

EFEKTIVITAS STRATEGI *CONTENT-PLAN* ANTI KORUPSI TERHADAP *ENGAGEMENT AUDIENS* INSTAGRAM INSPEKTORAT JAWA BARAT

MIRZHA NURREZKINA



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Efektivitas Strategi Content-plan Anti Korupsi terhadap Engagement Audiens Instagram Inspektorat Jawa Barat” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Mirzha Nurrezkina



RINGKASAN

MIRZHA NURREZKINA. Efektivitas Strategi Content-plan Anti Korupsi terhadap Engagement Audiens Instagram Inspektorat Jawa Barat. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA dan MULYONO.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi *content-plan* antikorupsi terhadap *engagement* audiens pada akun Instagram Inspektorat Jawa Barat. Pendekatan yang digunakan adalah model strategi **Think-Feel-Do**, yang masing-masing merepresentasikan strategi kognitif (*Think*), afektif (*Feel*), dan konatif atau ajakan tindakan langsung (*Do*). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif korelasional, mengamati kinerja tiga jenis konten yang dirancang berdasarkan model *Think*, *Feel*, dan *Do* dalam kurun waktu satu bulan. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden aktif yang merupakan pengikut akun Instagram @inspektorat_jabarprov dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis dilakukan dengan menghitung Engagement Rate (ER) berdasarkan interaksi pengguna berupa jumlah like, komentar, dan share, dibagi dengan total jumlah pengikut akun. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi **Feel** menghasilkan *engagement rate* (ER) tertinggi sebesar 6,58% (kategori tinggi), disusul oleh strategi **Think** (5,66%) dan **Do** (5,54%) yang termasuk kategori sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan emosional dalam penyampaian pesan lebih efektif dalam membangun keterlibatan audiens dibanding pendekatan rasional atau ajakan langsung. Indikator *engagement* yang digunakan meliputi jumlah like, komentar, dan share pada postingan Instagram. Strategi konten *Feel* dinilai mampu menciptakan kedekatan emosional, memperkuat kepercayaan, dan membangun citra positif lembaga. Secara keseluruhan penelitian ini menyimpulkan pentingnya penguatan dimensi emosional dalam perencanaan konten edukatif digital, khususnya dalam konteks kampanye antikorupsi. Implikasi praktisnya adalah bahwa institusi pemerintah perlu merancang pesan-pesan publik menyampaikan informasi rasional, juga menyentuh perasaan dan nilai-nilai sosial audiens untuk mendorong keterlibatan yang lebih tinggi. Komunikasi digital dapat menjadi alat penyampai pesan sebagai sarana membentuk persepsi dan sikap positif masyarakat terhadap integritas dan transparansi pemerintahan.

Kata Kunci : anti korupsi, *engagement rate*, inspektorat daerah provinsi jawa barat, instagram strategi konten



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

EFEKTIVITAS STRATEGI *CONTENT-PLAN* ANTI KORUPSI TERHADAP *ENGAGEMENT AUDIENS* INSTAGRAM INSPEKTORAT JAWA BARAT

MIRZHA NURREZKINA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Laporan : Efektivitas Strategi *Content-plan* Anti Korupsi terhadap
Engagement Audiens Instagram Inspektorat Jawa Barat

Nama : Mirzha Nurrezkina
NIM : J1301211063

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Rici Tri Harpin Pranata, SKPm., M.Si.





Pembimbing 2:
Mulyono, S.Pt., MTI.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP. 196607171992031003







Tanggal Ujian: 17 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah *Content-Plan Strategy*, dengan judul "*Efektivitas Strategi Content-Plan Anti Korupsi terhadap Engagement Audiens Instagram Inspektorat Jawa Barat*". Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Atas bantuan, doa, dan dukungan tersebut, penulis berhasil merampungkan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing pertama Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si. selaku dosen pembimbing utama, dan Mulyono, S.Pt., M.T. selaku dosen pembimbing kedua, atas bimbingan, saran, dan dukungan yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
2. Kedua orang tua tercinta, atas doa yang tiada henti, semangat yang terus mengalir, serta dukungan moril dan materil yang menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University, dan Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, atas arahan dan dukungan kelembagaan selama proses penulisan karya ilmiah ini.
4. Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom., yang telah menjalankan peran sebagai dosen penguji dengan memberikan masukan yang membangun dalam penelitian ini.
5. Inspektorat Daerah Provinsi Jawa Barat, Khususnya Staff Divisi Humas atas kesempatan, kepercayaan, serta akses data dan informasi yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini.
6. Kepada Rekan-rekan seperjuangan dalam kelompok Sebimbingan, diantaranya Indira, Hasna, Ana, Nanda, Apri, Vania, Kesya, Indri, Aisyah, Najwa, Savaira, Fathur, Giyats, Naufal, Cakra, Mesa, dan Rafli. atas kebersamaan, dukungan emosional, dan semangat yang telah membantu penulis melalui berbagai tantangan selama penyusunan skripsi.
7. Kepada Sahabat tercinta Sinta Aulia, Karmenita Kintan, dan Mega Salma yang telah mendukung dan menemani proses dari awal hingga akhir ini.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam mendukung penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Mirzha Nurrezkina



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Media Sosial	5
2.2 Instagram	7
2.3 <i>Content Plan Strategy</i>	8
2.4 Audience Engagement	11
2.5 Strategi Anti Korupsi	11
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Hipotesis Penelitian	22
2.8 Kerangka Pemikiran	22
METODE	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu	23
3.3 Fokus Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.7 Definisi Operasional	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Penelitian	35
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian	36
SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	67



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	13
2	Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin	25
3	Usia Responden	26
4	Skala likert dan interval skor	30
5	Uji validasi	30
6	Uji reliabilitas	31
7	Definisi Operasional Strategi Content Plan	32
8	Definisi Operasional Strategi Content Plan (<i>lanjutan</i>)	33
9	Analisis skrip strategi konten <i>think</i>	38
10	Analisis skrip Strategi Konten <i>Feel</i>	41
11	Analisis Skrip Strategi Konten <i>Do</i>	45
12	Kategori konten <i>strategy think</i>	48
13	Kategori konten <i>strategy feel</i>	48
14	Kategori konten <i>strategy do</i>	48
15	Kategori <i>engagement rate likes</i>	49
16	Kategori <i>engagement rate comment</i>	49
17	Kategori <i>engagement rate share</i>	49
18	Uji Normalitas	50
19	Uji Linieritas	50
20	Uji Korelasi Rank Sperman	51

DAFTAR GAMBAR

1.	Kerangka Berpikir	22
2.	Rumus Slovin	24
3.	Diagram Jenis Kelamin Responden	26
4.	Usia Responden	26
5.	Rumus Engagement Rate	28
6.	Engagement Rate Standard	28
7.	Postingan Konten Strategi <i>Think</i>	37
8.	Komentar pada postingan Instagram Konten <i>Think Strategy</i>	38
9.	Postingan Konten Strategi <i>Feel</i>	40
10.	Komentar pada postingan instagram konten <i>feel strategy</i>	41
11.	Postingan Konten Strategi <i>do</i>	44
12.	Komentar pada postingan Instagram Konten <i>Do Strategy</i>	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR LAMPIRAN

1. Foto-foto Penelitian	59
2. Postingan Konten Anti Korupsi Instagram Inspektorat Jawa Barat	60
3. Daftar Pertanyaan Penelitian	61
4. Uji validitas dan reliabilitas	63
5. Uji hubungan	64
6. Skrip pembuatan konten instagram	65