah konten dengan judul “KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat.” Melalui 3 judul konten dengan *likes* terbanyak, dapat ditarik kesimpulan bahwa *audience* menyukai konten yang bersifat hiburan, edukasi atau tips, dan penyampaian informasi terkait kebijakan/program yang dilaksanakan oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.

Keterlibatan *audience* saat melakukan *shares* konten menandakan bahwa konten tersebut bermanfaat untuk diketahui oleh orang lain. Konten yang memiliki *shares* tertinggi adalah konten “KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat” yang memiliki 60 *shares*. Selanjutnya, konten dengan *shares* sebanyak 55 dimiliki oleh konten “Hari Perempuan Internasional.” Selain itu, konten “TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!” dan “Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan” memiliki jumlah *shares* yang sama, yaitu sebanyak 44. Konten yang dianggap menarik untuk di *share* oleh *audience* adalah konten yang membahas seputar program Kartu Jateng Sejahtera, program Kelompok Usaha Bersama. Selain itu, konten yang bersifat edukasi seperti hari perempuan dan TAGANA juga mendapat perhatian dari *audience*.

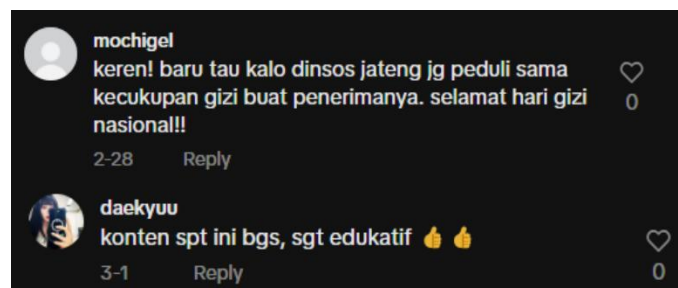
b. Analisis kebutuhan berdasarkan *comments*

Konten yang memiliki jumlah komentar paling banyak adalah konten dengan judul, “Hari Perempuan Internasional,”

“TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!” dan “Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan.” Konten-konten tersebut berhasil memicu *audience* untuk merespons lebih banyak dibandingkan dengan konten lainnya. Adapun analisis kebutuhan masyarakat yang dianalisis melalui komentar dari setiap konten dapat dilihat pada uraian di bawah ini:

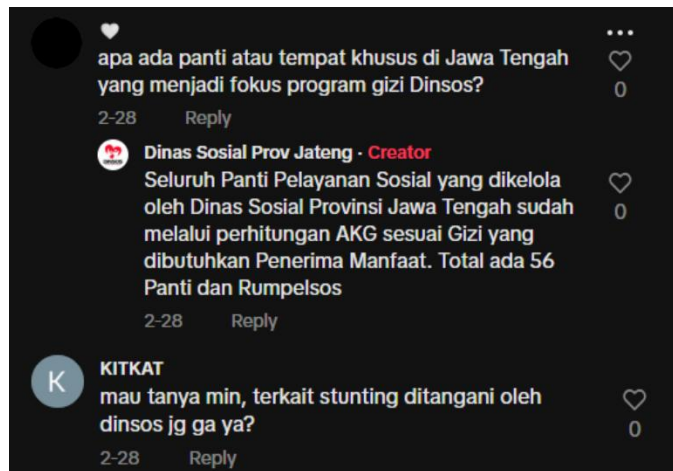
1. Selamat Hari Gizi Nasional

Konten pertama yang dipublikasikan memiliki total 9 komentar, dan 1 respons dari akun @dinsosjateng. Terdapat 7 komentar positif terhadap konten, seperti yang ditulis oleh akun @mochigel “keren! baru tau kalo dinsos jateng jg peduli sama kecukupan gizi buat penerimanya. selamat hari gizi nasional!!,” dan akun @daekyuu yang berkomentar, “konten spt ini bgs, sgt edukatif 👍👍 ”



Gambar 4. 18 Komentar Positif pada Konten Hari Gizi Nasional

Selain itu, terdapat 2 komentar yang berupa pertanyaan. @.aabll berkomentar, “apa ada panti atau tempat khusus di Jawa Tengah yang menjadi fokus program gizi Dinsos?” pertanyaan ini mendapatkan respons langsung dari akun @dinsosjateng. Akun @kitkat juga memberikan komentar, “mau tanya min, terkait stunting ditangani oleh dinsos jg ga ya?”



Gambar 4. 19 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Hari Gizi Nasional

Komentar positif akan memberikan dorongan kepada Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah untuk membuat konten yang sejenis. Selain itu, komentar dengan bentuk pertanyaan dapat dijadikan ide konten selanjutnya oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah yang dikemas dengan konten kreatif.

2. Yuk, Magang di Dinsos Jateng!

Konten ini mendapatkan 13 komentar, 5 diantaranya adalah balasan dari akun @dinsosjateng. Konten ini berhasil mengundang *audience* untuk aktif bertanya seputar magang. Akun @junkyualla berkomentar, “berkasnya apa saja MinSos?” dan mendapatkan respons langsung dari akun @dinsosjateng, “cukup surat resmi permohonan magang dari kampus kepada Kepala Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah. syarat ini juga berlaku untuk lokasi magang yg ada di unit panti/rumpel ya....”

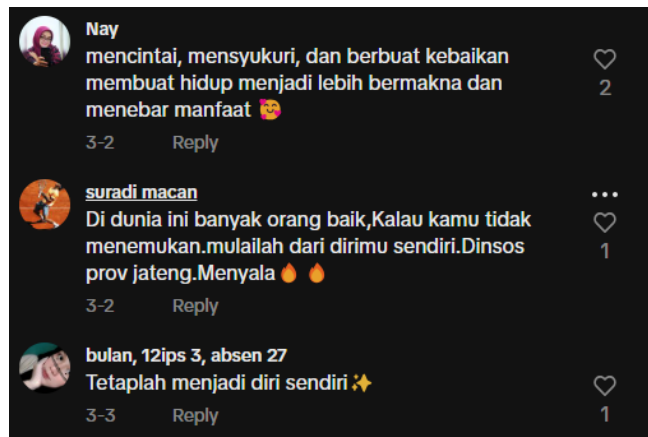


Gambar 4. 20 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Yuk, Magang di Dinsos Jateng!

Konten ini sudah cukup jelas divisualisasikan, dan akun @dinsosjateng aktif untuk menjawab pertanyaan dari *audience*. Harapannya adalah Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah bisa menjadi akun pemerintah yang responsif terhadap *feedback* dari *audience*.

3. Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng

Selanjutnya, konten yang dipublikasikan ketiga memiliki jumlah komentar sebanyak 6. Meskipun tidak memiliki banyak komentar, namun semua komentar di dalam konten tersebut merupakan komentar yang positif, dan terdapat 3 akun yang memberikan respons kata-kata penyemangat.

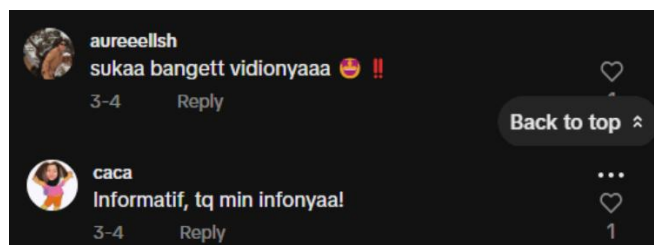


Gambar 4. 21 Komentar Positif pada Konten Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng

Konten ini lebih banyak mendapatkan atensi dari *audience* berupa *likes* dibandingkan komentar. Selain itu, konten ini memiliki jumlah komentar paling sedikit dibandingkan dengan konten lainnya. Oleh karena itu, konten hiburan yang dibuat serupa dengan konten ini tidak relevan digunakan apabila konten memiliki tujuan untuk mendapatkan *feedback* dari *audience*.

4. Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!

Konten yang telah memperoleh 10 komentar ini banyak mengundang komentar positif, seperti yang ditulis oleh @aureeellsh, “sukaa banget vidionyaaa 🥰!!” selain itu, komentar dari @cacatheexplorerr, “Informatif, tq min infonyaa!”



Gambar 4. 22 Komentar Positif pada Konten Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!

Selain itu, pada konten ini juga terdapat komentar berupa pertanyaan yang mengundang interaksi satu sama lain, seperti yang ditulis oleh @kurusterurus, “klo lansia susah makan gmn yaa? 🧑🏻🦽 sehat2 yaa kita yg punya lansia dirumah 🌻” dan mendapatkan respons dari @dinsosjateng, “Terus berikan komunikasi yang baik dan kasih sayang ya kak, semangat! ❤️👊”



Gambar 4. 23 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!

Konten ini tidak memiliki banyak komentar berupa pertanyaan, namun komentar mengenai *audience* yang menanyakan cara komunikasi yang baik saat merawat lansia dapat menjadi pertimbangan untuk ide konten kedepannya untuk menunjang kebutuhan *audience*.

5. Sekilas Cerita Panti Sosial

Banyak dukungan dari *audience* di dalam komentar konten ini, ada yang berharap bahwa Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah bisa mempublikasikan konten terkait *update* tentang panti sosial, selain itu juga banyak *audience* lainnya yang bebrbagi tips tentang bagaimana cara menghadapi orang yang memiliki disabilitas mental.



Gambar 4. 24 Komentar Positif pada Konten Sekilas Cerita Panti Sosial

Melalui komentar yang ada di kolom komentar konten tersebut, terdapat masukan dari *audience* yang ingin mendapatkan *update* tentang panti sosial yang berada di bawah naungan Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.

6. Yuk, Dukung Teman Disabilitas

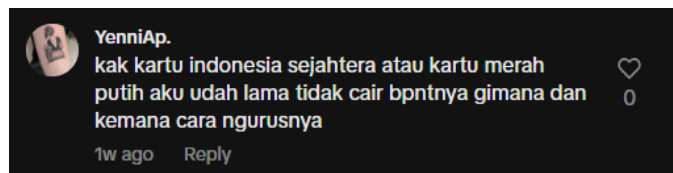
Terdapat 8 komentar positif yang didapatkan dari konten ini, dan 1 komentar lainnya yang mengatakan bahwa ia tertarik apabila konten selanjutnya membahas Kembali tentang disabilitas.



Gambar 4. 25 Komentar Positif pada Konten Yuk, Dukung Teman Disabilitas

7. Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan

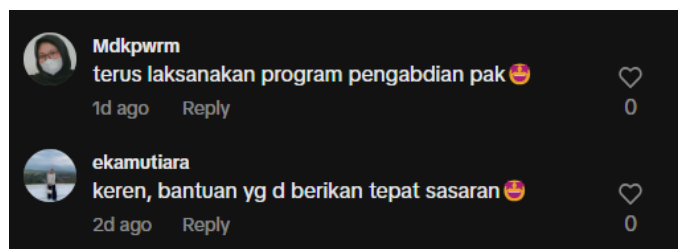
Komentar positif yang didapatkan dari konten ini berjumlah 15, sedangkan komentar lainnya ada yang bertanya tentang prosedur mengurus Kartu Indonesia Sejahtera atau Kartu Merah Putih, topik ini dapat dijadikan konten selanjutnya oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.



Gambar 4. 26 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan

8. KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat

Menuai banyak komentar positif, serta harapan program KJS dan KUBE untuk kedepannya. Salah satu yang diinginkan oleh *audience* dari komentar di konten ini adalah dapat terus memberikan informasi paling *update* terkait *roadshow* bersama dengan Gubernur Jawa Tengah.

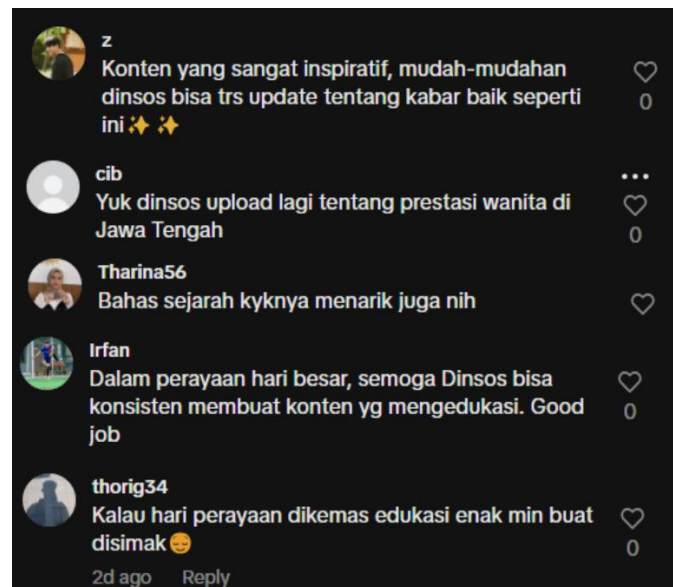


Gambar 4. 27 Komentar Positif pada Konten KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat

9. Hari Perempuan Internasional

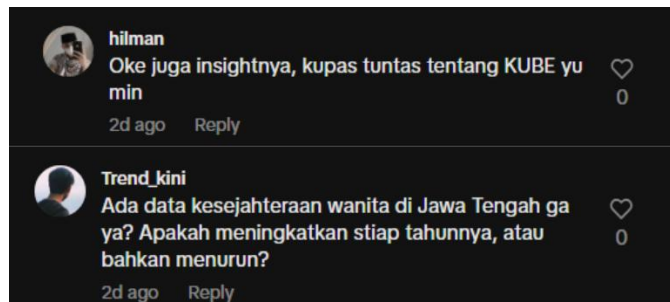
Konten yang memiliki komentar paling banyak diantara 9 konten lainnya dapat menunjukkan komentar

yang positif, masukan dari *audience*, dan pertanyaan yang bisa dijadikan konten kedepannya. Di dalam konten ini banyak *audience* yang memberikan saran dan masukan untuk konten kedepannya, seperti misalnya adalah *audience* yang menyarankan untuk membahas konten inspiratif dan memberikan kabar baik, terdapat juga komentar *audience* lainnya yang menginginkan Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah membahas sejarah, serta dukungan dari *audience* terhadap pengemasan konten perayaan hari besar dalam bentuk video inspiratif.



Gambar 4. 28 Feedback Audience pada Konten Hari Perempuan Internasional

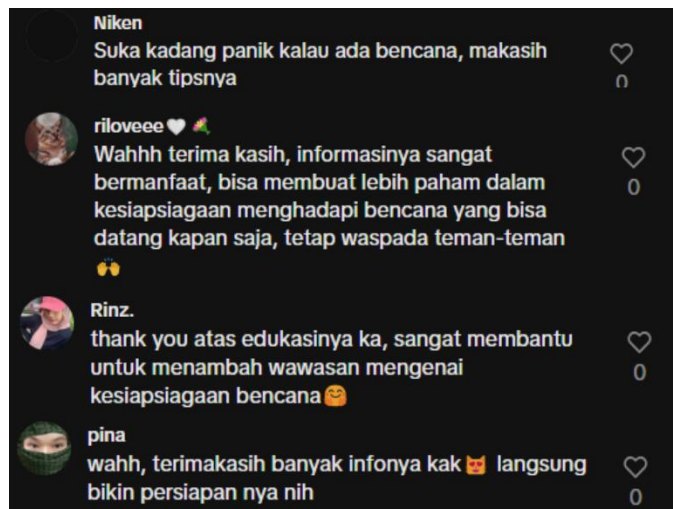
Di sisi lain, terdapat masukan ide konten dari *audience* di konten ini. Seperti *audience* dengan username @hilman_sya yang berkomentar, “Oke juga *insigh-tnya*, kupas tuntas tentang KUBE yu min,” selain itu, terdapat *audience* yang tertarik dengan kesejahteraan Wanita di Jawa Tengah, “Ada data kesejahteraan wanita di Jawa Tengah ga ya? Apakah meningkatkan stiap tahunnya, atau bahkan menurun?”



Gambar 4. 29 Saran dalam Komentar pada Konten Hari Perempuan Internasional

10. TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!

Terdapat pujian dan komentar positif yang didapatkan pada konten ini, banyak diantara mereka yang merasa terbantu dengan adanya konten ini. Oleh karena itu, Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah dapat menyajikan konten TAGANA lagi kedepannya.



Gambar 4. 30 Komentar Positif pada Konten TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!