

Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor

Laras Sekar Ardila¹, Vivien Febri Astuti²

^{1,2} Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

Email: larassekaradila@apps.ipb.ac.id¹, vivien-fas@apps.ipb.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi terkini sering mendorong terciptanya berbagai bentuk media baru. Media-media baru ini memungkinkan digitalisasi dan menyediakan akses yang luas bagi penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi. Media sosial menjadi sarana untuk berkomunikasi satu sama lain yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi tidak dibatasi ruang dan waktu. Akun Instagram @kabupaten.bogor berfungsi sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor, juga dimanfaatkan untuk mengunggah konten untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas konten media sosial Instagram @kabupateh.bogor sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor berdasarkan teori EPIC Model. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah 100 responden. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Instagram @kabupaten.bogor sangat efektif sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor, Seluruh kualitas konten yang dibagikan oleh Instagram @kabupaten.bogor sangat berkualitas berhasil dalam memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperbesar peluang partisipasi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi komunikasi dan penggunaan warna dalam konten Instagram cenderung lebih efektif dan menarik perhatian masyarakat pengguna media sosial. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa efektivitas media publikasi menggunakan epic model dan kualitas konten media sosial sangat efektif sebagai media publikasi.

Kata Kunci: *Efektivitas Instagram, Instagram, Media Sosial, Publikasi.*

Effectiveness of Instagram Social Media Content @kabupaten.bogor as a Publication Media for the Bogor Regency Government

Abstract

The latest technological developments often encourage the creation of various forms of new media. These new media enable digitalization and provide wide access for personal use as a means of communication. Social media is a means of communicating with each other that allows users to interact without being limited by space and time. The Instagram account @kabupaten.bogor functions as a publication media for the Bogor Regency Government, and is also used to upload content to communicate with the public. This study aims to determine the effectiveness of Instagram social media content @kabupateh.bogor as a publication media for the Bogor Regency Government based on the EPIC Model theory. The method used is a quantitative method with 100 respondents. The results of the study show that Instagram @kabupaten.bogor is very effective as a publication media for the Bogor Regency Government. All the quality of content shared by Instagram @kabupaten.bogor is of very high quality, successful in strengthening transparency, increasing public trust, and increasing opportunities for community participation. These findings indicate that the communication dimension

and the use of color in Instagram content tend to be more effective and attract the attention of social media users. This study provides an overview that the effectiveness of publication media using the epic model and the quality of social media content is very effective as a publication media.

Keywords: *Instagram Effectiveness, Instagram, Social Media, Publication.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terkini sering kali mendorong terciptanya berbagai bentuk media baru. Media-media baru ini memungkinkan digitalisasi dan menyediakan akses yang luas bagi penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi. Maesurah dan Rosniar (2021:160) menyatakan bahwa banyak aspek berubah seiring dengan munculnya media baru, ada lebih banyak interaksi dan konektivitas jaringan, mobilitas yang lebih besar dalam mengirim dan menerima pesan, serta digitalisasi dan konvergensi berbagai aspek media. perubahan dalam peran publikasi dan *audiens*, pembukaan saluran media baru, serta pemisahan dan pengaburan batas lembaga media. Berdasarkan data dari statista per Agustus 2024 terdapat Ada 90.183.200 pengguna Instagram di Indonesia, yang kira-kira 31,6% dari seluruh populasi negara ini. Berdasarkan proyeksi terkini, populasi Indonesia diproyeksikan mencapai sekitar 284.389.952 pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar sepertiga orang di Indonesia menggunakan Instagram secara teratur, yang menunjukkan pentingnya platform tersebut dalam kehidupan digital mereka.

Media sosial adalah media digital yang digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain serta membagikan konten berupa video, foto, dan tulisan. Dengan demikian, media sosial sekarang merupakan platform digital yang memungkinkan penggunaanya melakukan aktivitas sosial di dunia digital. Media sosial juga menjadi sarana untuk bersosialisasi satu sama lain secara online atau offline, memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi tidak dibatasi ruang dan waktu (Rafly, 2024; Aisyah, *et.al.*, 2023). Media sosial memberikan banyak manfaat dalam bidang komunikasi. Salah satu manfaat utamanya adalah kemampuannya untuk menghubungkan individu dan kelompok di berbagai belahan dunia secara cepat dan *efisien*.

Meningkatnya popularitas jejaring sosial, terutama Instagram, telah meningkatkan daya tarik di kalangan pengguna jejaring sosial sejenis. Anda mungkin berpendapat bahwa Instagram adalah aplikasi yang paling banyak digunakan untuk berbagi gambar dan video. Menurut Helianthusonfri (2020) Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia. Selain itu, Instagram juga amat populer di kalangan milenial. Pemanfaatan Instagram kini tidak hanya digunakan untuk sekedar mengunggah foto dan video biasa sebagai hiburan melainkan dapat digunakan untuk sarana penyampaian informasi yang dikemas dalam bentuk konten. Fitur-fitur yang dihadirkan oleh Instagram cukup banyak diantaranya yaitu Instagram *ads*, Instagram *hashtag*, Instagram *story*, Instagram TV (IGTV), Instagram *live* video, dan Instagram *reels*.

Sebagian masyarakat masih kurang mendapatkan informasi secara resmi dari akun Instagram pemerintah salah satunya Kabupaten Bogor, hal ini dikarenakan masih kurang efektifnya pembuatan konten yang *intens* di akun resmi Instagram pemerintah Kabupaten Bogor sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan akun resmi instagram Kabupaten Bogor. Di era saat ini instagram tidak hanya digunakan oleh individu, tetapi juga dimanfaatkan oleh instansi pemerintah, seperti Pemerintah Kabupaten Bogor.

Pemerintah Kabupaten Bogor memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai hasil kerja serta potensi yang ada di wilayah Kabupaten Bogor.

Pemerintah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi publik, memberikan edukasi kepada masyarakat, dan menerima umpan balik dari public maka sangat penting bagi humas pemerintah untuk membangun citra positif di mata masyarakat mengenai bagaimana pemerintah beroperasi. Menurut Semetko & Scammell (2021), kualitas pemerintah sangat berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat. Maka pemerintah perlu melakukan pertukaran informasi dan komunikasi yang terus-menerus terkait kebijakan, ide, dan keputusan antara pemerintah dan rakyat. Sebagai langkah tersebut, Pemerintah Kabupaten Bogor memerlukan media yang efektif dalam menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat, salah satunya melalui konten di Instagram.

Instagram sangat efektif sebagai media publikasi karena jangkauan penyebaran materinya yang cepat. Nilai estetika juga menjadi prioritas utama dalam konten yang dibuat oleh bagian Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor untuk meningkatkan penerimaan pesan secara umum. Tugas utama dari sebuah instansi daerah khususnya Diskominfo kabupaten adalah untuk membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dalam bidang komunikasi, informatika, persandian dan statistik yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten. Maka dari itu, perlu dikaji sejauh mana konten Instagram @kabupaten.bogor mampu menjadi salah satu bentuk publikasi yang dapat menjadi media transparansi oleh Pemerintah Kabupaten Bogor.

METODE

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah Jenis penelitian kuantitatif dan didukung oleh data kuantitatif, berlandaskan pada filsafat *positivisme* dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Data kuantitatif diperoleh melalui metode kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Penelitian ini berfokus pada Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. Penelitian ini mengacu pada teori EPIC Model. EPIC model merupakan alat ukur untuk mengidentifikasi iklan dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh perusahaan peneliti pemasaran AC Nielsen.

Periode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari tanggal 1 Maret sampai dengan 1 April 2025. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan prosedur *accidental sampling*. Kriteria responden yang dibutuhkan yaitu pengguna Instagram dan memiliki akun pribadi (bukan akun bersama, bisnis, atau organisasi), Mengikuti akun Instagram @kabupaten.bogor, serta bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner online yang diberikan. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan pendekatan *purposive sampling* dan rumus slovin. Menurut Sugiyono (2016) dan rumus slovin, *purposive sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu, khususnya faktor yang bersifat kualitatif.

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Perhitungan:

$$n = \frac{122.000}{1 + 122.000 (0,10)^2}$$

$$n = 99,92$$

Berdasarkan hasil perhitungan, dengan menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 10% dari jumlah populasi pengikut Instagram @kabupaten.bogor didapat sebanyak 100 responden yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini.

SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini. Analisis Cronbach's Alpha digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Berdasarkan perhitungan nilai uji validitas korelasi setiap indikator total terhadap r hitung dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid karena r -hitung > r -tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga semua pertanyaan atau indikator dinyatakan valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas menghasilkan nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 setelah perhitungan agar alat ukur dapat dianggap dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data mengenai Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @kabupaten.bogor Sebagai Media Publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor yang terbentuk.

Efektivitas Konten Instagram @kabupaten.bogor dengan Model EPIC

Instagram menjadi salah satu media sosial yang dipilih oleh Pemerintah Kabupaten Bogor untuk menyebarkan berbagai informasi, termasuk tentang agenda bupati dan juga kedinasan lainnya. Untuk mengetahui seberapa efektif Instagram @kabupaten.bogor dalam menyampaikan informasi publik, digunakanlah EPIC Model. Model ini terdiri dari empat aspek utama, yaitu *empathy* (kedekatan emosional), *persuasion* (kemampuan memengaruhi), *impact* (dampak yang ditimbulkan), dan *communication* (kejelasan pesan). EPIC Model ini membantu mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan akun tersebut dalam menyebarkan informasi. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menilai bagaimana proses penyebaran informasi yang dilakukan melalui Instagram @kabupaten.bogor berdasarkan keempat aspek tersebut. Dengan cara ini, bisa terlihat sejauh mana akun tersebut berhasil menyampaikan pesan kepada masyarakat, serta bagian mana yang masih perlu diperbaiki agar komunikasi menjadi lebih baik dan informasi yang disampaikan bisa lebih efektif.

Tabel 5 menunjukkan kisaran skor efektifitas Instagram rata-rata @kabupaten.bogor.

Efektivitas Instagram	Rataan Skor	Kisaran Skor
Dimensi <i>empathy</i>	3,35	2-4
Dimensi <i>persuasion</i>	3,44	2-4
Dimensi <i>impact</i>	3,41	2-4

Dimensi <i>communication</i>	3,52	2-4
Seluruh Aspek	3,43	1-4

Berdasarkan Tabel 5, efektivitas Instagram @kabupaten.bogor sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor dinilai sangat tinggi, dengan skor rata-rata pada setiap dimensi berada di rentang 3,35-3,52 tertentu. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan Instagram untuk kegiatan media publikasi dalam menyebarkan informasi, sudah berjalan sangat baik.

Dimensi *empathy* dalam model EPIC digunakan untuk mengukur sejauh mana unggahan di Instagram @kabupaten.bogor dirasakan relevan dan dekat dengan kehidupan responden, serta apakah informasi yang diberikan disukai atau tidak. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa dimensi *empathy* memperoleh skor rata-rata 3,35 dan masuk ke dalam kategori sangat efektif. Selain itu, akun Instagram @kabupaten.bogor dinilai berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi terkait isu lingkungan dan kesehatan. Dengan cara penyampaian yang menarik dan inovatif, masyarakat pun merasa lebih mudah mendapatkan informasi terbaru mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan pemerintah.

Efektivitas pada dimensi persuasi sangat berpengaruh dalam membangun karakter dan citra positif Pemerintah Kabupaten Bogor. Hasil penelitian menunjukkan, skor rata-rata dimensi ini mencapai 3,44 yang berarti sudah termasuk kategori efektif. Instagram @kabupaten.bogor dinilai mampu menghadirkan konten yang menarik dan sesuai kebutuhan, sehingga membuat pengikutnya semakin aktif berinteraksi dan ingin mengetahui lebih banyak informasi yang disampaikan melalui akun tersebut.

Pada dimensi dampak, efektivitas diukur berdasarkan sejauh mana informasi yang disampaikan mampu memengaruhi kesadaran dan sikap pengikut terhadap isu atau program yang diunggah di Instagram @kabupaten.bogor. Skor rata-rata yang diperoleh pada dimensi ini adalah 3,41 yang menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun tersebut berhasil menciptakan dampak positif terhadap kesadaran masyarakat dengan informasi mengenai pemerintahan Kabupaten Bogor. Dengan demikian, unggahan di Instagram @kabupaten.bogor terbukti mampu membangun pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap isu-isu yang disampaikan.

Dimensi terakhir, yaitu komunikasi, memperoleh skor rata-rata yang paling tinggi, yakni 3,52. angka ini sangat menunjukkan bahwa Instagram @kabupaten.bogor sudah sangat efektif dalam menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dipahami oleh para pengikutnya. Dengan kata lain, informasi yang disampaikan melalui akun tersebut sudah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan kualitas komunikasi.

Berdasarkan hasil pengukuran rata-rata pada setiap dimensi, nilai EPIC rate sebesar 3,43 menunjukkan bahwa Instagram @kabupaten.bogor sangat efektif sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. Penggunaan Instagram oleh pemerintah daerah ini tidak hanya berhasil dalam menyampaikan informasi secara luas, tetapi juga mampu membangun hubungan yang erat dengan masyarakat, meningkatkan kesadaran dan pengetahuan publik, serta mendorong partisipasi aktif dalam berbagai program dan kegiatan pemerintah, seperti pelestarian lingkungan, pelayanan publik, dan pengembangan daerah. Keberhasilan ini tidak terlepas dari strategi pengelolaan konten yang konsisten, pemanfaatan fitur-fitur interaktif Instagram seperti *story*, *live*, dan kolaborasi dengan akun lain, serta penyampaian pesan yang informatif dan mudah dipahami. Selain itu, Pemerintah

Kabupaten Bogor juga aktif mengajak masyarakat untuk terlibat langsung melalui kampanye, pengumuman kebijakan, hingga edukasi mengenai isu-isu penting di wilayahnya. Dengan hasil yang sangat positif ini, penggunaan Instagram sebagai media publikasi oleh Pemerintah Kabupaten Bogor layak untuk dipertahankan dan terus dikembangkan. Optimalisasi strategi komunikasi digital dan inovasi konten sangat penting agar jangkauan informasi semakin luas dan efektif. Upaya ini juga dapat memperkuat transparansi, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperbesar peluang partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah ke depan.

Kualitas Konten Instagram @kabupaten.bogor

Menurut Finy F. Basarah dan Gustina (2020) konten merujuk pada informasi yang disajikan di suatu situs atau yang disebarkan melalui berbagai media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi serta mengukur bentuk dan jenis informasi yang menjadi elemen bernilai dalam sebuah media. Sedangkan Menurut Fani (2024) konten visual merupakan bentuk penyampaian informasi yang memanfaatkan unsur-unsur visual atau elemen desain. Elemen ini dapat berupa gambar, video, ilustrasi yang dilampirkan dalam media seperti artikel, blog, maupun media sosial. Bentuk lainnya termasuk infografis pada platform seperti Instagram, yang dirancang secara menarik untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman *audiens*.

Mengingat karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, setiap konten visual yang dipublikasikan harus dirancang dengan kualitas yang optimal agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami secara efektif oleh khalayak. Dalam penelitian ini kualitas konten visual dilihat melalui lima komponen kualitas konten visual yaitu (1) Tipografi, (2) Ilustrasi, Fotografi, Videografi, (3) Warna, (4) Tata Letak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas konten visual yang disajikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor melalui media publikasi digital, khususnya pada akun Instagram resmi @kabupaten.bogor. Hasil evaluasi terhadap kualitas konten visual yang ditampilkan pada akun tersebut disajikan secara sistematis dalam tabel berikut.

Tabel 6 menunjukkan kisaran skor Kualitas
Konten Visual rata-rata Instagram @kabupaten.bogor

Kualitas Konten Visual	Rataan Skor	Kisaran Skor
Ilustrasi	3,47	2-4
Tipografi	3,38	2-4
Warna	3,53	2-4
Tata Letak	3,47	2-4
Seluruh Aspek	3,46	1-4

Berdasarkan tabel 4, kualitas konten visual yang disajikan Instagram @kabupaten.bogor sudah sangat baik terlihat dari jumlah skor rata-rata seluruh aspek yang didapat yaitu 3,46 dan termasuk kedalam kategori sangat berkualitas. Komponen warna mendapatkan rata-rata skor tertinggi yaitu 3,53 menandakan jika komponen warna dalam konten visual Instagram @kabupaten.bogor sangat bagus.

1. Ilustrasi, Fotografi dan Videografi

Dalam pengelolaan media sosial, khususnya Instagram, instansi pemerintah dituntut untuk mampu menyampaikan informasi secara efektif melalui berbagai bentuk konten visual, seperti ilustrasi, fotografi, dan videografi. Pada akun Instagram resmi @kabupaten.bogor, konten berupa ilustrasi umumnya diproduksi secara langsung oleh Tim Hubungan Masyarakat (Humas) Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Bogor, menggunakan perangkat desain grafis yang sesuai dengan identitas visual instansi. Sementara itu, elemen visual berupa fotografi dan videografi berasal dari dokumentasi kegiatan yang dilakukan secara langsung oleh tim Humas Diskominfo maupun Tim Protokol Pemerintah Kabupaten Bogor. Tampilan Ilustrasi dan Foto akun Instagram Pemerintah Kabupaten Bogor yaitu @kabupaten.bogor dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Contoh Ilustrasi Foto

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap konten ilustrasi yang ditayangkan melalui akun Instagram @kabupaten.bogor. Ilustrasi dinilai cukup menarik dan informatif dalam menyampaikan pesan-pesan publik, terutama dalam bentuk infografis atau pengumuman layanan pemerintah.

Setiap konten visual yang diunggah oleh Tim Humas Diskominfo Kabupaten Bogor, baik itu ilustrasi, foto, maupun video, mengikuti pedoman dan standar yang telah ditetapkan oleh instansi kami. Untuk ilustrasi, kami memastikan bahwa desain visual yang digunakan mencerminkan citra resmi pemerintah daerah, dengan mempertimbangkan elemen seperti pemilihan warna, tipografi, dan logo yang sesuai. Sedangkan untuk foto dan video, kami mengikuti pedoman teknis terkait pencahayaan, komposisi, dan kualitas gambar, agar hasil dokumentasi tetap terlihat profesional dan informatif. Konten visual seperti ini tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian audiens, tetapi juga harus menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. Kami juga berusaha agar setiap foto atau video yang diunggah relevan dengan agenda atau kegiatan pemerintah yang sedang berlangsung, serta sesuai dengan tema yang ingin disampaikan kepada masyarakat.” (Staff Humas Diskominfo selaku admin sosmed @kabupaten.bogor).

2. Tipografi

Tipografi adalah seni dan teknik dalam mengatur elemen tulisan, termasuk pemilihan jenis huruf, ukuran, spasi antar huruf, dan jarak antar baris, untuk menciptakan teks yang tidak hanya enak dibaca tetapi juga menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Dalam penggunaan tipografi pada akun Instagram @kabupaten.bogor, hal ini memiliki peranan yang sangat penting dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh audiens. Keberhasilan dalam mengelola tipografi membantu memperkuat komunikasi visual dan meningkatkan keterbacaan, yang pada gilirannya meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 100 responden, mayoritas responden menyatakan bahwa teks atau tipografi yang digunakan pada konten yang diunggah oleh akun Instagram @kabupaten.bogor tergolong mudah dibaca.



Gambar 2. Contoh Tipografi

Konsistensi dalam pemilihan jenis font serta penggunaan elemen teks seperti tebal, miring, dan kapitalisasi pada setiap unggahan di Instagram @kabupaten.bogor memiliki pengaruh signifikan terhadap keterbacaan informasi yang disampaikan. Pemilihan font disesuaikan dengan karakteristik konten dan selalu memperhatikan aspek keterbacaan, sehingga memudahkan audiens untuk memahami pesan yang ingin disampaikan. Seperti yang disampaikan oleh salah satu narasumber berikut:

“Dalam setiap konten yang diunggah oleh Instagram @kabupaten.bogor, kami selalu memperhatikan pemilihan jenis huruf yang tidak hanya sesuai dengan tema tetapi juga mudah dibaca. Penggunaan gaya teks seperti huruf tebal atau miring dilakukan untuk memberikan penekanan pada informasi penting. Setiap elemen tipografi kami sesuaikan dengan tujuan konten agar audiens dapat dengan mudah menangkap pesan yang ingin kami sampaikan, di setiap perangkat pengguna” (Staff Humas Diskominfo selaku admin sosmed @kabupaten.bogor).

3. Warna

Penggunaan warna pada Instagram adalah strategi visual yang diterapkan untuk membangun identitas, menyampaikan pesan, serta dapat memengaruhi persepsi dan emosi audiens melalui konten yang diunggah. Warna yang konsisten dan selaras dengan

nilai-nilai *brand* dapat menciptakan pengalaman visual yang menyenangkan dan mudah diingat oleh audiens, sehingga meningkatkan engagement dan loyalitas. Hal ini pula yang dilakukan oleh Instagram @kabupaten.bogor dalam penggunaan warna di setiap postingan yang diunggahnya. Tampilan Warna pada akun Instagram Pemerintah Kabupaten Bogor yaitu @kabupaten.bogor dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. Contoh warna

Berdasarkan hasil analisis, kebanyakan responden menyatakan bahwa warna-warna yang digunakan dalam konten Instagram @kabupaten.bogor berhasil menarik perhatian mereka. Mereka merasa bahwa pemilihan warna pada setiap postingan sudah sesuai dengan tema atau pesan yang ingin disampaikan, sehingga informasi yang diberikan menjadi lebih mudah dipahami dan terasa lebih menarik. Seperti yang disampaikan oleh salah satu narasumber berikut:

"Penggunaan warna pada konten Instagram @kabupaten.bogor menurut saya sangat berperan penting dalam membentuk identitas visual dan kualitas konten secara keseluruhan. Pemilihan warna tersebut bukan hanya sekadar estetika, tapi juga memberikan ciri khas tersendiri sehingga setiap konten yang diunggah mudah dikenali oleh masyarakat sebagai informasi resmi dari Pemkab Bogor. Konsistensi pemilihan warna ini juga membuat feed Instagram @kabupaten.bogor terlihat rapi dan profesional. Hal ini penting karena warna yang selaras dapat meningkatkan daya tarik visual serta membuat audiens lebih nyaman saat menjelajahi konten. Dengan begitu, pesan yang ingin disampaikan pun jadi lebih mudah diterima dan membangun kepercayaan publik terhadap akun resmi pemerintah daerah" (Staff Humas Diskominfo selaku admin sosmed @kabupaten.bogor).

4. Tata Letak

Tata letak, atau dalam bahasa Inggris disebut layout, adalah proses menyusun, menata, dan mengatur berbagai elemen desain—seperti teks, gambar, warna, dan bidang—dalam satu bidang atau halaman agar tampilan visual yang dihasilkan menarik, mudah dipahami, dan mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Dalam menyajikan konten yang berkualitas, tata letak sangat diperlukan agar audiens dapat menangkap informasi atau pesan yang hendak disampaikan dengan lebih mudah dan

jelas. Tampilan Tata Letak pada akun Instagram Pemerintah Kabupaten Bogor yaitu @kabupaten.bogor dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Contoh Tata Letak

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden setuju bahwa tata letak yang diterapkan pada konten Instagram @kabupaten.bogor memudahkan mereka dalam menemukan informasi yang ingin disampaikan. Penempatan berbagai elemen di dalam konten juga berperan besar dalam membentuk kesan keseluruhan yang ingin dibangun melalui unggahan tersebut. Selain itu, tata letak yang dipakai pada konten Instagram @kabupaten.bogor dinilai mampu menonjolkan pesan atau informasi penting sehingga para responden merasa lebih tertarik untuk mencari tahu lebih jauh mengenai informasi yang disampaikan. Seperti yang disampaikan oleh salah satu narasumber berikut:

“Terkait ketentuan, pembuatan konten Instagram instansi pemerintah seperti @kabupaten.bogor umumnya menyesuaikan dengan pedoman pengelolaan media sosial yang telah ditetapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Pedoman ini mengatur aspek visual, tata letak, segmentasi konten, hingga penggunaan bahasa dan sapaan khas agar sesuai dengan identitas pemerintah daerah serta kebutuhan audiens. Tim humas juga menerapkan segmentasi konten dengan jadwal tertentu, misalnya konten khusus untuk hari Senin hingga Minggu, sehingga feed Instagram terlihat rapi dan teratur. Selain itu, setiap konten yang akan diunggah selalu melalui proses evaluasi dan brainstorming untuk memastikan tata letak dan pesan yang disampaikan sudah efektif dan sesuai target audiens” (Staff Humas Diskominfo selaku admin sosmed @kabupaten.bogor).

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa instagram Pemerintah Kabupaten Bogor dengan username @kabupaten.bogor telah terbukti efektif sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. Efektivitas ini dapat dilihat dari dua aspek utama berikut: *pertama*, efektivitas konten media sosial sebagai media publikasi berdasarkan EPIC model. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika melalui akun Instagram @kabupaten.bogor dinilai sangat efektif berdasarkan pengukuran dengan menggunakan EPIC Model (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*). Hasil analisis menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu membangun empati, memberikan daya persuasi, menghasilkan dampak positif, serta menciptakan komunikasi yang baik dengan audiens, yaitu para pengikut akun Instagram @kabupaten.bogor. Dengan demikian, akun ini efektif sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor, sejalan dengan temuan pada penelitian serupa di lingkungan pemerintahan yang menggunakan pendekatan EPIC Model dalam menilai efektivitas komunikasi di media sosial.

Kedua, kualitas konten visual yang mendukung kejelasan informasi. Kualitas konten visual yang diunggah oleh akun Instagram @kabupaten.bogor juga telah memenuhi standar yang baik jika dilihat dari lima komponen utama, yaitu tipografi, ilustrasi, fotografi/videografi, pemilihan warna, dan tata letak. Penggunaan elemen-elemen visual yang berkualitas dalam setiap unggahan secara signifikan mendukung kejelasan pesan yang ingin disampaikan kepada *audiens*. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai analisis konten visual di media sosial yang menyatakan bahwa kualitas visual yang baik mampu meningkatkan pemahaman dan daya tarik informasi di mata pengikut akun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Al Aflah, N., Aryansyah, R., Manurung, E. H., Lubis, A. H., & Maghfirah, A. Y. (2023). Implementasi Manajemen Teknologi Media Sosial Instagram Sebagai *Space Promotion* pada UMKM Henna Art Medan. *Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 115-118. <https://doi.org/10.61253/abdicendekia.v2i1.90>.
- Fani Puspitasari. (2024). Analisis Desain Konten Visual Terhadap Performa Instagram Universitas Utpadaka Swastika @utpas.ac.id. *Jurnal Creativa Scientia*, Vol. 1 No. 2, 2024, hlm. 45-62.
- Finy F. Basarah & Gustina Romaria. (2020). Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat*, Vol. 5, No. 2, 2020, hlm. 20-44
- Helianthusonfri, Jefferly. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Holli A. Semetko & Margaret Scammell. (2021). *Berubahnya Lanskap Komunikasi Politik di Cina: Handbook Komunikasi Politik*. Nusamedia, Yogyakarta
- Maesurah S, Rosniar. (2019). *Komunikasi Massa Teori dan Terapan*. Klaten [ID]: Penerbit Lakeisha
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung [ID]: Alfabeta.
- Rafly Abdillah Mussa. (2024). MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER, WHATSAPP) DAN PERGESERAN POLA INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA/WI PROGRAM STUDI PEMBANGUNAN SOSIAL ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS MULAWARMAN. *eJournal Pembangunan Sosial*, 2024, 12 (2): 271-284.