

EFEKTIVITAS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kabupaten.bogor SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI PEMERINTAH KABUPATEN BOGOR

LARAS SEKAR ARDILA



**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 Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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, Juli 2025

Laras Sekar Ardila
J0301211342

ABSTRAK

LARAS SEKAR ARDILA. Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI

Perkembangan teknologi mendorong lahirnya media baru yang memberikan peluang dalam komunikasi publik, salah satunya melalui *platform* media sosial seperti Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas konten Instagram @kabupaten.bogor sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan Model EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @kabupaten.bogor telah efektif dalam membangun empati, menyampaikan pesan persuasif, memberikan dampak positif, dan menciptakan komunikasi yang jelas dengan pengikutnya. Selain itu, kualitas konten visual, termasuk aspek tipografi, ilustrasi, fotografi/videografi, warna, tata letak dan logo, turut mendukung kejelasan pesan yang disampaikan. Penelitian ini merekomendasikan produksi konten layanan publik yang lebih relevan. Secara teoritis, temuan ini memperkaya kajian efektivitas media sosial pemerintah di tingkat daerah dan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi digital.

Kata Kunci: Efektivitas, Komunikasi, Instagram

ABSTRAK

LARAS SEKAR ARDILA. Effectiveness of Instagram Social Media Content @kabupaten.bogor as a Publication Media for the Bogor Regency Government. Supervised by VIVIEN FEBRI ASTUTI

Technological developments have led to the emergence of new media that provide opportunities for public communication, one of which is through social media platforms such as Instagram. This study aims to analyze the effectiveness of Instagram content @kabupaten.bogor as a publication medium for the Bogor Regency Government using a descriptive quantitative approach and the EPIC Model (Empathy, Persuasion, Impact, Communication). The results of the study indicate that the Instagram account @kabupaten.bogor has been effective in building empathy, conveying persuasive messages, providing positive impacts, and creating clear communication with its followers. In addition, the quality of visual content, including aspects of typography, illustration, photography/videography, color, layout and logo, also supports the clarity of the message conveyed. This study recommends the production of more relevant public service content. Theoretically, these findings enrich the study of the effectiveness of government social media at the regional level and contribute to the development of digital communication science.

Keywords: Communication, Effectiveness, Instagram



@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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025

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 KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kabupaten.bogor SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI PEMERINTAH KABUPATEN BOGOR

LARAS SEKAR ARDILA

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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 Konten Media Sosial Instagram
@kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah
Kabupaten Bogor
Nama : Laras Sekar Ardila
NIM : J0301211342

Disetujui oleh

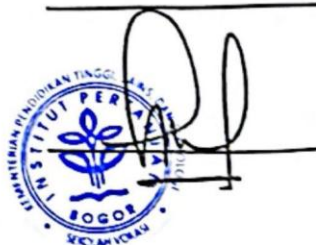
Pembimbing :
Vivien Febri Astuti S.I.Kom., M.I.Kom



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos, M.P.
NPI 2018071980005241001

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian : 14 Juli 2025

Tanggal Lulus :

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas Rahmat dan Karunia-NYA., sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor” ini dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB. Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada beberapa pihak yang telah membantu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dalam penulisan laporan akhir ini. Terima kasih penulis sampaikan secara khusus kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Mama Deni Agustinawati dan Bapak Kartino yang cintanya tak pernah surut, doanya tak pernah putus, dan yang langkahnya yang selalu menjadi cahaya dalam setiap gelap perjalanan. Semoga cinta tanpa batas yang kalian curahkan menjadi pahala yang mengalir abadi
2. Kedua kakak saya, Mas Dino dan Kaka Dina terimakasih atas kasih sayang dan support yang tak pernah surut. Semoga kalian terus dikelilingi orang baik dan dilimpahkan rezekinya.
3. Vivien Febri Astuti S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan masukan berharga, dan menjadi penuntun dalam menyusun laporan ini. Bimbingan dan arahnya adalah bagian penting dari pencapaian ini.
4. Fahmi Fuad Cholagi S.I.Kom., M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk laporan akhir ini.
5. Dr.Hudi Santoso, S.Sos. M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media
6. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB
7. Tim Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor yang telah memberikan kepercayaan dan izin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian di lingkungan instansi ini.
8. Dosen dan asisten dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB atas segala ilmu, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan selama masa studi.
9. Teman-teman sejak kecil saya Dinda,Nafa,Ella,Najwa,Qidah dan alya dan Backburner (Tipa,Bulan dan Hilda) yang senantiasa menemani selama masa penulisan skripsi ini menjadi tempat melepas penat dan menghibur dalam cerita yang menyemai asa, kita tumbuh dan melangkah bersama.
10. Wahyu Prasetyo, seseorang yang telah senantiasa terus memberikan semangat,perhatian,dan dukungan. Terimakasih telah menjadi sosok yang sabar dan menguatkan di setiap langkah perjuangan ini. Semoga kebaikanmu dibalas dengan kebahagiaan yang berlimpah.

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi yang berguna, dan berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Laras Sekar Ardila

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I 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
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Efektivitas Instagram	5
2.2 Instagram	6
2.3 Publikasi	7
2.4 Media Sosial	7
2.5 Penelitian Terdahulu	8
2.6 Kerangka Pemikiran	14
2.7 Hipotesis Penelitian	14
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Teknik Pengumpulan Data	15
3.3 Responden Penelitian	16
3.4 Uji Instrumen	17
3.5 Teknik Analisis Data	19
3.6 Analisis Efektivitas Instagram	20
3.7 Definisi Operasional	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor	23
4.2 Efektivitas Konten Instagram @kabupaten.bogor dengan Model EPIC	35
4.3 Kualitas Konten Instagram @kabupaten.bogor	44
4.4 Efektivitas konten instagram @kabupaten.bogor menggunakan EPIC Model sebagai media publikasi pemerintah Kabupaten Bogor	51
4.5 Efektivitas kualitas konten Instagram @kabupaten.bogor sebagai media publikasi pemerintah Kabupaten Bogor	51
V SIMPULAN DAN SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	8
2	hasil Uji Validitas Efektivitas Konten (X)	18
3	hasil Uji Validitas Kualitas Konten (Y)	18
4	hasil Uji Validitas Realibilitas	19
5	Rentang Skala Likert	21
6	Definisi operasional	22
7	menunjukkan kisaran skor efektifitas Instagram rata-rata @kabupaten.bogor.	37
8	Rataan dan Kisaran Skor Dimensi Empati Instagram @kabupaten.bogor	39
9	Rataan dan Kisaran Skor Dimensi Persuasi Instagram @kabupaten.bogor	40
10	Rataan dan Kisaran Skor Dimensi Dampak Instagram @kabupaten.bogor	41
11	Rataan dan Kisaran Skor Dimensi Komunikasi Instagram @kabupaten.bogor	42
12	Rataan dan Kisaran Skor Kualitas Konten Visual Instagram @kabupaten.bogor	44

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Berpikir	14
2	Logo Diskominfo Kabupaten Bogor	24
3	Sarana dan Prasarana Diskominfo Kabupaten Bogor	27
4	Stuktur Organisasi Diskominfo Kabupaten Bogor	28
5	Profil Instagram Kabupaten Bogor	30
6	<i>Insight</i> Instagram Kabupaten Bogor	32
7	Postingan Instagram Kabupaten Bogor	33
8	<i>Story</i> Instagram Kabupaten Bogor	34
9	<i>Reels</i> Instagram Kabupaten Bogor	35
10	Sorotan Instagram Kabupaten Bogor	36
11	EPIC Rate Instagram @kabupaten.bogor	43
12	Ilustrasi dan Foto Instagram Kabupaten Bogor	45
13	Tipografi Instagram Kabupaten Bogor	46
14	warna Instagram Kabupaten Bogor	47
15	Tata letak Instagram Kabupaten Bogor	48
16	Logo Instagram Kabupaten Bogor	50

DAFTAR LAMPIRAN

1	Pertanyaan Kuesioner	58
2	Hasil SPSS	62
3	Hasil Uji Realibilitas	62
4	Hasil Kuesioner	63
5	Hasil Wawancara	66
6	Bukti Wawancara	71
7	Bukti Penyebaran Kuesioner	71