

Pengelolaan Akun Instagram @diskominfobdg sebagai Media Penyuluhan Informasi

Rashina Zahra Fadilla^{1*}, Hadiyanto², Diky Firdaus³

¹Komunikasi Digital dan Media, Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia

²Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia

³Manajemen Pemasaran, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

Email korespondensi: rashinazf22@gmail.com

Diterima: 14 Mei 2025; Direvisi: 27 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

The Department of Communication and Informatics of Bandung City is one of the Regional Government Organizations that utilizes Instagram as a platform for public information dissemination, serving as a form of public service. The characteristics of Instagram, which allow for rapid information dissemination, make it a strategic medium for carrying out information outreach activities. This study aims to analyze how the administrators manage the Instagram account @diskominfobdg as a medium for information outreach to the citizens of Bandung. A descriptive qualitative method was employed, utilizing data collection techniques such as interviews, literature review, active participatory observation, and documentation. This research applies Regina Luttrell's Circular Model of Some for Social Communication, which divides social media management into four stages: share, optimize, manage, and engage. The findings reveal that the administrators manage the @diskominfobdg Instagram account through these four stages: (1) Share, Disseminating relevant and engaging educational content, emphasizing participation, connection, and trust-building; (2) Optimize, Enhancing visual elements and copywriting by focusing on real-time topics derived from media monitoring of trending public issues; (3) Manage, Overseeing interactions through media monitoring and FAIR evaluations, ensuring timely responses; (4) Engage, Facilitating two-way communication by involving the community and institutions. This strategy reflects the commitment of the Bandung City Department of Communication and Informatics to fostering adaptive, responsive, and participatory public communication.

Keywords: Information dissemination; social media management; Instagram.

Abstrak

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung merupakan salah satu Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) yang memiliki akun Instagram dan menggunakannya sebagai penyuluhan informasi sebagai salah satu bentuk pelayanan publik. Karakteristik media sosial Instagram yang dapat menyebarkan informasi secara cepat, menjadi salah satu alasan kegiatan penyuluhan informasi dilakukan di akun Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara admin mengelola akun Instagram @diskominfobdg sebagai media penyuluhan informasi kepada masyarakat Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data wawancara, studi pustaka, observasi partisipatif aktif, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model Of Some For Social Communication* dari Regina Luttrell yang membagi tahapan pengelolaan media sosial menjadi 4 yaitu, *share, optimize, manage, dan engage*. Hasil penelitian menemukan bahwa admin akun Instagram @diskominfobdg melakukan pengelolaan akun Instagram sebagai media penyuluhan informasi melalui empat tahapan yaitu: 1) tahap membagikan (*share*), membagikan konten edukatif yang relevan dan menarik dengan menekankan aspek *participate*, aspek *connect*, dan aspek *built trust*; 2) tahap mengoptimalkan (*optimize*), mengoptimalkan visual dan *copywriting* dengan topik yang bersifat *real-time* dari hasil pengawasan media terkait isu yang sedang hangat dimasyarakat; 3) tahap mengelola (*manage*), mengelola interaksi dengan media monitoring dan evaluasi FAIR serta memastikan respon cepat; 4) tahap melibatkan (*engage*), melibatkan masyarakat dan instansi dalam komunikasi dua arah. Strategi ini

mencerminkan komitmen Diskominfo Kota Bandung dalam membangun komunikasi publik yang adaptif, responsif, dan partisipatif.

Kata-kata kunci: Penyuluhan informasi; pengelolaan media sosial; instagram.

Pendahuluan

Penyuluhan informasi merupakan salah satu bentuk layanan komunikasi publik sebagaimana tercantum dalam Permenkominfo Nomor 8 Tahun 2019. Layanan ini dilaksanakan melalui berbagai media dengan tujuan utama menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Selaras dengan Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, khususnya Pasal 21 ayat 1, penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat menjadi instrumen penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban mereka dalam pelayanan publik. Dengan demikian, penyuluhan informasi tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai bagian integral dari mekanisme pelayanan publik.

Lebih lanjut, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menegaskan bahwa setiap badan publik berkewajiban membangun serta mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi yang dikelola secara baik dan efisien agar mudah diakses masyarakat (Pasal 13). Aturan ini menekankan urgensi penyuluhan informasi sebagai sarana transparansi dan akuntabilitas. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) perlu menjalankan penyuluhan informasi secara konsisten sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini penting untuk memastikan setiap informasi—baik yang bersifat kebijakan maupun edukasi tersampaikan dengan jelas, tepat, dan bermanfaat bagi masyarakat.

Teknologi informasi dan komunikasi berperan penting sebagai saluran efektif dalam mendistribusikan informasi secara luas dan cepat. Perkembangan teknologi ini melahirkan media baru dengan karakteristik yang memungkinkan masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi dengan lebih mudah (Utami, 2021). Kemudahan tersebut sejalan dengan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menegaskan hak masyarakat untuk memperoleh, menyebarluaskan, dan mengakses informasi publik. Dalam konteks ini, media sosial menjadi salah satu instrumen strategis yang dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo), khususnya Instagram, sebagai media penyuluhan informasi kepada masyarakat.

Pemanfaatan media sosial sebagai saluran penyuluhan informasi dapat dianggap sebagai langkah strategis. Hal ini karena kemajuan teknologi digital telah mengubah pola

komunikasi menjadi lebih interaktif dan dua arah, di mana umpan balik dari masyarakat dapat diterima secara real-time (Yulisprianto & Aji, 2019). Lebih jauh, penggunaan media sosial oleh institusi pemerintah tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran informasi, tetapi juga berperan dalam mempromosikan program dan kinerja, memperkuat citra positif, serta membangun opini publik yang konstruktif (Damayanti et al., 2023).

Berdasarkan data *We Are Social* (2024), Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 85,3% dari total penduduk. Popularitas Instagram didorong oleh keragaman konten yang ditawarkan, mulai dari berita viral, edukasi, hiburan, hingga konten religius (Riyanto, 2024). Transformasi Instagram menjadi pusat informasi membuatnya dimanfaatkan oleh berbagai lembaga, perusahaan, maupun organisasi (Utami & Yuliati, 2022), termasuk Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung melalui akun resmi @diskominfobdg sebagai media penyuluhan informasi kepada masyarakat.

Dalam praktiknya, pengelolaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan aktivitas teknis, tetapi juga mencakup perencanaan, pengaturan, pengawasan, pengarahan, dan pemantauan untuk memastikan tercapainya tujuan komunikasi (Syari, 2024). Oleh karena itu, pengelolaan akun Instagram memerlukan pemahaman terhadap kebijakan dan mekanisme platform, seperti penggunaan tagar (*hashtag*), sebutan (*mention*), fitur iklan, hingga algoritma distribusi konten (Direktorat Jenderal Vokasi Pendidikan, 2023). Dengan pengelolaan yang tepat, admin atau pengelola akun tidak hanya menjaga kepatuhan terhadap aturan platform, tetapi juga dapat mengoptimalkan jangkauan informasi dan memperkuat peran Diskominfo sebagai sumber informasi publik yang terpercaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghievanny et al. (2021) mengenai pengelolaan akun Instagram @kominfopadangpanjang menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dua arah yang efektif serta mampu membangun citra dan transparansi lembaga pemerintah di era digital. Kajian tersebut menggunakan *The Circular Model of Some for Social Communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell sebagai kerangka analisis. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengulas fungsi akun Instagram sebagai media penyuluhan informasi. Selain itu, perbedaan objek penelitian antara Kota Padang Panjang dan Kota Bandung juga relevan untuk ditelaah, mengingat perbedaan karakteristik audiens serta pendekatan komunikasi yang diterapkan. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menitikberatkan pada pengelolaan akun Instagram @diskominfobdg sebagai media penyuluhan informasi, dengan tetap

menggunakan *The Circular Model of Some for Social Communication* sebagai landasan teoritis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana admin mengelola akun Instagram @diskominfo bdg sebagai media penyuluhan informasi bagi masyarakat Kota Bandung dengan menggunakan kerangka teori *The Circular Model of Some for Social Communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi dua aspek. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademik mengenai pengelolaan media sosial instansi pemerintah dalam konteks penyuluhan informasi publik. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi Diskominfo Kota Bandung dalam mengoptimalkan pengelolaan akun Instagram @diskominfo bdg guna mendukung efektivitas penyuluhan informasi publik. Dalam perspektif komunikasi, media sosial dikategorikan sebagai salah satu wujud media baru (Damayanti et al., 2023). Media baru ditandai oleh kemampuannya meningkatkan interaksi antarindividu melalui berbagai platform jejaring sosial, dengan tetap berlandaskan pada norma sosial dan aturan kesopanan. Karakteristik digitalnya memungkinkan pertukaran informasi berlangsung cepat, dinamis, dan partisipatif (Novianita et al., 2024). Media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, menciptakan konten, sekaligus memberikan umpan balik secara terbuka tanpa batasan ruang dan waktu (Rafiq, 2020)

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial, menyediakan fitur utama berbagi foto dan video dengan berbagai filter digital, serta menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi (Feroza & Misnawati, 2020). Saat ini, Instagram telah berkembang menjadi platform publikasi yang tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga bisnis dan institusi, serta berperan strategis dalam membangun kesadaran merek dan citra publik (Maryolein et al., 2019).



Sumber: Regina Luttrell 2022
Gambar 1 *The Circular Of SoMe*

Menurut Regina Luttrell (2022), strategi media sosial dapat dianalisis melalui *The Circular Model of Some for Social Communication* yang mencakup empat tahapan: *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Tahap *share* menekankan pentingnya membangun koneksi dan kepercayaan melalui konten yang relevan; *optimize* berfokus pada mendengarkan percakapan publik guna memperkuat citra organisasi; *manage* mengharuskan adanya pemantauan aktif terhadap media sosial untuk merespons isu publik secara cepat; sedangkan *engage* menekankan partisipasi aktif dan respons cepat dalam membangun persepsi positif audiens.

Konsep ini relevan dengan penyuluhan informasi sebagaimana diatur dalam Permenkominfo Nomor 8 Tahun 2019, yang menegaskan bahwa penyuluhan merupakan bagian dari layanan komunikasi publik untuk menyampaikan informasi secara sistematis, masif, dan terstruktur (Imaddudin & Syafrina, 2022). Penyuluhan informasi memiliki peran strategis dalam memastikan masyarakat memahami kebijakan pemerintah. Namun, dalam praktiknya, efektivitas penyuluhan sering terkendala oleh keterbatasan sumber daya aparatur, minimnya sosialisasi mengenai kanal media sosial resmi pemerintah, serta hambatan infrastruktur layanan (Uthama et al., 2022).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk meninjau lebih jauh bagaimana strategi media sosial, khususnya melalui tahapan yang ditawarkan Luttrell, dapat dioptimalkan dalam konteks penyuluhan informasi publik oleh pemerintah daerah.

Instagram mendukung penyuluhan informasi berbasis visual melalui fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reel*, dan *live*, yang menjadikannya efektif sebagai media edukasi dan sosialisasi kebijakan (Putri & Witarti, 2024). Strategi konten yang tepat terbukti mampu menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk membagikan informasi, sementara interaksi melalui komentar memperkuat dampak penyuluhan (Nurqisma & Fatchiya, 2023:42-45). Lebih jauh, Instagram tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga meningkatkan partisipasi publik dalam pembangunan sekaligus membangun citra positif pemerintah (Sumarwan et al., 2024:130-132).

Hasil penelitian Agung et al. (2024:110) mengenai pengelolaan akun Instagram @indonesiabaik.id menunjukkan bahwa variasi jenis konten visual yang menarik dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas Instagram sebagai media penyuluhan informasi sangat bergantung pada strategi pengelolaan, kualitas konten visual, serta kemampuan instansi dalam membangun interaksi yang berkelanjutan dengan audiens.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif dilakukan pada konteks alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, yaitu dengan mengombinasikan berbagai metode agar saling melengkapi. Analisis data bersifat induktif berdasarkan pola temuan lapangan, dengan penekanan pada pemahaman makna suatu fenomena, bukan generalisasi hasil (Safarudin et al., 2023).

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Wastukencana No. 2, Babakan Ciamis, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi dilakukan karena Diskominfo Kota Bandung merupakan instansi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan akun Instagram @diskominfobdg sebagai media penyuluhan informasi publik. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2025.

Data yang digunakan terdiri dari dua jenis. **Data primer** berupa informasi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait pengelolaan akun Instagram @diskominfobdg. **Data sekunder** diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup teori, regulasi, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik, seperti teori pengelolaan media sosial, penyuluhan informasi, dan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi publik. Teknik pengumpulan data meliputi: Wawancara. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan staf Bidang Diseminasi Informasi Diskominfo Kota Bandung yang mengelola akun Instagram, serta staf magang sebagai representasi perspektif audiens. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi lebih mendalam (Sugiyono, 2013). Studi Pustaka. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari literatur dan penelitian terdahulu yang mendukung kerangka konseptual penelitian (Adlini et al., 2022). Observasi Partisipatif Aktif. Peneliti turut serta dalam sebagian kegiatan pengelolaan media sosial, namun tetap menjaga posisi sebagai pengamat (Sugiyono, 2013). Teknik ini digunakan untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai praktik pengelolaan akun. Dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah konten yang telah dipublikasikan pada akun Instagram @diskominfobdg, serta arsip internal yang relevan. Dokumentasi dianggap penting untuk menguatkan data hasil wawancara dan observasi (Sugiyono, 2013).

Analisis data dilakukan sejak proses pengumpulan hingga seluruh data terkumpul secara menyeluruh. Teknik analisis mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis dilakukan secara interaktif dan berulang hingga data mencapai titik kejenuhan (Sugiyono, 2013:246). Selain itu, penelitian ini juga menerapkan analisis konten untuk mengkaji jenis dan pola konten yang diunggah pada akun Instagram @diskominfo bdg. Analisis konten digunakan untuk memahami pesan yang disampaikan melalui konten visual maupun teks, serta relevansinya dengan fungsi Instagram sebagai media penyuluhan informasi (Sitasari, 2022:78).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Akun @diskominfo bdg dikelola oleh Bidang Diseminasi Informasi, khususnya subkoordinator monitoring informasi kebijakan, opini, dan aspirasi publik. Fungsi utama akun ini adalah menyebarluaskan informasi terkait agenda kegiatan, kebijakan pemerintah, informasi publik, serta materi edukasi kepada masyarakat. Selain itu, akun ini juga menjalin kolaborasi dengan akun Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lain di Kota Bandung untuk memperluas jangkauan pesan. Dengan jumlah pengikut mencapai sekitar 24.000, akun tersebut memperoleh respons publik melalui interaksi berupa *likes* dan komentar pada setiap unggahan.

Berdasarkan hasil wawancara, pengelolaan akun dilakukan oleh staf Diskominfo Kota Bandung yang berada di bawah koordinasi Bidang Diseminasi Informasi. Para admin bertanggung jawab untuk membuat dan mengunggah konten, memantau isu-isu yang berkembang, serta menanggapi opini masyarakat yang muncul di kolom komentar maupun yang sedang ramai di media sosial. Hal ini menuntut admin untuk memiliki keterampilan dalam mengoptimalkan seluruh fitur Instagram, mulai dari *feed*, *story*, *reels*, hingga *live*.

Sejalan dengan panduan Direktorat Jenderal Vokasi Pendidikan (2023), pengelola akun perlu memahami kebijakan penggunaan Instagram, termasuk pemanfaatan tagar (*hashtag*), penyebutan (*mention*), ketentuan pengguna, fitur iklan, hingga algoritma media sosial yang berlaku. Pemahaman ini menjadi bagian penting dari strategi pengelolaan akun agar informasi yang disampaikan tidak hanya sampai ke audiens, tetapi juga mampu membangun citra positif lembaga secara efektif.

Akun Instagram @diskominfo bdg mulai dimanfaatkan sebagai media penyuluhan informasi sejak tahun 2017. Tujuan utama pembentukan akun ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban moral Diskominfo Kota Bandung kepada publik, yakni memberikan

akses informasi mengenai program, kebijakan, dan kegiatan yang dilaksanakan. Sebagai akun pelayanan publik, @diskominfo bdg berfungsi untuk menyebarluaskan informasi sekaligus melaksanakan peran edukatif bagi masyarakat.

Fungsi tersebut sejalan dengan regulasi dalam Permenkominfo Nomor 8 Tahun 2019 yang menegaskan bahwa layanan komunikasi publik dilaksanakan melalui berbagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Selain itu, PP Nomor 96 Tahun 2012 tentang pelaksanaan UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, khususnya Pasal 21 ayat (1), menekankan bahwa penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat ditujukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban dalam pelayanan publik. Dengan demikian, keberadaan akun Instagram menjadi salah satu instrumen strategis bagi Diskominfo Kota Bandung untuk mendukung kewajiban tersebut melalui penyebaran informasi yang cepat, luas, dan *real-time*.

Agar tujuan penyuluhan informasi tercapai, pengelolaan akun dilakukan melalui perencanaan dan implementasi strategi komunikasi yang sistematis. Proses ini meliputi analisis isu dan kebutuhan, penyusunan skala prioritas, penentuan target audiens, pengemasan konten, penyusunan *copywriting*, hingga evaluasi. Tahapan tersebut selaras dengan konsep *The Circular Model of Some for Social Communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell, yang terdiri dari empat dimensi utama: *share* (membagikan konten untuk membangun kepercayaan), *optimize* (mengoptimalkan pesan melalui pemantauan isu), *manage* (mengelola interaksi secara berkelanjutan), dan *engage* (melibatkan audiens secara aktif).

Tahap Membagikan (*Share*) Pada Akun Instagram @diskominfo bdg

Berdasarkan hasil temuan, akun Instagram @diskominfo bdg aktif membagikan konten edukatif sebagai bentuk pelaksanaan penyuluhan informasi. Tahap *share* dalam teori *The Circular Model of Some for Social Communication* menekankan tiga aspek utama, yaitu *participate*, *connect*, dan *build trust*. Tahap ini berperan penting bagi analisis media sosial dalam memahami pola interaksi serta media yang digunakan audiens, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menjalin kedekatan, membangun kredibilitas, serta menciptakan interaksi yang nyata dan bermakna (Luttrell, 2022:84).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun @diskominfo bdg telah memenuhi aspek *participate* dengan cara menyajikan konten penyuluhan informasi yang disesuaikan dengan isu terkini. Penyesuaian ini merupakan bentuk partisipasi Diskominfo Kota Bandung dalam merespons dinamika sosial dan membangun keterhubungan dengan

masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kusuma et al. (2024:26) yang menegaskan bahwa media sosial mentransformasi komunikasi pemerintahan menjadi lebih interaktif dan transparan. Pemerintah dapat menyampaikan kebijakan atau program kerja secara *real-time*, sementara masyarakat memiliki ruang untuk memberikan respons, masukan, maupun kritik secara terbuka, sehingga tercipta komunikasi yang lebih inklusif dan partisipatif.

Selain itu, aspek *connect* dan *build trust* juga terlihat dalam strategi pengelolaan konten. Admin akun berupaya membangun hubungan timbal balik yang bermanfaat dengan masyarakat melalui penyajian konten bernilai, relevan, serta mengikuti tren populer di media sosial. Pemanfaatan konten atau sound yang sedang viral menjadikan pesan lebih mudah diterima audiens. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fandita dan Darmastuti (2023) yang menunjukkan bahwa Diskominfo Kota Salatiga memanfaatkan media sosial Instagram dan mengikuti tren terkini agar penyebaran informasi berlangsung lebih cepat serta efektif menjangkau masyarakat.

Setiap konten yang diunggah di akun @diskominfobdg dikemas dengan menggunakan bahasa yang sederhana, santai, dan tidak terlalu baku. Strategi ini bertujuan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens sehingga pesan dapat diterima dengan lebih baik. Penggunaan gaya bahasa sehari-hari juga dimaksudkan agar informasi tidak terasa kaku, sehingga audiens tidak mudah bosan atau merasa digurui. Hal ini sejalan dengan pendapat Iriantara (2019) yang menegaskan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab membangun citra positif dengan menghapus persepsi negatif birokrasi yang dianggap kaku, tidak responsif, dan apatis.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Diskominfo Kota Bandung memanfaatkan akun @diskominfobdg sebagai media layanan publik melalui penyuluhan informasi. Konten yang dibagikan tidak hanya berupa kebijakan pemerintah, tetapi juga konten edukatif, antara lain literasi digital, penggunaan media sosial secara bijak, edukasi terkait hoaks, serta informasi mengenai layanan pemerintah baik digital maupun non-digital.

Dalam pengelolaannya, admin akun menerapkan sistem skala prioritas. Konten dengan tingkat urgensi tinggi, seperti permintaan langsung dari pimpinan atau isu yang sedang ramai di masyarakat, didahulukan agar informasi yang disampaikan tetap relevan, tepat waktu, dan sesuai dengan kebutuhan publik. Diskominfo Kota Bandung senantiasa memastikan bahwa setiap informasi yang dibagikan melalui akun Instagram @diskominfobdg bersifat kredibel, informatif, dan edukatif. Upaya ini dilakukan untuk membangun serta menjaga kepercayaan

masyarakat. Sebagai salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Pemerintah Kota Bandung, Diskominfo bertanggung jawab memastikan keaslian dan akurasi setiap informasi yang dipublikasikan sebagai bagian dari kegiatan penyuluhan informasi publik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Azizah (2024:6) yang menunjukkan bahwa Diskominfo Kota Balikpapan dalam pengelolaan akun Instagramnya juga menekankan keakuratan dan relevansi informasi dengan peristiwa terkini, khususnya yang terkait dengan pelayanan informasi publik. Dengan demikian, kredibilitas informasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja lembaga pemerintah di ranah digital.

Tahap Mengoptimalkan (*Optimize*) Pada Akun Instagram @diskominfobdg

Organisasi perlu mempertimbangkan jenis konten yang dibagikan serta memastikan bahwa konten tersebut mendukung pencapaian tujuan komunikasi secara lebih luas. Optimalisasi strategi komunikasi digital berawal dari kemampuan mendengarkan percakapan publik di berbagai saluran komunikasi, sebab proses mendengarkan menjadi fondasi strategi yang efektif. Seiring berkembangnya kebutuhan, strategi konten juga harus adaptif terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat (Luttrell, 2022:84–85).

Dalam konteks tahapan *optimize*, admin akun Instagram @diskominfobdg berfokus pada penguatan aspek visual, substansi pesan, serta penulisan *caption*. Upaya ini bertujuan agar kegiatan penyuluhan informasi dan publikasi konten tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga mudah dipahami serta mendorong audiens untuk memberikan umpan balik. Hal ini sejalan dengan pendapat Putri dan Witarti (2024) yang menegaskan bahwa Instagram, melalui fitur seperti *feed*, *story*, *reel*, dan *live* mendukung penyuluhan informasi secara visual sekaligus menjadi media efektif untuk edukasi dan sosialisasi kebijakan publik.

Admin akun Instagram @diskominfobdg memastikan bahwa setiap visual konten dikemas secara sederhana namun tetap menarik bagi audiens. Upaya ini dilakukan melalui penggunaan gambar atau video berkualitas tinggi yang sesuai dengan standar teknis Instagram, seperti rasio aspek dan resolusi yang optimal. Untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens, elemen visual tambahan seperti ilustrasi, warna kontras, atau desain yang dinamis juga digunakan. Aspek lain yang diperhatikan adalah konsistensi identitas visual melalui penggunaan warna, tipografi, dan *template* yang seragam sehingga tercipta kesan profesional sekaligus memudahkan audiens mengenali karakter akun.

Upaya tersebut sejalan dengan pendapat Syaputra dan Mahendra (2023:1580–1581) yang menegaskan bahwa prinsip desain komunikasi visual memiliki peran krusial dalam

memastikan keterbacaan dan keteraksesan informasi secara optimal. Pemilihan tipografi yang tepat, gaya huruf yang jelas, serta kontras memadai antara teks dan latar belakang merupakan elemen dasar yang mendukung keterbacaan konten. Selain itu, penempatan elemen visual secara strategis memperkuat alur baca dan meningkatkan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dengan konsistensi penggunaan elemen visual, sebuah organisasi dapat membangun identitas visual yang kuat, menciptakan kesan kohesif, serta mempermudah pengenalan lembaga dalam jangka panjang.

Tabel 1 Palet Warna Konten Diskominfo Bandung

No	Warna	Kode
1.	Biru: 	#00568f
2.	Hijau: 	#1b7b31
3.	Kuning: 	#ffc808

Akun Instagram @diskominfobdg menggunakan tiga warna utama, yaitu biru (#00568f), hijau (#1b7b31), dan kuning (#ffc808). Selain itu, jenis huruf yang digunakan secara konsisten adalah Poppins. Pemilihan palet warna dan tipografi ini merupakan hasil arahan langsung Wali Kota Bandung yang ditujukan kepada para pengelola media sosial di lingkungan Pemerintah Kota Bandung. Konsistensi penggunaan warna dan tipografi tidak hanya menjadi standar teknis, tetapi juga berfungsi membangun identitas visual akun. Hal ini sejalan dengan Arifah dan Anggapuspa (2023:150) yang menegaskan bahwa visual merupakan elemen pertama yang menarik perhatian audiens dalam unggahan Instagram. Melalui desain visual yang tepat, audiens dapat merasakan atmosfer tertentu sekaligus menangkap kesan yang ingin disampaikan. Pemanfaatan elemen visual secara konsisten mampu memperkuat citra, membangun branding, serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Semakin menarik dan kohesif tampilan visual *feeds* Instagram, semakin besar peluang akun untuk meningkatkan *engagement* sekaligus mempertahankan maupun menarik pengikut baru.

Selain itu, admin mengemas materi konten agar tersampaikan dengan tepat kepada audiens dengan merangkum informasi menjadi singkat, padat, dan jelas. Strategi ini terutama

diterapkan pada konten penyuluhan informasi dan edukasi, yang dikemas agar dapat disaksikan dan dibaca secara cepat tanpa kehilangan esensi pesan. Upaya ini penting untuk memastikan audiens tidak hanya sekadar melewati konten, tetapi benar-benar menyimak informasi yang disampaikan. Pemilihan materi juga dilakukan secara selektif dengan menyesuaikan isu yang berkembang di masyarakat, sehingga topik yang diangkat relevan dan mampu menarik perhatian audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Nurqisma dan Fatchiya (2023:42-45) yang menekankan bahwa penyuluhan informasi menjadi lebih efektif apabila dikemas dalam bentuk konten menarik, sehingga mendorong audiens untuk membaca, membagikan, serta berinteraksi melalui komentar.

Untuk meningkatkan interaksi, admin menerapkan teknik *copywriting* dalam penyusunan isi konten maupun *caption*. *Copywriting* bertujuan menyusun pesan secara ringkas, jelas, dan menarik sehingga mudah dipahami serta mampu memicu perhatian audiens (Wijaya et al., 2022:27). Dalam praktiknya, *caption* dilengkapi dengan kalimat ajakan (*call to action*) yang mendorong audiens untuk menyampaikan pendapat atau pengalaman melalui kolom komentar. Dengan demikian, konten tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi satu arah, tetapi juga menjadi ruang dialog interaktif antara pemerintah dan masyarakat.

Tahap Mengelola (*Manage*) Pada Akun Instagram @diskominfo bdg

Pengelolaan akun Instagram @diskominfo bdg tidak berhenti pada tahap produksi dan distribusi konten, melainkan berlanjut pada upaya memaksimalkan penyuluhan informasi sebagai bagian dari pelayanan publik. Berdasarkan hasil wawancara, pada tahap *manage* ketua tim dan para admin berfokus pada kegiatan *media monitoring* untuk memastikan topik yang relevan dapat ditangani secara *real time* serta memberikan respon yang cepat. *Monitoring* juga dilakukan sebagai bentuk evaluasi atas efektivitas penyuluhan informasi yang telah dibagikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati et al. (2023:378) yang menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor melaksanakan pemantauan media guna menganalisis pola penyebaran informasi sekaligus mengevaluasi efektivitas pesan komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat. Evaluasi diperlukan untuk mengukur dampak penyuluhan informasi serta respon audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Seperti yang ditegaskan Luttrell (2022:85), penting bagi lembaga untuk memahami isu publik yang sedang berkembang, sekaligus memantau topik yang ramai diperbincangkan agar dapat menyesuaikan strategi komunikasi secara *real time*.

Aspek *quick response* juga menjadi perhatian utama karena akun @diskominfo bdg berfungsi sebagai saluran layanan publik. Respon cepat diberikan baik melalui *direct message* maupun kolom komentar. Selain itu, akun ini sering membantu OPD Kota Bandung lainnya dengan membagikan konten penyuluhan informasi. Dalam praktiknya, tidak jarang masyarakat menyampaikan kritik atau masukan yang berada di luar kewenangan Diskominfo. Dalam kasus seperti ini, admin tetap memberikan respon cepat untuk menjaga kualitas pelayanan publik, sekaligus mengarahkan masyarakat ke OPD terkait dengan cara menandai (tag) akun resmi instansi tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aji et al. (2023:21) yang menunjukkan bahwa meskipun pengaduan masyarakat tidak sepenuhnya menjadi tanggung jawab Dinas Perhubungan Surabaya, admin tetap memberikan respon interaktif. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa respons cepat dan interaksi aktif berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik serta memperkuat hubungan pemerintah dengan masyarakat.

Media monitoring dilakukan oleh admin untuk menganalisis isu serta tren yang berkembang di masyarakat. Hasil temuan dari proses ini kemudian dikolaborasikan dengan materi penyuluhan informasi yang akan dibagikan. Selain itu, materi juga dapat berasal dari arahan pimpinan, terutama jika berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang bersifat urgen dan perlu segera disosialisasikan kepada masyarakat. Konten yang disajikan melalui akun @diskominfo bdg mencakup informasi kebijakan pemerintah, edukasi layanan publik, sosialisasi program pemerintah, literasi digital, serta pengumuman penting terkait Kota Bandung. Untuk menarik perhatian audiens, materi tersebut dikemas secara kreatif menggunakan format visual maupun musik yang sedang tren. Hal ini sejalan dengan temuan Agung et al. (2024:110) yang menegaskan bahwa penggunaan beragam konten visual yang menarik dalam strategi pengelolaan media sosial dapat memperkuat efektivitas penyampaian informasi publik.

Selain sebagai sumber penyusunan materi, *media monitoring* juga berfungsi sebagai dasar evaluasi pengelolaan akun Instagram @diskominfo bdg. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim admin media sosial, evaluasi efektivitas dilakukan dengan metode FAIR (*Followers, Activity, Interaction, Responsive*). Metode ini digunakan untuk menilai sejauh mana akun berkembang dengan memperhatikan jumlah pengikut, tingkat aktivitas, intensitas interaksi dengan audiens, serta kecepatan respon admin terhadap komentar maupun pesan. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Purwadi et al. (2019) yang menekankan bahwa

dimensi evaluasi akun media sosial dapat diukur melalui indikator *like*, *comment*, *share*, *post*, dan *followers*.

Tahap Melibatkan (*Engage*) pada Akun Instagram @diskominfo bdg

Tahap melibatkan (*engage*) merupakan proses partisipatif yang menekankan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan komunikasi melalui media sosial, dengan tujuan memperkuat kolaborasi antara lembaga pemerintah dan warga. Proses ini memungkinkan terciptanya keputusan bersama demi kepentingan publik (Ghievanny et al., 2021:16). Untuk mengembangkan strategi keterlibatan, organisasi perlu memahami pihak yang harus dilibatkan, waktu yang tepat, metode yang digunakan, serta frekuensi interaksi. Keterlibatan yang autentik mampu membangun hubungan yang bermakna antara lembaga dan audiens, sehingga organisasi perlu aktif memasuki percakapan yang relevan, menambahkan nilai bagi komunitas, serta merespons secara cepat dan konsisten (Luttrel, 2022:86).

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim admin media sosial, tahap melibatkan ini dianggap sangat penting dalam kegiatan penyuluhan informasi melalui akun Instagram @diskominfo bdg. Partisipasi dan respons masyarakat dijadikan indikator utama keberhasilan, karena mencerminkan sejauh mana pesan mampu memengaruhi audiens, serta tingkat penerimaan dan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disajikan. Hal ini sejalan dengan pandangan Lin dan Kant (2021:3) yang menjelaskan bahwa platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram tidak hanya mendukung penyebaran informasi secara langsung, tetapi juga menciptakan ruang dialog daring antara masyarakat dan otoritas publik. Dibandingkan metode partisipasi konvensional, media sosial menawarkan akses yang lebih luas, fleksibel, dan real time, sehingga memungkinkan masyarakat untuk saling terhubung, bertukar informasi, serta memberikan tanggapan kapan pun dan di mana pun.

Selain melibatkan masyarakat, akun Instagram @diskominfo bdg juga aktif melakukan kolaborasi konten dengan akun Instagram Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kota Bandung, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), maupun organisasi lokal lainnya dalam rangka penyuluhan informasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan admin, kolaborasi dilakukan tidak hanya melalui pembagian konten, tetapi juga dengan membantu OPD lain memproduksi materi penyuluhan informasi sesuai kebutuhan.

Praktik ini selaras dengan yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Demak. Berdasarkan rilis resmi pada website Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Demak (19 April 2024), strategi kolaborasi dilakukan untuk pengelolaan media sosial, terutama dalam berbagi

konten, menjawab pertanyaan publik secara kolektif, serta memperluas jangkauan informasi melalui fitur tag dan post bersama.

Di Kota Bandung, kolaborasi antar-OPD semakin intensif terutama ketika terdapat acara atau kegiatan besar. Melalui kolaborasi tersebut, akun @diskominfo bdg tidak hanya memaksimalkan diseminasi informasi kepada masyarakat, tetapi juga menjaga harmonisasi dan koordinasi antar-OPD. Hal ini sejalan dengan temuan Firdaus dan Vera (2023) yang menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai sarana diseminasi informasi terbukti efektif dalam menyampaikan pesan publik, sekaligus mempermudah koordinasi dan interaksi antarinstansi pemerintah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan akun Instagram @diskominfo bdg telah mendukung kegiatan penyuluhan informasi sebagai bagian dari pelayanan publik dengan mengikuti tahapan dalam *The Circular Model of Some for Social Communication*. Pada tahap membagikan (*share*), akun ini konsisten menyajikan konten edukatif yang relevan dengan isu terkini, dikemas dengan gaya santai dan elemen trending untuk meningkatkan partisipasi, memperkuat koneksi, serta membangun kepercayaan dengan audiens. Hal ini mencerminkan komitmen Diskominfo Kota Bandung dalam menghadirkan komunikasi publik yang responsif dan humanis.

Tahap mengoptimalkan (*optimize*) ditunjukkan melalui fokus pada visualisasi konten, penyampaian informasi yang padat dan menarik, serta penerapan teknik copywriting untuk mendorong interaksi. Konsistensi visual dan relevansi isu menjadikan akun ini media penyuluhan yang adaptif dan komunikatif.

Pada tahap mengelola (*manage*), aktivitas tidak terbatas pada produksi dan distribusi konten, tetapi juga meliputi monitoring isu, respon cepat terhadap masyarakat, serta evaluasi melalui pendekatan FAIR (*Followers, Activity, Interaction, Responsive*). Tahap ini memperlihatkan keseriusan Diskominfo dalam menjaga akuntabilitas informasi dan kualitas layanan publik digital.

Sementara itu, tahap melibatkan (*engage*) menekankan partisipasi masyarakat serta kolaborasi dengan OPD, LSM, dan organisasi lainnya. Keterlibatan ini membuktikan bahwa akun @diskominfo bdg berfungsi sebagai ruang komunikasi dua arah yang mendorong transparansi dan memperkuat relasi antara pemerintah dan warga Kota Bandung.

Secara keseluruhan, akun @diskominfo bdg telah berperan sebagai kanal komunikasi digital strategis yang profesional, adaptif, dan partisipatif. Pengelolaan konten yang sesuai

dengan tren dan kebutuhan publik menjadikannya sarana penyuluhan informasi yang kredibel, responsif, serta berkontribusi terhadap transparansi, edukasi, dan pelayanan publik pemerintah daerah. Rekomendasi, pengelola akun perlu terus berinovasi dalam menghadirkan konten interaktif dengan memanfaatkan fitur *polling*, kuis, dan sesi Q&A pada *Instagram Story* untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, studi komparatif dengan akun media sosial instansi pemerintah daerah lain dapat menjadi acuan dalam mengidentifikasi praktik terbaik komunikasi publik digital.

Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Agung, M. K., Safitri, D., & Sary, M. P. (2024). *Strategi Pengelolaan Instagram @indonesiabaik . id Sebagai Media Informasi Publik oleh Kominfo*. 6(September), 102–114. <https://doi.org/10.37715/calathu.v6i2.4438>
- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v4i3.51054>
- Azizah, Umi. 2024. Pengelolaan Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Balikpapan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Kota Balikpapan. Other thesis, Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1>
- Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. (2023). Pedoman Pengelolaan Media Sosial Di Lingkungan Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Demak. (2024). Optimalisasi media sosial untuk publikasi program kerja. Dinkominfo Demak. (14 Juni 2025) Diakses dari: <https://dinkominfo.demakkab.go.id/berita/detail/optimalisasi-media-sosial-untuk-publikasi-program-kerja>
- Fandita, A. L., Darmastuti, R., Studi, P., Masyarakat, H., Kristen, U., Wacana, S., & Tengah, J. (2023). *Strategi komunikasi dinas komunikasi dan informatika kota Salatiga dalam mensosialisasikan program “Matur Mas Yuli.”* 9(2), 161–178. <https://doi.org/10.52434/jk.v9i2.2198>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Firdaus, W., & Vera, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pelaksanaan Diseminasi

- Informasi Program Organisasi Perangkat Daerah (Opd) Studi Kasus Akun Instagram @Tangerangtv. *Jurnal Riset Komunikasi*, 14(1), 82–95. <https://dx.doi.org/10.31506/jrk.v14i1.21315>
- Ghievanny, E. M., Risdayah, E., & Astuti, D. R. (2021). *Pengelolaan Akun Instagram @kominfopadangpanjang Sebagai Bentuk Kegiatan Online Public Relations*. 6(September), 1–20. <https://doi.org/10.15575/reputation.v6i1.20501>
- Imaddudin, I., & Syafrina, A. E. (2022). Sinergi Informasi Pemerintah Melalui Komunikasi Publik Dalam Penanganan Pandemi Virus Covid-19 Di Indonesia. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 2(1), 32–40. <https://doi.org/10.30998/g.v2i1.1045>
- Iriantara, Y. (2019). Government PR 4.0. *Jurnal Media Nusantara*, 16(1), 13–26.
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., & Takdir, M. (2024). *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital*. 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.31933/ejpp.v5i1.1206>
- Lin, Y., & Kant, S. (2021). Using social media for citizen participation: Contexts, empowerment, and inclusion. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126635>
- Luttrell, R. 2022. *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. revised. Diedit oleh E. Swayze. Washington, DC: Rowman & Littlefield Publishers
- Maryolein, S., Dwina Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849>
- Novianita, R., Muhariani, W., Pratiwi, C. Y., & Yunita, R. (2024). Strategi Komunikasi dalam Menyusun Pesan di Internet Sebagai Media Komunikasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 235–243. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.8374>
- Nurqisma, H., & Fatchiya, A. 2023. Efektivitas Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Publik. IPB Scientific Repository.
- Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi Dan Informatika.
- Peraturan Pemerintah nomor 96 tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang – Undang No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Purwadi, A., Budy Pratama, A., & Mahendradi, R. M. (2019). Mengukur Engagement Warga Negara Dalam Interaksi Media Sosial (Studi Pada 32 Akun Resmi Facebook Pemerintah Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah). 7(1), 1-17. <https://doi.org/10.21831/jnp.v7i1.24895>
- Putri, S. De, & Witarti, D. I. (2024). Akun media sosial instagram @cegahstunting sebagai media edukasi stunting. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 194-203. <https://doi.org/10.33506/jn.v10i1.3458>
- Rafiq, A. 2020. Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*. 3(1), 18-29. <https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>
- Riyanto, A. D. Hootsuite We Are Social. 2024. Data Digital Indonesia 2024 [Diakses pada 27 Januari 2025].
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah*.19(01), 77-84.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Axelfa Tri Aprilia, A., & Nurwan Indriani, A. (2024). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022 Instagram as Government Development Communication Media: A Study of the 2022 Regional Development Award Winners. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(02), 124-137. <https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Syaputra, A. A., & Mahendra, A. I. (2023). Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual Pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564–1582. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1076>
- Syari, E. 2024. Pengelolaan Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kampar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda : Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga New Media and Youth: Changing Forms of Media in Family Interactions. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8-18. <https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>
- Utami, N. F., & Yulianti, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). 311-317 <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Uthama, M. R., Saefulrahman, I., & Akbar, I. (2022). Efektivitas Media Informasi Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Di Kota Bandung (Studi Tentang Pemanfaatan Media Sosial Humas Kota Bandung Dalam Penyebarluasan Informasi Program Kerja Pemerintah Bidang Kesehatan Tahun 2020). *Jurnal Administrasi Pemerintahan (Janitra)*, 1(2), 156-173. <https://doi.org/10.24198/janitra.v1i2.38249>
- Wijaya, N. Q., Anwar, S., & Abrar, U. (2022). Peran Copywriter Dalam Pembuatan Konten Sebagai Sarana Media Informasi Digital Pada Dinas Kominfo Sumenep. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 23–30. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7352>
- Yulisprianto, A. R., & Aji, G. G. (2019). Implementasi Government Public Relations Digital untuk Membangun Komunikasi Dua Arah (Studi Kasus Program SAPAWARGA Pemerintah Kota Surabaya). *Jurnal Mahasiswa*, 01(02), 72-75. <https://doi.org/10.26740/tc.v1i2.26746>