

BAB IV PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi @Kacamata Tulungagung

Di era sosial media yang segala informasi dapat di akses oleh siapapun, sejalan dengan naiknya tingkat konsumeris manusia akan informasi. Ditahun 2020 hampir setengah populasi manusia dibumi mengakses informasi setiap hari. Oleh karenanya banyak media informasi yang tumbuh subur dengan segala informasi yang disampaikannya. Berbagai metode dan strategi digunakan untuk menarik minat masyarakat dalam mengakses informasi, baik menggunakan teknologi digital hingga penyampaian informasi itu sendiri. Masyarakat sebagai konsumen hanya menerima informasi, sedangkan penyedia informasi harus mengolah informasi yang diterima lalu berusaha menyampaikan dengan efektif dan efisien mungkin. Meskipun secara mobilitas, manusia dapat mengakses informasi dengan fleksibel, namun dalam mengakses informasi manusia membutuhkan efektifitas serta efisiensi.

Instagram menjadi salah satu platform penyedia layanan informasi terfavorit dewasa ini. Kecepatan informasi serta kemudahan akses membuat *Instagram* digemari oleh masyarakat. Meskipun diawal perilisannya *Instagram* hanya memuat foto dan video, dan juga sebagai salah satu media portofolio bagi fotografer, namun dengan seiring berjalannya waktu foto maupun video yang ada di *Instagram* memuat berbagai informasi untuk manusia. Dengan penambahan berbagai fitur untuk memudahkan pengguna *Instagram* kian menjadi aplikasi sosial media terfavorit dewasa ini.

Kacamata Tulungagung adalah satu dari sekian banyak akun penyedia layanan informasi di *Instagram*. Dengan konten yang bermuatan lokal, Kacamata Tulungagung diharapkan menjadi salah satu media informasi terpercaya khususnya di wilayah Kabupaten Tulungagung. Pada awalnya Kacamata Tulungagung terbentuk di *Facebook* sebagai salah

satu fanspage, dimana dalam kontennya memuat berbagai informasi terkait Tulungagung. Lalu pada tahun 2013 diawal peluncuran *Instagram*, Kacamata Tulungagung hadir menjadi salah satu penyedia layanan informasi di *Instagram*.⁹⁰

Melihat kecenderungan masyarakat yang sedikit banyak mulai beralih ke *Instagram* Kacamata Tulungagung membuka peluang untuk melebarkan sayap eksistensinya di dunia virtual. Dengan memuat konten yang sama dengan *Facebook*, yakni memuat konten lokal, Kacamata Tulungagung berusaha mewujudkan media informasi terpercaya di Kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2020 jumlah pengikut Kacamata Tulungagung mencapai angka 262 ribu pengikut, dapat dikatakan bahwa tujuan awal dari Kacamata Tulungagung sudah terpenuhi. Lebih dari itu banyak masyarakat Tulungagung memilih Kacamata Tulungagung sebagai salah satu media informasi karena konten yang di sajikan cukup valid dan relevan dengan kondisi masyarakat Tulungagung.

Meskipun dengan persaingan yang cukup ketat diantara media informasi, namun Kacamata Tulungagung masih mempunyai eksistensi yang cukup tinggi serta masih menjadi salah satu media informasi kepercayaan masyarakat Tulungagung. Ini dibuktikan dengan jumlah angka pengikut yang bertambah secara pesat serta dalam kontennya mempunyai jumlah orang menyukai yang tidak sedikit, setidaknya dalam sekali postingan mencapai angka ratusan hingga ribuan orang menyukai. Tentunya hal ini menjadi dasar yang cukup valid Kacamata Tulungagung menjadi media informasi yang eksis di Kabupaten Tulungagung.

⁹⁰ Hasil wawancara pribadi dengan admin *@Kacamata Tulungagung* pada tanggal 25 Juli 2020.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.1

Tampilan Jumlah Pengikut @Kacamata Tulungagung

Konten postingan Kacamata Tulungagung sangat random, dimana terdapat 4 jenis konten jika dilihat dari tujuan penyampaian pesan tersebut, yakni konten persuatif, informatif, edukatif dan juga hiburan. Dimana setiap konten mempunyai porsi yang hampir sama, hal ini dikarenakan dalam kontennya Kacamata Tulungagung sedikit membiaskan tujuan antar konten, meskipun terdapat perbedaan antar tujuan konten, namun perbedaan tersebut sangat bias. Pembiasaan antar konten terjadi karena dalam penyusunan pesan yang tumpang tindih, dimana dalam beberapa konteks terdapat konten informasi bersanding dengan konten persuatif, sehingga sedikit lebih sulit mengidentifikasi konten tersebut masuk dalam klasifikasi informatif atau persuatif. Namun jika ditarik berdasarkan definisi dari masing-masing tujuan informasi, maka, peneliti dapat menelaah jenis konten berdasarkan tujuan sebagai berikut :

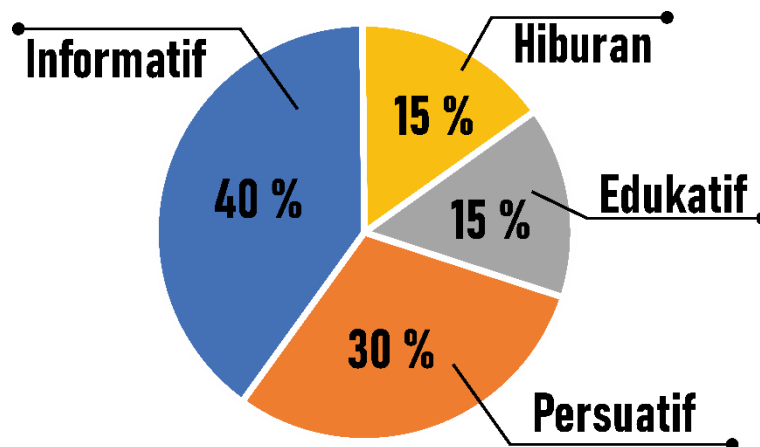


Diagram 4.1. Diagram Konten Kacamata Tulungagung

Konten informatif mempunyai persentase yang lebih besar dibandingkan dengan konten lainnya yaitu sebesar 40 %, hal ini melihat dari tujuan dari Kacamata Tulungagung ini sendiri yakni media informasi yang menyajikan informasi bagi masyarakat Tulungagung. Konten persuatif mempunyai persentase 30%, pesan persuatif disini segala bentuk pesan dari Kacamata Tulungagung yang dimaksudkan untuk mengajak atau mempengaruhi masyarakat terhadap suatu informasi, baik dari pemerintahan, maupun relasi bahkan termasuk promo produk. Untuk pesan edukatif dan juga hiburan mempunyai persentase yang sama yakni 15%, hal ini didasarkan pada kuantitas konten yang membuat pembelajaran bagi masyarakat dan juga hiburan bagi masyarakat. Tentunya berdasarkan persentase tersebut, terdapat keragaman konten yang disajikan oleh Kacamata Tulungagung, namun masih sesuai dengan konsep awal dari berdirinya Kacamata Tulungagung, yakni mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung dengan kadar yang proporsional menurut Kacamata Tulungagung.

Adapun strategi yang digunakan oleh Kacamata Tulungagung cukup sederhana namun jika dilihat secara objektif mempunyai tingkat kompleksitas yang cukup tinggi. Terdapat beberapa indikator dari strategi

komunikasi yang dilakukan oleh Kacamata Tulungagung dalam menyampaikan informasi di setiap potingannya, diantaranya adalah :

1. Mengetahui khalayak atau sasaran komunikasi

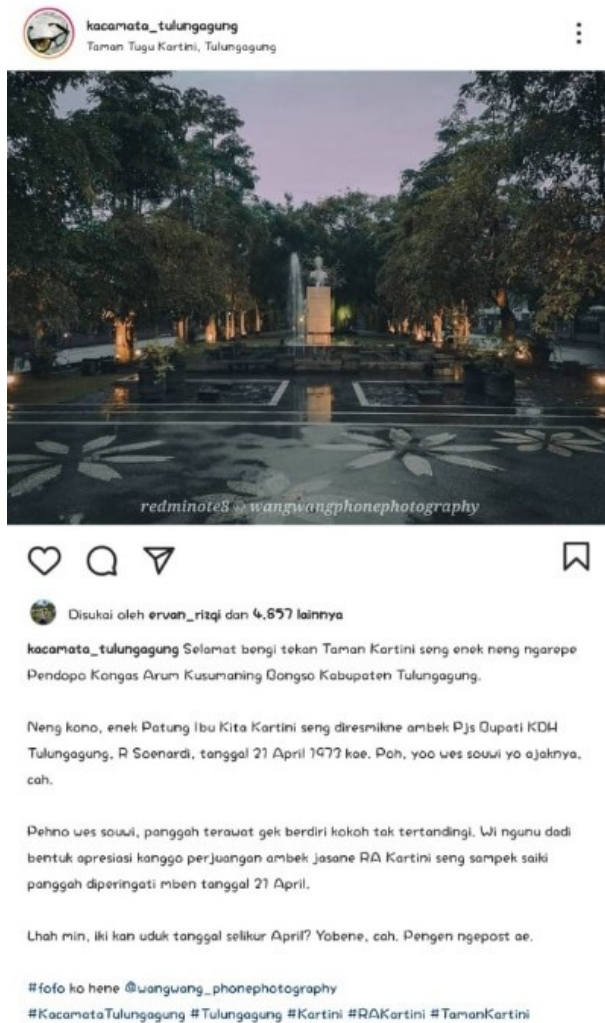
Kacamata Tulungagung memanfaatkan konten bermuatan lokal karena dirasa relevan dengan kondisi masyarakat, selain itu sedari awal pembuatannya, Kacamata Tulungagung mempunyai tujuan untuk memberikan informasi terkait dengan kondisi masyarakat Tulungagung secara *up to date*. Maka tidak dipungkiri jika hampir semua konten yang dimuat Kacamata Tulungagung berisi konten lokal Kabupaten Tulungagung.

Pemilihan informasi, serta penggunaan bahasa yang relevan dengan masyarakat Tulungagung menjadi modal bagi Kacamata Tulungagung untuk mengembangkan eksistensinya di dunia virtual. Masyarakat mempunyai mobilitas yang cukup tinggi dalam mengakses informasi, terlebih pada era mobile dewasa ini. Namun banyak diantara masyarakat memilih informasi yang relevan serta *to the poin*, sehingga daya mobilitas manusia untuk memenuhi kebutuhan yang lain dapat dilakukan. Dalam konteks ini Kacamata Tulungagung melihat hal tersebut sebagai sebuah peluang, dimana dalam setiap konten serta postingannya Kacamata Tulungagung mengedepankan validitas data yang disuguhkan berbarengan dengan informasi yang singkat padat namun jelas sesuai dengan konteks informasi tersebut.

Dalam memberikan informasi atau pesan kepada masyarakat Tulungagung, Kacamata Tulungagung menggunakan bahasa lokal masyarakat Tulungagung. Hal ini merupakan bentuk salah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kacamata Tulungagung, karena bahasa merupakan sebuah alat untuk melakukan proses komunikasi, sistem yang cukup kompleks, terdiri dari lambang dan simbol yang dapat ditafsirkan menjadi kesatuan sistem untuk berkomunikasi. Dalam kebudayaan manusia,

bahasa menjadi salah satu sistem dasar dalam proses komunikasi, bahasa meliputi banyak hal, karakteristik, pola pikir, kebudayaan, dan lain sebagainya yang mana mempengaruhi terbentuknya bahasa. Salah satu elemen fundamental ini dapat menjadi penghubung satu manusia dengan manusia lain dalam menyampaikan informasi.

Komunikasi menjadi efektif dan efisien ketika antar manusia terhubung melalui bahasa yang saling dimengerti. Tentunya hal ini mendasari dari pemahaman manusia terhadap informasi yang disampaikan hingga kepada ketertarikan manusia terhadap informasi tersebut. Penyampaian informasi dalam komunikasi tidak serta merta hanya disajikan baik dalam bentuk gambar, video, tulisan maupun suara. Melainkan harus mematuhi berbagai peraturan terkait informasi itu sendiri, salah satunya adalah penggunaan bahasa yang tepat.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.2

Bahasa lokal untuk mengenal masyarakat

Penggunaan bahasa lokal pada postingan Kacamata Tulungagung berlaku terhadap postingan gambar, caption bahkan dalam menanggapi respon masyarakat dalam kolom komentar, Kacamata Tulungagung menggunakan bahasa lokal. Tentunya hal ini efektif untuk menarik perhatian masyarakat, baik dari masyarakat Tulungagung maupun luar Tulungagung, dikarenakan selain unik juga relevan dengan masyarakat Tulungagung khususnya.

“Mengenal masyarakat itu penting, kalau kita sudah bisa mengenal masyarakat, masyarakat juga akan mengenal kita. Ibarat kita mau bertamu, kita harus tahu siapa yang jadi tuan rumah, supaya tidak terjadi hal-hal tidak diinginkan. Kacamata Tulungagung berada di sosial media, jadi mengenal masyarakat itu sangat penting. Cara kita mengenal dengan cara menyesuaikan apa yang ada dimasyarakat, bahasa, perilaku dan sebagainya. Dengan begitu kita bisa diterima dimasyarakat.”⁹¹

Kacamata Tulungagung melihat bahwa pengikutnya terdiri dari masyarakat yang heterogen, mulai dari jenis kelamin, usia, hingga latar belakang pendidikan maupun pengalaman yang berbeda-beda. Melihat hal tersebut, Kacamata Tulungagung berusaha menyajikan informasi yang bersifat umum agar dapat dikonsumsi oleh semua lapisan masyarakat. Masyarakat sebagai sasaran komunikasi merupakan hal yang cukup krusial, dimana pengaruh masyarakat dalam membangun kacamata juga tidak bisa dianggap remeh. Karenanya Kacamata Tulungagung memperhitungkan dari setiap postingannya. Dengan begitu, informasi dapat diterima oleh masyarakat Tulungagung khususnya.

2. Menentukan tujuan

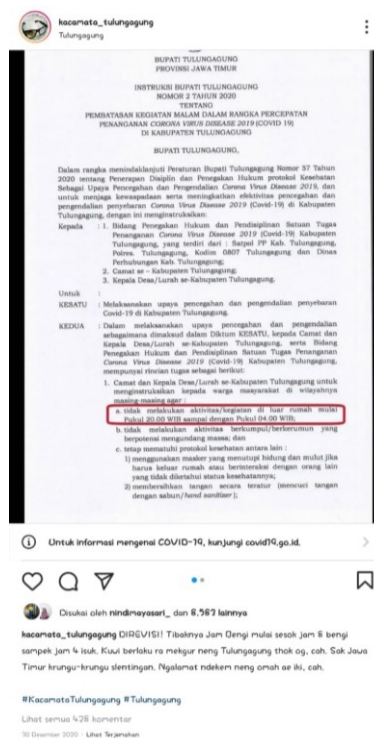
Setiap pengguna yang menggunakan sosial media mempunyai berbagai alasan tujuan, mulai dari sekedar melepas penat di waktu luang hingga mencari sebuah informasi dari sosial media. Bagi media informasi layaknya Kacamata Tulungagung, penggunaan sosial media bertujuan untuk membagikan informasi kepada masyarakat khususnya informasi terkait masyarakat Tulungagung. Selain membagikan informasi dari setiap postingan Kacamata Tulungagung juga memberikan hiburan kepada

⁹¹ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 Januari 2021.

masyarakat, hal ini dikarenakan tidak sedikit masyarakat yang menggunakan sosial media sebagai hiburan semata.

a. Informatif

Penyampaian pesan secara informatif bertujuan untuk memberikan pesan yang apa adanya, sesuai dengan fakta yang ada. Dalam hal ini kacamata tulungagung menyampaikan informasi terkait dengan kondisi yang ada di lingkungan Kabupaten Tulungagung, termasuk demografis maupun geografis Kabupaten Tulungagung.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.3

Konten informatif dari @Kacamata Tulungagung

Dikarenakan berita informatif meruapakan berita berdasarkan fakta yang ada, konteks tersebut pesan sudah valid dan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Tulungagung. meskipun

informasi yang terdapat pada gambar sedikit mempunyai pesan persuasif, namun dalam hal tingkat validasi data, konten tersebut merupakan bentuk dari pesan informatif, dimana pesan tersebut menjadi sebuah informasi bagi masyarakat Tulungagung.

b. Edukatif

Dalam beberapa aspek, pengetahuan umum terkait kondisi dan situasi masyarakat Tulungagung juga menjadi sumber pesan yang wajib disampaikan oleh Kacamata Tulungagung. Hal ini bertujuan untuk membangun dan memajukan masyarakat Tulungagung itu sendiri. Selain itu pesan yang bersifat edukatif juga dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait suatu problematika yang ada di Kabupaten Tulungagung.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.4

Konten eduatif dari @Kacamata Tulungagung

Pesan diatas dikategorikan kedalam pesan edukatif, karena dalam konten tersebut memuat edukasi, atau pengetahuan terkait sebuah permasalahan. Konten diatas selain menyuguhkan informasi, juga memuat pengetahuan terkait pemuda yang dihajar warga karena beradu pedang. Masyarakat mendapat pengetahuan terkait apa yang sedang terjadi, mengapa hal tersebut bisa terjadi dan lain sebagainya.

c. Persuatif

Pesan persuatif biasanya ditujukan kepada informasi yang bersifat mengajak atau mempengaruhi terhadap suatu konteks tertentu. Dalam konten postingannya, Kacamata Tulungagung juga sedikit banyak menyelipkan pesan yang bersifat mengajak atau mempengaruhi, hal ini ditujukan untuk memaksimalkan informasi terkait hal-hal yang konteksnya mengajak masyarakat untuk mengikuti informasi tersebut.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.5

Konten persuatif dari @Kacamaata Tulungagung

Konten diatas memuat himbauan terhadap masyarakat, karenanya konten tersebut termasuk kedalam pesan persuatif. Dimana dalam konten tersebut menjaskan terkait informasi lalu lintas yang ditutup, sehingga masyarakat diharapkan untuk memutar balik, atau berhati-hati ketika melalui jalan tersebut. Dengan adanya himbauan seperti itu diharapkan bahwa masyarakat menjaga keselamatan ketika berkendara, terlebih ketika melalui jalan tersebut.

d. Entertaint

Kondisi masyarakat Tulungagung yang heterogen dalam beberapa aspek, menyebabkan konten dalam postingannya Kacamata Tulungagung menyajikan informasi yang bertujuan untuk menghibur masyarakat Tulungagung. Konten seperti ini cukup mampu untuk medapat respon dari masyarakat, terlebih ketika konten yang disajikan cukup lucu atau konyol. Selain itu konten yang viral juga sedikit banyak berpengaruh terhadap respon dari masyarakat.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.6

Konten Hiburan dari @Kacamata Tulungagung

Dalam konten tersebut hanya memuat pesan hiburan atau *entertainment*, meskipun didalam konten tersebut terdapat informasi-informasi, namun masih bersifat hiburan semata. Konten hiburan seperti ini cukup banyak dinikmati oleh masyarakat, mengingat dalam konten hiburan seperti diatas dapat membuat audien tertawa dan merasa senang ketika melihatnya.

Secara garis besar tujuan dari penyampaian informasi dari Kacamata Tulungagung juga untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung, namun dengan konteks Influencer, Kacamata Tulungagung juga mempengaruhi masyarakat dalam setiap konten postingannya. Meskipun informasi tersebut tidak selalu persuasif, namun dengan konteks sebuah media informasi, tujuan menentukan tujuan dari penyampaian informasi ini juga dapat menjadi sebuah cara dalam mengevaluasi kondisi masyarakat. Selain itu menentukan tujuan dari awal pemilihan pesan juga dapat menjadi indikator keberhasilan media informasi dalam menyampaikan informasi. Tujuan yang jelas dan dilaksanakan dengan tepat, tentunya akan membawa dampak yang positif bagi media informasi tersebut, dalam hal ini adalah Kacamata Tulungagung

Dalam menentukan tujuan harus berlandaskan pada idealisme dari komunikator dalam hal ini adalah Kacamata Tulungagung. Tujuan yang berlandaskan idealisme ini nantinya berpengaruh terhadap postingan dari media informasi. Konsistensi dari intensitas upload maupun jenis konten dapat tetap dilakukan ketika sedari awal media informasi menentukan tujuan dari penyampaian informasi, atau lebih dasar lagi tujuan dari pembuatan media informasi itu sendiri.

Dengan tujuan tersebut media informasi dapat berfikir lebih kreatif dalam menyampaikan informasi. Sehingga terdapat keragaman konten yang pada akhirnya akan dikonsumsi oleh masyarakat, dan jika konten tersebut menarik, maka tidak dipungkiri bahwa informasi akan mendapat respon positif atau lebih dari itu media informasi dapat berkembang lebih besar.

Kacamata Tulungagung dengan kontennya berusaha memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat, selain sebagai bentuk hiburan Kacamata Tulungagung berusaha memajukan masyarakat Tulungagung dengan informasi yang sudah dibangun sejak 7 tahun yang lalu.

“Dalam penyampaian informasi, kita mempunyai beberapa rubrik informasi sebenarnya, seperti di facebook, tapi karena banyak informasi yang mendadak, jadi rubrik berita tidak begitu disusun, walaupun ada susunan biasanya tidak disengaja. Setiap hari itu pasti ada konten yang diposting, biasanya tergantung talent atau kontributor kapan mengirim ke kita. Tapi untuk informasi pasti selalu ada, tidak mungkin tidak, kalo tidak ada kiriman kita cari, karena memberikan informasi kepada masyarakat merupakan kewajiban bagi kami.”⁹²

3. Menyusun pesan

Dalam menyusun pesan atau informasi Kacamata Tulungagung beberapa konten dalam postingan Kacamata Tulungagung, menggunakan prinsip-prinsip tertentu. Hal ini dikarenakan, informasi atau pesan yang disampaikan merupakan salah satu bentuk eksistensi dari media informasi itu sendiri. Layaknya Kacamata Tulungagung, informasi atau pesan yang terdapat dalam setiap postingannya merupakan bentuk eksistensinya di dunia virtual.pesan atau informasi inilah yang nantinya akan mempengaruhi masyarakat , baik dari pola perilaku maupun pola pikir dalam menjalani kehidupannya.

Dalam prosesnya informasi atau pesan yang disajikan sangat kompleks, dimana terdapat proses pemilihan informasi, pengkajian terkait data yang disampaikan, hingga cara atau metode penyampaian pesan agar pesan atau informasi dapat diterima oleh masyarakat. Ini dikarenakan

⁹² Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

informasi atau pesan ketika sudah berada di sosial media merupakan konsumsi publik, dimana media informasi seperti Kacamata Tulungagung tidak dapat mengelola masyarakat yang akan mengakses informasi dari Kacamata Tulungagung. Kacamata Tulungagung hanya dapat mengontrol informasi yang di sampaikan bukan mengontrol siapa saja yang mengakses informasi. Meskipun di beberapa sosial media terdapat fitur privat, dimana postingan atau konten tersebut tidak dapat diakses masyarakat lain dan hanya dapat diakses oleh pengguna itu sendiri. Namun sebagai media informasi hal tersebut tidak bisa dilakukan, karena sesuai dengan tujuan maupun tugasnya, Kacamata Tulungagung harus menyampaikan informasi kepada masyarakat Tulungagung.

Dalam pemilihan informasi atau pesan Kacamata Tulungagung menyesuaikan sasaran komunikasi, tujuan informasi hingga tujuan media tersebut. Ini akan berpengaruh terhadap citra dari media itu sendiri. Informasi yang beredar pada dunia virtual sangat banyak dan cepat. Karenanya dalam pemilihannya harus secara cermat dan tepat agar tidak menjadi kerugian bagi media informasi sebagai penyampai pesan tersebut. Selanjutnya, informasi atau pesan yang sudah dipilih diuji keaslian dan validitasnya. Sebagai pemberi informasi, data yang valid menjadi modal yang besar untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap media tersebut. Pengujian informasi pada Kacamata Tulungagung dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya yakni dengan mencari narasumber terkait informasi dan mengkonfirmasi terkait informasi yang ada. selain itu media informasi dapat mengkomparasikan informasi dari berbagai sumber untuk mengetahui tingkat validitas sebuah informasi atau pesan. Setelah diketahui bahwa informasi tersebut valid, maka disusun cara atau metode dalam menyampaikan informasi. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh admin kacamata Tulungagung

“Konten yang diposting itu sudah melalui pertimbangan, dari sasaran komunikasinya nanti menerima atau tidak, dari bahasa yang

digunakan nanti bagaimana, informasinya memuat isu yang menyinggung atau tidak seperti itu SARA. Kami meminimalisir hal-hal tersebut. Jadi, informasi yang kami sampaikan tidak begitu saja kami *upload*, *Inshaallah* aman. Tapi jika dalam penyusunan kami terdapat kekeliruan kami bertanggungjawab untuk *men-takedown* konten itu. Kami selalu melakukan *cross check* terlebih dahulu sebelum konten itu kami *upload*, misal itu konten permintaan dari talent atau relasi kami mengkonfirmasi bahwa informasi itu tidak memuat informasi yang membuat tersinggung masyarakat”⁹³

Secara tidak langsung akun yang dianggap sebagai *influencer* atau yang berpengaruh terhadap masyarakat cenderung mempunyai tanggungjawab untuk menjaga ekesistensi namun tidak melepas validitas informasi yang disampaikan. Kacamata tulungagung tentunya sadar dengan hal tersebut, karenanya dalam setiap postingannya Kacamata Tulungagung selalu berusaha merespon masyarakat. Dari beberapa hal tersebut tentunya menjadi aspek yang membuat masyarakat menjadikan Kacamata Tulungagung sebagai media informasi terpercaya.

Validitas dari setiap informasi menjadi modal utama bagi media informasi. Hal ini bertujuan agar masyarakat percaya dan memilih media tersebut sebagai prioritas dalam mencari informasi. Informasi atau pesan memuat hal-hal kompleks dimana dalam prosesnya pemilihan tema, penulisan isi hingga cara penyampaian harus secara seksama, agar tidak terjadi *miss-communication* atau kesalahan persepsi di masyarakat, khususnya masyarakat Tulungagung. Kacamata Tulungagung dengan informasi yang disajikannya berusaha dengan semaksimal mungkin untuk menyajikan informasi yang valid bagi masyarakat. Selain sebagai tempat

⁹³ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

mencari hiburan, Kacamata Tulungagung sebagai media informasi juga harus menyajikan informasi dengan tingkat validitas yang cukup tinggi.

Pesan atau informasi merupakan sebuah sistem utama dalam proses komunikasi. Dalam prosesnya komunikasi merupakan bentuk pertukaran informasi, karenanya informasi menjadi salah satu poin utama dalam komunikasi. Tidak akan terjadi komunikasi jika tidak ada informasi yang akan disampaikan. Dalam komunikasi tradisional maupun virtual terdapat informasi atau pesan yang disampaikan, namun yang menjadi pembedanya adalah cara penyampaiannya. Komunikasi tradisional mempunyai kecenderungan bahwa informasi disampaikan secara langsung kepada komunikan, selain itu dalam komunikasi tradisional penyampaian informasi hanya terbatas, berbeda halnya dengan komunikasi virtual yang mana pesan atau informasi dapat disimpan kedalam bentuk data virtual, yang mana dalam prosesnya, pesan informasi menjadi tidak terbatas waktu maupun tempat.

Pada dasarnya informasi yang disajikan Kacamata Tulungagung merupakan informasi lokal yang terjadi di Kabupaten Tulungagung. Hal ini sesuai dengan tujuan dari Kacamata Tulungagung yakni memberikan informasi terkait dengan Kabupaten Tulungagung kepada masyarakat Tulungagung. Dalam postingannya Kacamata Tulungagung membagi informasi menjadi beberapa rubrik, diantaranya berita informasi, edukasi hingga hiburan.

Informasi tersebut disampaikan oleh Kacamata Tulungagung setiap hari dengan intensitas postingan 3-8 konten per hari. Pemuatan informasi tersebut berdasarkan kiriman dari masyarakat Tulungagung itu sendiri ataupun berasal dari admin yang mencari informasi terkini terkait dengan Kabupaten Tulungagung. Tentunya informasi yang disajikan tidak asal-asalan. Adanya pertimbangan dari setiap konten baik dari relevansi dan juga validitas informasi menjadi dasar dari pemuatan postingan pada kaacama

Tulungagung. Setelah mendapatkan informasi yang diinginkan admin memvalidasi informasi tersebut dengan narasumber terkait ataupun informan lain demi menjaga informasi tersebut valid dan layak di posting atau tidak. Tentunya jika terdapat kritikan dari masyarakat terhadap postingan yang dimuat, admin akan mengkoreksi informasi tersebut dan jika terdapat miss-communication terhadap informasi tersebut yang menyebabkan kesalahpahaman dimasyarakat, maka admin akan menarik informasi tersebut.

Informasi yang valid dan relevan menjadi satu dari sekian strategi yang dilakukan oleh Kacamata Tulungagung demi menjaga eksistensinya didunia virtual. Mengingat dengan usia yang sudah cukup malang melintang, yakni 7 tahun berada di platform *Instagram* membuat kacamata tulungagung lebih selektif dalam menyajikan berita. Kacamata Tulungagung meminimalisir kesalahan sekecil apapun demi menjaga kepercayaan masyarakat Tulungagung terhadap informasi yang disajikannya.

4. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Kacamata Tulungagung mengusung konsep dimana pesan dari masyarakat untuk masyarakat, karenanya dalam penyampaiannya Kacamata Tulungagung menggunakan bahasa lokal sebagai metode dalam menyampaikan suatu informasi. Selain itu penggunaan caption yang relevan dengan foto maupun video menjadi metode dalam menyampaikan informasi. Metode yang tepat akan membuahkan hasil yang memuaskan yakni dengan respon positif dari masyarakat. Namun tidak sedikit kasus dimana media sudah memperhitungkan dan mempertimbangkan metode dalam menyampaikan pesan, namun respon masyarakat kurang baik. Hal ini dipengaruhi banyak faktor diantaranya kondisi masyarakat pada saat menerima informasi tersebut, atau ada kemungkinan dari ketidakjelasan

informasi itu sendiri yang menyebabkan masyarakat kebingungan dan tidak mengerti akan maksud dari informasi yang disampaikan.

Pemaparan informasi dari Kacamata Tulungagung selain menggunakan bahasa lokal juga menggunakan redaksi yang cukup unik untuk menyampaikan informasinya. Beberapa redaksi menggunakan *multi-lingual*, seperti menggunakan bahasa Jawa yang di gabungkan dengan bahasa Indonesia. Hal ini dimaksudkan sebagai daya tarik kepada masyarakat, khususnya Tulungagung. Kombinasi yang terkesan konyol dapat membuat masyarakat merasa terhibur dan tertarik terhadap informasi dari Kacamata Tulungagung. Penggunaan redaksi pada Kacamata Tulungagung sudah melalui berbagai peninjauan. Hal ini senada dengan paparan admin dalam sesi wawancara:

“Iya, secara redaksi kami buat semenarik mungkin, agar masyarakat tertarik melihat informasi yang kami posting. Kalau sudah dilihat, *relate*, nanti pasti ada komentar dari netizen-netizen itu. Masyarakat memang menyukai hal-hal yang konyol, lucu dan unik, dari masyarakat sendiri juga kadang sering seperti itu menggunakan bahasa-bahasa yang dicampur untuk guyonan, kami berpikir, kenapa tidak saya pakai buat di *instagram*, biar mereka juga senang melihatnya. Bahasa yang kami gunakan itu kan bahasa keseharian masyarakat Tulungagung, jadi ya kita mencoba untuk lebih ”merakyat” seperti itu, masyarakat juga senang kami menggunakan bahasa-bahasa keseharian begitu, lebih seperti teman sendiri.”⁹⁴

Selain dari penggunaan redaksi yang unik yaitu dengan mengkombinasikan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Dikarenakan basis penyebaran informasi Kacamata Tulungagung menggunakan sosial media Instagram, maka terdapat bentuk visual dari informasi tersebut berupa

⁹⁴ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 Januari 2021.

gambar maupun video sebagai validasi dari caption yang disertakan dalam setiap postingan Kacamata Tulungagung. kesesuaian antara postingan dengan caption menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, selain itu dengan adanya gambar atau video informasi yang disajikan oleh Kacamata Tulungagung.

Konsep desain postingan seperti ini pada dasarnya merupakan sebuah kewajiban, mengingat dalam sosial media instagram fungsi dan tujuannya untuk menampilkan gambar maupun video dari penggunaannya. Gambar maupun video bagi Kacamata Tulungagung merupakan aset informasi yang berharga, dengan adanya gambar atau video informasi yang di peroleh Kacamata Tulugagung menjadi lebih valid dan dipercaya oleh masyarakat, selain itu informasi yang disajikan juga akan terkesan lebih menarik, terlebih ketika gambar atau video tersebut mempunyai relevansi terhadap informasi yang sedang diangkat oleh Kacamata tulungagung.

Teknologi informasi seperti halnya media sosial dewasa ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan. hal ini dilihat dari adanya berbagai fitur yang disediakan oleh pihak pengembang aplikasi untuk memaksimalkan kinerja serta menambah tingkat kenyamanan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Hal ini tentunya dimanfaatkan oleh pengguna secara maksimal sesuai dengan kabutuhan serta keperluannya menggunakan sosial media. Terlebih ketika pengguna tersebut mempunyai andil yang cukup besar untuk mempengaruhi masyarakat.

Berbagai fitur yang ditawarkan oleh pihak pengembang aplikasi tentunya diklaim dapat lebih memudahkan penggunaan masyarakat terhadap aplikasi tersebut. Selain itu beberapa fitur yang menyesuaikan perkembangan zaman dapat membantu masyarakat untuk memaksimalkan mobilitas dalam mengakses sosial media. Lebih dari itu bagi beberapa penyedia layanan informasi fitur tersebut lebih memaksimalkan informasi yang disajikan kepada masyarakat.

Strategi lain yang dilakukan oleh media informasi seperti Kacamata Tulungagung yakni pemilihan platform sebagai media penyampaian informasi. Dalam hal ini Kacamata Tulungagung menggunakan *Instagram* sebagai media dalam menyampaikan informasi, ini didasarkan pada tujuan dari Kacamata Tulungagung itu sendiri dan juga sasaran komunikasi dari Kacamata Tulungagung. Dimana sasaran komunikasi dari Kacamata Tulungagung merupakan masyarakat Tulungagung itu sendiri yang notabene terdiri dari beragam lapisan, selain itu banyak dari masyarakat yang menggunakan *Instagram* sebagai salah satu sosial media aktif.

Melihat hal tersebut, Kacamata Tulungagung berusaha memaksimalkan berbagai fitur yang disediakan oleh *Instagram* dalam penyampaian informasi. Hal ini dilihat dari daya *responsive* Kacamata Tulungagung untuk menanggapi masyarakat cukup tinggi. Meskipun dengan intensitas yang tidak sebentar, namun untuk beberapa informasi Kacamata Tulungagung menanggapi informasi dengan tepat dan cermat. Tentunya hal ini diharapkan menambah kesan percaya pada masyarakat. Serta untuk menjaga tingkat solid antar pengikutnya, pemaksimalan fitur benar-benar dilakukan oleh Kacamata Tulungagung dengan melihat setiap konten postingannya.

Pada platform *Instagram* terdapat berbagai fitur yang disediakan oleh pihak pengembang aplikasi. Tentunya hal ini menjadi daya tarik kepada masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sosial media yang digunakan hampir seluruh manusia didunia ini mempunyai beragam fitur dalam membantu manusia untuk mengakses informasi secara maksimal. Adapun berbagai fitur tersebut antara lain, stories, hastag, caption, follow, mention, like, komentar hingga live streaming. dimana masing-masing fitur mempunyai fungsi dan tujuan untuk mempermudah masyarakat sebagai pengguna aplikasi tersebut.

Sebagai sebuah media yang memberikan informasi kepada masyarakat, Kacamata Tulungagung juga memaksimalkan penggunaan dari beragam fitur yang sudah disediakan oleh *Instagram*. Tidak hanya sekedar memposting konten layaknya pada sosial media lain, Kacamata Tulungagung juga memanfaatkan fitur mention dan juga hastag. Penggunaan hastag digunakan untuk memfokuskan topik-topik yang berhubungan dengan Kabupaten Tulungagung maupun kacamata tungaugung, selain itu untuk beberapa topik yang sedikit menjadi prioritas diberikan hastag tambahan agar memudahkan masyarakat mencari informasi terkait topik tersebut.

Selain itu beberapa fitur lain yang berusaha dimanfaatkan oleh Kacamata Tulungagung adalah penggunaan IG TV. Fitur ini digunakan ketika Kacamata Tulungagung ingin menyajikan informasi berupa video dengan durasi yang cukup panjang. Dalam beberapa postingannya IG TV berisi konten pemerintahan dan beberapa informasi penting lain bagi masyarakat Tulungagung. Berbeda dengan postingan video pada umumnya yang hanya terbatas 60 detik, dalam IG Tv durasi video bisa belih dari 10 menit.

Selain itu sorotan dalam *Instagram* digunakan Kacamata Tulungagung untuk menyimpan informasi yang lebih penting, seperti info terkait Kacamata Tulungagung. Sorotan hampir sama dengan story, tujuannya sebagai *highlights* sebuah moment atau postingan tertentu. Namun perbedaan mendasarnya story hanya berlaku selama 24 jam, sedangkan sorotan tidak terbatas waktu terkecuali dihapus secara manual atau disembunyikan oleh pihak pengguna *Instagram*.

Fitur lain yang sering digunakan oleh Kacamata Tulungagung adalah story. Seperti penjelasan diatas story merupakan fitur berupa highlight momen-momen tertentu atau informasi yang bersifat cepat. Namun, penggunaan story hanya berlaku selama 24 jam, setelah itu story akan

terhapus secara otomatis oleh sistem. Fitur ini merupakan hasil adopsi dari aplikasi sejenis yang sudah terlebih dahulu menggunakannya. Tujuan dari penggunaan story yakni sebagai highlight momen-momen yang bersifat sementara. Kacamata Tulungagung memanfaatkan fitur ini untuk membagikan informasi yang penting agar dapat dilihat oleh masyarakat. Dikarenakan kegiatan masyarakat membutuhkan mobilitas yang cukup tinggi, akses informasi juga harus menyesuaikan kebutuhan masyarakat akan informasi tersebut. Karenanya adanya informasi yang dibagikan lewat story merupakan bentuk penyesuaian teknologi terhadap kebutuhan manusia akan akses informasi yang cepat.

Bagi kaum millennial fitur-fitur yang terdapat pada *Instagram* khususnya sangat membantu dalam mobilitas akan akses informasi. Selain mudah penggunaannya, informasi yang disajikan cukup efektif dan efisien. Sosial media mempunyai banyak fungsi bagi masyarakat, karenanya adanya fitur-fitur yang lebih memudahkan masyarakat untuk menggunakan aplikasi menjadi daya tarik tersendiri.

“*Instagram* itu kan aplikasi besar, maksudnya penggunanya juga banyak. Kami tertarik menggunakan *Instagram* karena penggunanya banyak, terus dulu ada *request* dari teman, kenapa gak mencoba *Instagram*, dari situ saya mendapat motivasi untuk membuat *Instagram*. Selain itu dulu *Instagram* kan cuma aplikasi pribadi saja, namun melihat dari masyarakat, sepertinya menjajikan untuk mengembangkan sayap di *Instagram*, akhirnya dengan tekad bulat saya membuat akun Kacamata Tulungagung di *Instagram*”⁹⁵

⁹⁵ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Komunikasi

@Kacamata Tulungagung

Informasi dewasa ini menjadi salah satu kebutuhan bagi manusia, terlebih dengan adanya teknologi yang mendukung, menjadikan informasi menjadi salah satu kebutuhan primer bagi manusia. Tak terkecuali masyarakat Tulungagung, dimana hampir seluruh warga Kabupaten Tulungagung menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*. Kacamata Tulungagung sebagai salah satu penyedia informasi bagi masyarakat Tulungagung turut bertanggungjawab menyediakan informasi bagi masyarakat Tulungagung untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi.

Sesuai dengan penjelasan diatas, bahwasannya Kacamata Tulungagung mempunyai berbagai strategi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dari analisis yang peneliti dapatkan, Kacamata Tulungagung turut mempunyai kontribusi dalam distribusi informasi bagi masyarakat Tulungagung khususnya. Dalam setiap postingannya, Kacamata Tulungagung mempunyai andil untuk mempengaruhi masyarakat terhadap sebuah informasi. Mengingat dari usia Kacamata Tulungagung yang sudah menginjak usia 7 tahun serta dengan angka 262 ribu pengikut, Kacamata Tulungagung dapat mempengaruhi masyarakat dengan berbagai informasi yang disampaikannya.

Diantara faktor-faktor yang menjadi stratgi Kacamata Tulungagung dalam mengembangkan serta menyampaikan informasi, terdapat beberapa faktor pendukung dalam menyampaikan informasi atau pesan agar efektif dan efisien bagi masyarakat, yaitu :

1. Situasi dan kondisi masyarakat yang kondusif

Komunitas masyarakat didunia terdiri dari beragam lapisan masyarakat yang random dan heterogen. Karenanya dalam menyampaikan informasi memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat khususnya

menjadi pertimbangan bagi media informasi dalam hal ini adalah Kacamata Tulungagung. Lingkungan mempengaruhi dari respon masyarakat. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa pesan bisa mendapatkan respon negative ketika kondisi masyarakat pada saat penyampaian informasi tidak kondusif. Meskipun informasi dan metode yang digunakan sudah tepat, namun ketika masyarakat sedang tidak kondusif maka informasi tidak tersampaikan secara maksimal.

Dengan berdasarkan hal tersebut, Kacamata Tulungagung dalam setiap postingannya memperhitungkan kondisi masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar informasi yang disajikan tersampaikan secara maksimal. Kondusifitas masyarakat dapat dilihat dan diukur melalui sosial media itu sendiri, bisa dari respon masyarakat, maupun dengan melihat pengguna lain untuk mengukur kondisi masyarakat. Dengan perhitungan sedemikian rupa diharapkan informasi tersebut diterima oleh masyarakat dengan efektif dan efisien.

Karena kondisi masyarakat tidak dapat dikontrol oleh media informasi, maka media informasi tersebut harus mempunyai daya pikir kreatif untuk membuat suasana yang nyaman, baik ketika masyarakat sedang kondusif maupun tidak. Daya pikir kreatif tersebut bisa berupa pembuatan konten lain yang lebih santai, atau dengan menyuguhkan hiburan yang menarik bagi masyarakat agar tidak terlalu serius, atau dapat juga dengan diam dan memantau, baru setelah masyarakat sudah lebih kondusif informasi itu disampaikan menggunakan bahasa yang relative menyejukkan masyarakat sebagai konsumen informasi.

Disisi lain, media informasi seperti Kacamata Tulungagung dapat menciptakan situasi kondisi sesuai dengan yang diharapkan. Namun, meskipun begitu ada resiko dan konsekuensi yang harus dibayar oleh Kacamata Tulungagung ketika ingin menciptakan situasi atau kondisi tertentu. Bisa jadi situasi tersebut membawa dampak negative bagi media

informasi tersebut, namun ketika situasi tersebut dikonsepsi dengan matang kemungkinan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Karena pengaruh situasi dan kondisi ini cukup berpengaruh terhadap media informasi Kacamata Tulungagung. Dampak terburuk dari situasi dan kondisi ini berpengaruh terhadap eksistensi dari media informasi itu sendiri.

“Ya, kalau seperti itu situasi dan kondisi dimasyarakat cukup penting. Kalau kondisi sedang tidak kondusif kami berusaha untuk memberikan kedamaian dimasyarakat, jika tidak bisa kami memilih diam, tidak ikut campur sama masalah yang ada. Kami lebih memilih memposting konten lain, yang mungkin dapat mencairkan suasana. Kalau semua ikut tegang nanti kan repot, tidak ada yang menenangkan, jadi ya kalau dibilang penting ya cukup penting situasi dan kondisi di masyarakat. Jika memang situasinya cukup beresiko, kami tidak mau mengambil konsekuensi. Namun biasanya jika ada masalah kami berusaha mencari informasi tersebut lalu mengklarifikasinya, supaya masyarakat lebih tenang. Banyak kok yang kami klarifikasi di *Instagram*, seperti dulu itu viral soal Gor Lembupeteng yang dijadikan tempat karantina covid, itu ternyata hoax kami klarifikasi, terus kemarin ada berita harimau itu juga kami klarifikasi kalau berita itu hoax. Niat kami kan baik, ingin menenangkan masyarakat misal ada kegaduhan, misal ada yang tidak terima ya kami tampung, sebisanya kami merespon sedingin mungkin, tidak malah memperkeruh suasana.”⁹⁶

Situasi dan kondisi dimasyarakat sangat dinamis, dimana hal ini kadangkala terpengaruh dari waktu. Situasi dimasyarakat bergantung dengan waktu, karena tidak selamanya situasi masyarakat kondusif karena seringkali tidak kondusif, dan seiring waktu situasi dan kondisi dimasyarakat ini berubah-ubah. Dalam konteks lain kondisi masyarakat

⁹⁶ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

yang bersangkutan dengan waktu, dimana waktu diartikan kedalam bentuk durasi dari pesan atau informasi yang disampaikan. Terlebih ketika format informasi berbentuk video.



Sumber: akun Instagram @Kacamaata Tulungagung

Gambar 4.7

@kacamata Tulungagung mengkalrivikasi Berita Hoax

Dalam konten diatas, kacamata Tulungagung mencoba untuk meredam kegaduhan dimasyarakat terkait adanya berita harimau yang berkeliaran di hutan Sendang. Dari konten diatas, Kacamata Tulungagung mengklarifikasi dengan memberikan penjelasan kepada masyarakat agar kegaduhan yang terjadi dimasyarakat mereda. Sehingga situasi dan kondisi dimasyarakat dapat kembali normal.

2. Komunikator yang mampu memberikan pengaruh terhadap masyarakat

Komunikator adalah orang yang menyampaikan berita, atau dengan kata lain komunikator diartikan sebagai sumber informasi. Dari definisi tersebut, komunikator memegang peran penting dalam informasi yang beredar dimasyarkat. Terlebih ketika informasi tersebut disampaikan pada

sosial media. Pesan atau informasi dapat dikontrol oleh komunikator, kontrol tersebut baik sebelum pesan itu disampaikan hingga setelah pesan itu disampaikan.

Kacamata Tulungagung harus mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat sebagai audien di sosial media. Daya tarik Kacamata Tulungagung sendiri dapat berupa kredibilitasnya maupun dari tampilan dari Kacamata Tulungagung itu sendiri. Dalam praktiknya Kacamata Tulungagung dapat dikatakan mempunyai kredibilitas. Kredibilitas disini diartikan dalam konteks kemampuan untuk menyampaikan informasi. Dikarenakan Kacamata Tulungagung merupakan media informasi, dimana dalam tugasnya menyampaikan informasi yang sudah diperoleh. Pesan akan jauh lebih efektif disampaikan melalui komunikator yang terjamin kredibilitasnya atau sesuai dengan bidangnya. Selain akan mendapat respon dari masyarakat Tulungagung, hal tersebut juga mempengaruhi dari dampak yang dihasilkan dari informasi tersebut.

Selain kredibilitas seorang komunikator harus mempunyai tampilan yang menarik. Tampilan dalam artian ini bisa dari segi fisik ketika Kacamata Tulungagung melakukan komunikasi secara langsung, maupun tampilan dari *feed* sosial medianya. Tampilan ini juga dapat mempengaruhi tingkat nyaman masyarakat ketika mengakses informasi dari komunikator. Dari tampilan yang menarik dapat dilihat pula bagaimana kredibilitas komunikator, sehingga pesan atau informasi akan jauh lebih efektif untuk disampaikan.

Tampilan dapat dibangun oleh komunikator melalui berbagai proses. Dalam proses pencariia informasi, admin Kacamata Tulungagung seringkali terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang lebih valid. Karenanya sangat penting bagi admin Kacamata Tulungagung untuk membangun citra dengan salah satu caranya menjaga tampilan agar lebih dipercaya oleh narasumber maupun masyarakat. Dari tampilan yang

menarik masyarakat akan lebih percaya terhadap kredibilitas dan eksistensinya dimata masyarakat.

Selain hal-hal diatas, efektifitas pesan yang disampaikan oleh komuniator juga dipengaruhi oleh fasilitas yang digunakan oleh komunikator itu sendiri. Fasilitas dapat berbentuk dalam beberapa dan sedikit banyak bersinggungan dengan tampilan. Fasilitas yang dimaksimalkan oleh komunikator dapat membantu dalam mengembangkan media informasi yang dalam hal ini adalah Kacamata Tulungagung. Fasilitas seperti smartphone, laptop, jaringan/akses internet, dan lain sebagainya menjadi bahan untuk memproses informasi agar dapat dinikmati oleh masyarakat Tulungagung. Pemanfaatan fasilitas dalam komunikasi dirasa menjadi sebuah keharusan untuk memaksimalkan informasi, atau dengan kata lain agar informasi dapat tersampaikan secara lebih efektif dan efisien, terlebih ketika terdapat informasi yang bersifat membutuhkan fasilitas agar informasi lebih diterima oleh masyarakat.

“kami sadar betul menjadi komunikator di sosial media itu penting untuk menjaga tampilan, karenanya dalam setiap pencarian berita kita berusaha semaksimal mungkin tampil dengan sebaik mungkin. Kami memang menyembunyikan identitas kami secara virtual, ini agar kami tidak starsyndrom saja jika akun ini besar nanti banyak yang kenal, kan jadi repot nanti. Tetapi ketika mencari berita ya kami menjaga penampilan kami agar narasumber itu percaya dengan kami. Kalau *feed Instagram* agak susah ya untuk di aturnya, soalnya informasi yang kami dapat tidak selalu sama setiap hari, jadinya untuk mengatur itu agak susah, tapi kami rasa masyarakat tida memperlakukan hal tersebut, nyatanya postingan kami masih banyak yang like dan melihatnya.”⁹⁷

⁹⁷ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

3. *Follower* sebagai indikator dari media informasi

Media informasi layaknya Kacamata Tulungagung yang dimana dalam proses menyampaikan informasi menggunakan sosial media sebagai platformnya memerlukan pengikut atau *followers* dalam usahanya mengembangkan media tersebut ataupun sebagai objek dalam informasi yang disajikan oleh Kacamata Tulungagung. seperti media sosial pada umumnya, terdapat pengguna lain yang dapat mengikuti atau menjadi teman bagi pengguna lain, dimana dalam prakteknya pengguna tersebut menikmati atau mengkonsumsi informasi yang dibagikan oleh pengguna lain, selain mereka dapat memberikan informasi juga kepada pengguna yang lain.

Kacamata Tulungagung sangat menjaga akan stabilitasnya sebagai media informasi melalui adanya pengikut. Selain berfungsi sebagai indikator berkembangnya Kacamata Tulungagung dari segi kuantitas, pengikut atau *followers* ini ditinjau dari respon ketika Kacamata Tulungagung memposting kontennya di *Instagram*. Respon dari masyarakat khususnya berbeda-beda dari pengguna satu dengan pengguna lain, mengingat bahwa terdapat komunitas masyarakat yang heterogen di sosial media *Instagram*. Informasi yang menarik disajikan oleh Kacamata Tulungagung tentunya akan mendapat respon yang positif juga dari masyarakat Tulungagung khususnya.

Karena fungsinya yang cukup krusial, Kacamata Tulungagung berusaha untuk memaksimalkan dalam mengelola pengikut-pengikut yang ada. Berbagai cara dilakukan agar para pengikutnya merasa nyaman dan tetap setia terhadap Kacamata Tulungagung. diantara cara-cara Kacamata Tulungagung dalam menjaga stabilitas pengikutnya adalah dengan memberikan informasi semenarik dan valid mungkin. Sehingga tingkat kepercayaan masyarakat tumbuh dan meningkat dengan adanya informasi tersebut. Selain itu dengan adanya timbal dari Kacamata Tulungagung juga

merupakan bentuk strategi dan faktor pendukung dari menjaga kenyamanan pengikutnya.

Adapun cara yang dilakukan Kacamata Tulungagung merupakan bentuk standar dari peranan media informasi di sosial media. Namun adanya *treatment* tertentu yang membuat masyarakat yang notabene sebagai pengikutnya merasa nyaman dalam mengikuti segala bentuk konten yang disajikan oleh Kacamata Tuungagung.

“follower itu kan aset ya, kita gak bisa besar kalau tidak ada follower, konten kita tidak akan dilihat jika tidak punya follower. Jadi ya follower itu juga penting. Kami menjaga betul follower-follower itu dengan memberikan informasi yang mereka butuhkan, misalnya sekarang butuh informasi covid kami berikan informasi covid, karena kami tidak mau jika masyarakat tidak percaya dengan kami. Jika kepercayaan masyarakat mulai turun kami berusaha dengan membuat konten yang menarik, agar masyarakat kembali percaya dengan kami. Setidaknya kami sudah berusaha, masalah itukan kembali ke masyarakat, kami juga tidak bisa memaksa mereka, kami hanya memberikan informasi kepada mereka, jika menurut mereka bagus ya silahkan diterima, jika tidak ya tidak apa-apa.”⁹⁸

4. Relasi dalam membangun media informasi

Sebagai salah satu media informasi terpercaya di kabupaten Tulungagung, Kacamata Tulungagung tentunya membutuhkan relasi yang banyak dan kuat, selain untuk menjaga eksistensinya, validasi data dan kepercayaan masyarakat. Kacamata Tulungagung harus berkoordinasi dengan pemerintah Kabupaten untuk mengumpulkan informasi terkait Kabupaten Tulungagung, selain itu untuk berita yang relvan dengan masyarakat, Kacamata Tulungagung berkoordinasi dengan masyarakat itu

⁹⁸ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

sendiri. Sehingga untuk admin Kacamata Tulungagung tinggal menseleksi informasi yang akan di sajikan dalam setiap postingannya, dan untuk beberapa informasi akan di kaji ulang atau di validasi dengan sumber lain agar informasi benar-benar valid.

Dalam beberapa postingannya, Kacamata Tulungagung mengambil dari portal berita untuk menambah informasi yang ada. Hal ini dilakukan karena dalam beberapa kasus, masyarakat jarang membaca berita secara langsung pada portal berita. Selain itu Kacamata Tulungagung juga bertujuan untuk mengarahkan masyarakat Tulungagung membaca berita dari sumber yang agar terhindar dari berita palsu/hoax.

Dalam sesi wawancara admin Kacamata Tulungagung juga menjelaskan adanya talent, dimana talent ini bertugas sebagai pemeran pengganti admin. Ini juga bisa dikategorikan sebagai relasi, mengingat ada banyak informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat Tulungagung khususnya. Oleh karenanya admin membutuhkan talent, selain sebagai contributor informasi, talent bertugas merespon komentar masyarakat terkait informasi tertentu. Tentunya ini memudahkan admin dalam mengelola media informasinya.⁹⁹

Kacamata Tulungagung sebagai media informasi tidak bisa berkembang sendiri tanpa adanya kontribusi dari masyarakat. Selain sebagai pengguna, beberapa masyarakat juga membagikan informasi lain yang mana beberapa informasi tersebut di kirimkan atau di mention ke Kacamata Tulungagung. Hal ini bertujuan agar jangkauan dari informasi itu lebih luas dan dapat dinikmati oleh masyarakat yang mungkin tidak/belum mengetahui terkait informasi tersebut.

⁹⁹ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

Adanya informasi dari masyarakat menjadikan jangkauan informasi menjadikan semakin luas. Tentunya hal ini akan memenuhi tujuan-tujuan dari Kacamata Tulungagung. Dengan informasi yang dibagikan langsung dari masyarakat juga dapat menambah kesan valid terhadap informasi tersebut. Fitur mention atau tag juga berfungsi untuk menautkan orang lain yang bersangkutan dengan topik tersebut. Selain sebagai bentuk apresiasi terhadap informasi tersebut, menautkan orang yang bersangkutan bertujuan untuk memvalidasi informasi tersebut. Adanya kesan kepercayaan yang dibangun dimasyarakat karena berita atau informasi yang disampaikan mempunyai sumber secara langsung. Dikarenakan Kacamata Tulungagung mengusung konsep *citizen journalism*, maka peran masyarakat sebagai kontributor berita sangatlah penting. Pemaksimalan fitur mention dan hastag pun mampu memaksimal informasi tersebut.

“Kami punya relasi, tidak banyak tapi cukup untuk memberikan informasi yang kami butuhkan. Kami ada beberapa relasi di IAIN Tulungagung, Pemerintah Kabupaten juga ada, masyarakat biasa juga ada. Semua itu untuk menunjang informasi yang kami butuhkan. Relasi lain seperti orang yang mau dipromosikan jualannya juga ada, jadi kami tidak bingung mau *upload* apa hari ini, karena pasati sudah ada informasinya. Ya itu tadi misal memang tidak ada informasi kami cari, karena masyarakat itu penting untuk mendapat informasi.”¹⁰⁰

Selain itu terdapat pula faktor penghambat dalam proses penyebaran informasi dari konten Kacamata Tulungagung. hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor sehingga strategi yang sudah di siapkan tidak memenuhi ekspektasi. Tentunya sabagai media informasi hambatan yang terjadi pada Kacamata Tulungagung menjadi problematika yang harus segera diperbaiki atau dicari solusinya, hal ini bertujuan untuk memenuhi goal dari informasi

¹⁰⁰ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 21 januari 2021.

terkait maupun goal dari Kacamata Tulungagung itu sendiri. Berikut adalah hambatan yang terjadi pada Kacamata Tulungagung :

1. Hambatan dari proses komunikasi

Pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan konteks antara gambar dengan caption. Meskipun dalam prosesnya admin bertujuan untuk menguatkan pesan visual, namun seringkali terjadi *miss-perseption* dari masyarakat

2. Hambatan dalam bentuk fisik

Tampilan, fasilitas hingga cuaca mempengaruhi dari proses tersampainya informasi dari Kacamata Tulungagung. Dalam beberapa konteks tertentu hambatan ini sering terjadi meskipun sangat jarang, namun bagaimanapun keadaannya hambatan ini cukup mengganggu dari proses penyampaian informasi dari Kacamata Tulungagung

3. Hambatan semantik

Sering terjadi ketika pesan yang disampaikan tidak mendapat respon sesuai dengan ekspektasi dari Kacamata Tulungagung. respon yang lama serta berbelit-belit seringkali menjadi hambatan dalam tersampainya informasi. Mengingat bahwa informasi yang harusnya disampaikan secara cepat namun seringkali harus melalui intepretasi yang cukup panjang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitan yang diperoleh dari hasi wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang teliti, maka didapatlah hasil penelitian sebagai berikut, yang akan peneliti bahas secara jelas dan rinci mengenai strategi komunikasi akun *Instagram* Kacamata Tulungagung sebagai media informasi masyarakat Tulungagung.

Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, Kacamata Tulungagung menggunakan strategi komunikasi dalam setiap postingannya. Strategi komunikasi merupakan teknik atau cara untuk melakukan komunikasi secara efektif dan efisien. Komunikasi yang dilakukan Kacamata Tulungagung merupakan bentuk komunikasi virtual yang ada di sosial media, karenanya dibutuhkan strategi dalam prosesnya. Sesuai dengan tujuan awal dari pembuatan akun Kacamata Tulungagung ini sendiri, dimana admin ingin membuat sebuah akun sebagai media informasi bagi masyarakat Tulungagung. Karenanya sangat penting untuk menentukan strategi dalam menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi informasi yang disajikan oleh Kacamata Tulungagung.

Kacamata Tulungagung melihat bahwa terdapat beberapa strategi yang mungkin bisa di terapkan. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Arifin, strategi yang digunakan Kacamata Tulungagung cenderung hampir sama, diantaranya adalah :

1. Mengenal sasaran komunikasi

Dalam praktiknya Kacamata Tulungagung sebelum membuat media informasi di *Instagram*, admin menganalisis sasaran komunikasi. Kepada siapa saja informasi tersebut akan disampaikan, sehingga informasi yang akan disampaikan dapat di seleksi dan diatur sesuai dengan sasaran komunikasi. Dalam hal ini sasaran komunikasi Kacamata Tulungagung adalah masyarakat Tulungagung itu sendiri yang menggunakan *Instagram* sebagai sosial media aktif. Meskipun secara kuantitas sasaran komunikasi terdiri dari beragam lapisan masyarakat baik jenis kelamin , usia, latar belakang pendidikan dan pengalaman yang heterogen.

Melihat sasaran masyarakat yang heterogen, kacamata tulugagung dengan seksama menyeleksi informasi yang akan disampaikan. Hal ini bertujuan agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan efisien. Sasaran komunikasi Kacamata Tulungagung mayoritas adalah

masyarakat Tulungagung, hal ini dilihat dari respon masyarakat yang mengetahui informasi yang disampaikan terlebih ketika informasi tersebut berkaitan dengan Kabupaten Tulungagung. Meskipun tidak dipungkiri bahwa terdapat masyarakat diluar Kabupaten Tulungagung menjadi audien dari Kacamata Tulungagung, namun mengetahui informasi terkait dengan Kabupaten Tulungagung. Hal ini terjadi karena informasi yang di lemparkan kesalam sosial media bersifat milik publik. Sehingga Kacamata Tulungagung tidak dapat mengontrol audien yang mengakses informasi yang sudah disampaikan oleh Kacamata Tulungagung.

2. Tujuan informasi yang disampaikan

Media informasi mempunyai kecenderungan dalam menyampaikan informasi yakni keleluasaan, dengan kata lain ketika pengguna sosial media mengklaim atau mendeklarasikan diri sebagai media informasi maka dalam setiap postingannya mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang mana dimaksudkan untuk mempengaruhi masyarakat. Karenanya Kacamata Tulungagung sebagai media informasi bagi masyarakat Tulungagung mempunyai tujuan tersebut, yakni menyampaikan informasi untuk mempengaruhi masyarakat. Mempengaruhi dalam artian ini adalah mengkonsumsi informasi yang disajikan dan merespon informasi tersebut jika diperlukan.

Admin Kacamata Tulungagung mempunyai idealisme bahwa ingin menyuguhkan media informasi yang sehat kepada masyarakat. Dengan memberikan konten yang tidak hanya sebagai hiburan masyarakat Tulungagung, namun juga memberikan informasi bahkan mengedukasi masyarakat Tulungagung melalui konten-konten tersebut. Dengan idealisme tersebut, maka tercipta tujuan dari setiap postingan dari Kacamata Tulungagung. Terdapat beberapa rubrik informasi dalam postingan Kacamata Tulungagung, mulai dari informasi yang bersifat persuatif, informatif, edukatif maupun entertaint.

3. Pesan yang ingin disampaikan

Adapun kecenderungan masyarakat pedesaan menggunakan bahasa daerah sebagai media berinteraksi dengan masyarakat lain. Tentunya hal ini dapat dilihat sebagai peluang, mengingat banyak media informasi yang menyajikan dalam bahasa baku, yang mana tidak semua masyarakat nyaman menggunakan bahasa baku karena terkesan formal. Karenanya disini Kacamata Tulungagung menggunakan bahasa lokal masyarakat Tulungagung, karena selain relevan dengan audien juga terlihat lebih merakyat dan santai. Tentunya testimoni seperti tidak langsung dilakukan, mengingat sebelum adanya *Instagram*, aplikasi yang paling digemari masyarakat adalah *Facebook*, dimana kebanyakan masyarakat daerah menggunakan bahasa lokal sebagai media untuk berinteraksi dengan orang lain. Meskipun terdapat informasi dengan menggunakan bahasa baku namun dalam kolom komentar banyak yang menggunakan bahasa lokal karena terkesan lebih santai.

Namun tidak jarang, dalam beberapa postingannya admin menyelipkan bahasa Indonesia, terlebih ketika ingin memberi kesan bercanda. Seringkali, penggunaan multi-lingual dengan treat tertentu memberi kesan lucu, hal ini juga banyak diminati masyarakat. Karena meskipun konteksnya media informasi namun memberi kesan yang menarik bagi masyarakat sebagai konsumen informasi. Meskipun terkesan lucu atau konyol, namun informasi yang disajikan tidak keluar konteks, sehingga masyarakat tidak merasa menyesal atau rugi ketika melihat informasi tersebut.

4. Media yang digunakan ketika menyampaikan informasi

Pemilihan sosial media sebagai platform media informasi juga menjadi hal penting. Karena faktor ketertarikan masyarakat sebagai audien mempengaruhi berkembangnya media tersebut. Serta media yang tidak cukup menarik akan ditinggalkan oleh masyarakat. Tentunya ketika ingin

membangun *self-branding* harus mengetahui sasaran audien serta media yang sedang digemari oleh masyarakat. Dalam praktiknya Kacamata Tulungagung memilih *Instagram* sebagai media informasi dikarenakan sasaran audien yakni masyarakat millineal dimana kebanyakan dari mereka menggunakan *Instagram* sebagai platform pencarian informasi. Selain itu tujuan lain dari Kacamata Tulungagung yakni, sebagai pelebaran sayap atas eksistensinya sebagai media informasi yang sebelumnya berupa *fanspage* di *Facebook*. Kemudian munculnya *Instagram* ditahun-tahun awal menjadi aplikasi yang digemari oleh masyarakat, Kacamata Tulungagung mencoba untuk memanfaatkan peluang tersebut, dikarenakan Kacamata Tulungagung merasa bahwa adanya sedikit pergeseran sosial media dimasyarakat, maka admin memutuskan untuk membuat akun Kacamata Tulungagung.

Diera millenal seperti ini, sosial media seperti menjadi kebutuhan premier bagi manusia. Alasannya yaitu kebutuhan akan informasi kian meningkat, tentunya hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi itu sendiri yang dalam satu dekade terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. *Instagram* yang pada awalnya hanya platform untuk membagikan hasil karya fotografi maupun videografi sebagai portofolio, sedikit bergeser menjadi platform dalam mencari informasi. Bagi beberapa akun media informasi, hal ini cukup menjadi peluang, baik sebagai *self-branding* maupun dalam konteks bisnis. Kesempatan yang diambil Kacamata Tulungagung dirasa sangat tepat pada waktu itu untuk melebarkan sayap eksistensinya sebagai media informasi ke *Instagram*. Dengan mengusung konsep yang merakyat, Kacamata Tulungagung sebagai salah satu media informasi yang membuka jalan bagi media informasi kompetitor meroket dengan gaya penyampaian informasi yang unik namun tidak keluar konteks. Dan dengan relasi yang solid, maka dapat dilihat bagaimana nama Kacamata Tulungagung sebagai media informasi menjadi salah satu media kepercayaan bagi masyarakat Tulungagung. tidak

hanya didunia virtual, nyatanya usaha Kacamata Tulungagung dalam membangun citra sebagai sebuah media informasi juga mendapat lirikan masyarakat Tulungagung maupun pemerintah dengan adanya kerjasama antara Kacamata Tulungagung dengan masyarakat di dunia nyata. Tidak dapat dipungkiri bahwa keuletan admin Kacamata Tulungagung dalam memaksimalkan segala peluang membuahkan hasil yang gemilang, dimana Kacamata Tulungagung eksis menjadi media informasi bagi masyarakat Tulungagung.

Selain menggunakan strategi diatas terdapat indicator lain yang peneliti amati dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Kacamata Tulungagung. Faktor pendukung ini yang pada akhirnya dapat membantu mengembangkan Kacamata Tulungagung sampai di posisi sekarang, dengan eksistensi yang masih terjaga, serta konsistensi dalam upload konten setiap harinya. Adapun faktor pendukung tersebut antara lain adalah :

1. Komunikator yang mampu memberikan pengaruh terhadap masyarakat

Komunikator menjadi faktor pendukung dikarenakan, dalam sosial media pada dasarnya siapapun dapat menjadi komunikator, ketika seorang pengguna sosial media mempunyai pengaruh yang besar terhadap masyarakat maka dia bisa disebut sebagai komunikator atau *influrncer*. Klaim atau deklarasi akan hal ini bersifat relatif, jika pengguna tersebut mempunyai kredibilitas dalam menyampaikan pesan dan menganggap setiap hal yang dia posting berpengaruh, maka pengguna tersebut dapat *self-claim* sebagai komunikator. Dalam konteks lain klaim komunikator didasarkan pada masyarakat itu sendiri, menerima bahwa pengguna tersebut sebagai komunikator atau bukan.

Kacamata Tulungagung menjadi komunikator dalam sosial media merupakan bentuk dari *self-claim* dan juga mendapat klaim dari masyarakat. Diawal postingannya, Kacamata Tulungagung mendeklarasikan diri sebagai sebuah wadah informasi bagi masyarakat Tulungagung. Kacamata

Tulungagung menganggap mempunyai tanggungjawab dan kapasitas dalam menyampaikan informasi. Ini didasarkan pada pengalaman dari admin Kacamata Tulungagung yang sering mencari informasi dan menyebarkan informasi tersebut melalui sosial media.

Diera sosial media kacamata sebagai komunikator harus mempertimbangkan fasilitas dan juga tampilan dari kacamata tulungagung sendiri. Kedua hal tersebut berpengaruh terhadap kualitas konten dari Kacamata Tulungagung itu sendiri. Fasilitas yang digunakan dalam memproses informasi harus *compatible* sosial media dan juga informasi yang disajikan. Dengan fasilitas yang mumpuni, kualitas konten juga dapat meningkat, sehingga informasi dapat secara maksimal diterima oleh masyarakat. Kacamata Tulungagung menggunakan fasilitas yang cukup mumpuni dalam memproses informasi.

Selain dari fasilitas, tampilan mempengaruhi komunikator dalam memproses informasi. Tampilan ini dapat dilihat dari tampilan fisik admin maupun tampilan dalam sosial media Kacamata Tulungagung itu sendiri. Tampilan secara fisik berupa tampilan dari admin ketika mencari informasi dilapangan atau menemui narasumber terkait informasi tersebut. Selain itu tampilan pada sosial media juga menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat terhadap komunikator. Dalam hal ini meskipun secara tampilan, Kacamata Tulungagung terlihat sedikit kurang menarik karena informasi yang random, namun pada *thumbnail* sudah seikit banyak menjelaskan inti dari informasi yang disajikan, hal ini tidak begitu berpengaruh terhadap eksistensi Kacamata Tulungagung sebagai media informasi.

2. Momentum informasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat

Meskipun dinilai cukup krusial, mengingat situasi dan kondisi masyarakat berpengaruh terhadap stabilitas pengguna pada sosial media, namun dalam prakteknya situasi dan kondisi dapat di atur oleh komunikator.

Jika ingin mengatur situasi dan kondisi masyarakat seorang komunikator harus mampu bertanggungjawab atas dampak atau respon dari masyarakat. Dalam postingannya Kacamata Tulungagung sedikit banyak mengunggu momentum yang sesuai dengan kondisi masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar informasi dapat secara efektif diterima dan dipahami oleh masyarakat dengan begitu selain masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan, Kacamata Tulungagung juga mendapat keuntungan yakni dari respon masyarakat itu sendiri.

Momentum-momentum ini terjadi secara dinamis dimasyarakat, sehingga perlu diperhatikan dengan seksama dan hati-hati. Karena jika salah dalam mengambil keputusan, maka akan berujung pada konsekuensi yang sangat fatal. Dalam postingannya, Kacamata Tulungagung juga melihat momentum-momentum tersebut, ketika terdapat celah Kacamata Tulungagung dengan telah mempertimbangkan berbagai resiko memilih untuk memposting kontennya.

Dengan kondisi masyarakat yang seperti itu, tentunya cukup merepotkan media informasi seperti Kacamata Tulungagung. Karena tidak seperti pengguna lain yang tidak cukup berpengaruh, Kacamata Tulungagung dengan eksistensinya mempunyai kekhawatiran ketika postingan yang disajikan mempunyai *mis-communication* dimasyarakat. Kesalahan sedikit saja dapat mempengaruhi eksistensi dari Kacamata Tulungagung itu sendiri, karena dinilai mempunyai kredibilitas yang cukup tinggi.

3. Kompetitor dan *followers* sebagai indikator keberhasilan

Sosial media layaknya *Instagram* mempunyai daya tarik sendiri bagi masyarakat. Selain dari berbagai fitur yang disuguhkan, akses informasi yang relatif mudah hingga dalam hal bisnis menjadi media yang menguntungkan. Dengan adanya sosial media komunikasi yang pada awalnya dilakukan secara langsung, dewasa ini dapat dilakukan dengan

menggunakan bantuan teknologi informasi. Dalam beberapa decade terakhir, sosial media mempengaruhi manusia baik dari segi trend, ucapan, hingga perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Tentunya hal ini dikarenakan pengguna sosial dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa semakin banyaknya pengguna di sosial media maka semakin banyak pula competitor atau pesaing di sosial media, terlebih ketika pengguna tersebut menjadi orang yang berpengaruh dalam masyarakat.

Kacamata Tulungagung melihat competitor selayaknya pengguna lain yang ingin membagikan informasi. Daya saing terjadi dengan sehat menggunakan postingan yang positif dan membangun bagi masyarakat. Dari segi eksistensi bagi Kacamata Tulungagung, adanya media informasi yang menjadi competitor bukan merupakan ancaman yang cukup signifikan. hal ini dikarenakan competitor tersebut dapat menjadi relasi yang kuat ketika mempunyai visi dan misi yang sama.¹⁰¹

Munculnya pengguna yang berpengaruh di masyarakat ini menumbuhkan komunitas masyarakat yang menjadi pengikut dari pengguna tersebut. sesuai dengan data di *Instagram* terdapat 262 ribu pengikut akun Kacamata Tulungagung. Dengan kata lain terdapat 262 ribu masyarakat yang senantiasa mengkonsumsi informasi dari Kacamata Tulungagung. Selain dari Kacamata Tulungagung, komunitas masyarakat atau *fansbase* ini juga tumbuh dari competitor-competitor yang ada tentunya dengan munculnya komunitas dari pesaing dapat menjadi sebuah ancaman ataupun peluang bagi Kacamata Tulungagung itu sendiri. Karenanya selain tetap menjaga konsistensi dalam kontennya serta menjaga relasi yang sudah terbentuk sebelumnya, Kacamata Tulungagung sedikit banyak memanfaatkan peluang-peluang yang ada termasuk dari *fansbase* competitor yang ada.

¹⁰¹ Hasil wawancara pribadi dengan admin @Kacamata Tulungagung pada tanggal 25 Juli 2020.

Ketika ingin membuat media informasi layaknya Kacamata Tulungagung, hal yang perlu diperhatikan adalah relasi. Relasi ini nantinya mempengaruhi dari perkembangan media informasi tersebut. Relasi sendiri merupakan hubungan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu demi tercapainya tujuan yang saling menguntungkan. Dalam konteks Kacamata Tulungagung selain bertugas merekomendasikan atau mempromosikan Kacamata Tulungagung, beberapa relasi juga turut menjadi contributor terhadap informasi yang disajikan oleh Kacamata Tulungagung. Adanya contributor terhadap informasi ini sangat menguntungkan bagi Kacamata Tulungagung karena informasi akan selalu ada. Lebih dari itu adanya relasi dengan pemerintah daerah juga dapat menjadi nilai tambah tersendiri karena untuk informasi terkait pemerintahan mempunyai informasi dengan tingkat validitas yang cukup akurat.

Hambatan menjadi salah satu faktor dari berkembangnya Kacamata Tulungagung. Adanya hambatan menjadi intropeksi dari Kacamata Tulungagung. hambatan merupakan bagian dari strategi itu sendiri sehingga dalam pelaksanaannya selain menentukan strategi Kacamata Tulungagung juga memperhitungkan hambatan dalam proses penyampaian informasi. Meskipun dalam praktiknya hambatan tersebut terjadi secara tidak sengaja dan sering tidak disadari oleh Kacamata Tulungagung, yang pada akhirnya hambatan tersebut menjadi intropeksi dari Kacamata Tulungagung agar lebih selektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung. adapun beberapa hambatan dalam proses penyampaian informasi yang sering terjadi pada Kacamata Tulungagung:

1. Tidak sinkronnya antara gambar dengan caption

Dalam beberapa konteks, Kacamata Tulungagung menyampaikan informasi tidak sinkron antara visual dengan caption. Meskipun dalam konteks ini, Kacamata Tulungagung berusaha menguatkan pesan dalam gambar, namun ketidaksinkronan ini

seringkali menimbulkan *miss-communication* antar masyarakat. Pada dasarnya dalam menyampaikan informasi hal ini merupakan bentuk strategi yang dilakukan oleh Kacamata Tulungagung, namun tidak jarang strategi malah menjadi bumerang bagi Kacamata Tulungagung karena menimbulkan banyak persepsi dari masyarakat.

Meskipun dapat dikatakan bahwa hal ini merupakan hambatan yang kecil, karena hanya terjadi *miss-perception* diantara masyarakat Kabupaten Tulungagung. Namun, jika hambatan seperti ini sering dilakukan akan berdampak pada eksistensi dari Kacamata Tulungagung itu sendiri. Dampak lain dari ketidaksinkronnya antara pesan gambar dan caption menimbulkan adanya *haters*, dimana dalam eksistensinya, *haters* merupakan sekumpulan orang yang berada di dunia virtual, dimana dalam prosesnya mereka tidak menyukai atau membenci suatu pengguna tertentu baik dari personal pengguna tersebut maupun sebatas kontennya.

Adanya hambatan seperti ini tentunya akan memunculkan *haters*, dimana mereka akan mengkritik atau mengomentari dengan pedas terkait dengan *blunder* yang dilakukan oleh Kacamata Tulungagung. Sehingga perlu diperhatikan hambatan-hambatan yang bersifat kecil ini agar meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak sesuai dengan ekspektasi Kacamata Tulungagung.

2. Hambatan faktor eksternal kadangkala terjadi tanpa sepengetahuan

Media informasi yang berada dalam sosial media tentunya terpengaruh dari faktor eksternal. Namun seringkali faktor eksternal ini menjadi hambatan bagi media informasi dalam menyampaikan informasi. Hal tersebut juga terjadi pada Kacamata Tulungagung, dimana dalam prosesnya Kacamata Tulungagung merupakan media informasi yang bergerak dalam sosial media sehingga memerlukan faktor eksternal dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat

Kabupaten Tulungagung. Faktor eksternal tersebut baik berupa fasilitas maupun kondisi alam.

Adapun faktor eksternal dalam bentuk fasilitas merupakan segala alat yang digunakan oleh Kacamata Tulungagung untuk mendukung tersampainya informasi kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung, seperti *smartphone*, laptop, jaringan internet (kuota data/*wifi*), makanan atau minuman. Dimana dalam praktiknya fasilitas-fasilitas seperti ini sedikit banyak mempengaruhi dari tersampainya informasi Kacamata Tulungagung kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung. Namun seringkali fasilitas yang seharusnya mendukung terjadi eror baik *error system* (eror yang terjadi pada perangkat yang digunakan, biasanya terjadi malfungsi) maupun *human error* (eror yang terjadi karena kesalahan pengguna, biasanya karena *overuse* dari pengguna sehingga menyebabkan perangkat bermasalah). Tentunya adanya eror menjadi hambatan yang cukup serius ketika eror yang terjadi mengganggu dari proses penyampaian informasi pada Kacamata Tulungagung.

Sedangkan dalam faktor eksternal lain berupa keadaan alam, yang lebih spesifik mengarah pada keadaan cuaca. Dimana dalam proses transmisinya informasi kedalam dunia digital menggunakan jaringan data yang seringkali terpengaruh dari cuaca. Hal ini berkaitan dengan fasilitas yang digunakan sehingga cuaca juga menjadi pertimbangan dari terhambatnya informasi yang disampaikan kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung.

3. *Responsibility* menjadi dasar kepercayaan masyarakat

Sebagai salah satu media informasi yang besar Kacamata Tulungagung mempunyai tanggung jawab tidak tertulis untuk memberikan respon kepada masyarakat sebagai audien terkait dengan respon yang diberikan oleh masyarakat kepada Kacamata Tulungagung. meskipun dapat dikatakan hal ini merupakan salah satu

strategi yang digunakan oleh Kacamata Tulungagung untuk mencari perhatian dari masyarakat, namun ketika respon yang diberikan tidak sesuai ekspektasi masyarakat, maka tidak dipungkiri bahwa akan adanya penurunan tingkat kepercayaan masyarakat kepada Kacamata Tulungagung.

Dalam konteks lain, Kacamata Tulungagung menganggap bahwa respon yang berbelit seperti guyonan, namun jika informasi tersebut memuat informasi yang cukup penting, respon seperti itu dapat menjadi ancaman terhadap keberlangsungan Kacamata Tulungagung. Tentunya Kacamata Tulungagung, memilah dalam setiap potingannya pun terhadap setiap responnya, sehingga Kacamata Tulungagung masih mendapat perhatian dari masyarakat yang terbukti dari eksistensinya di dunia virtual saat ini.