



Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik

Kania Chairunnisa Dwi Artha ¹⁾, Hudi Santoso ²⁾

¹⁾ *Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University IPB University*

²⁾ *Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University IPB University*

Email: ¹⁾ kaniachairunnisa@apps.ipb.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [20 April 2025]

Revised [22 Mei 2025]

Accepted [27 Mei 2025]

KEYWORDS

Instagram, Diskominfo, Social Media, Public Information.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada Optimalisasi Konten di Media Sosial Instagram Diskominfo Provinsi Jambi. Media sosial merupakan wadah untuk berinteraksi yang dilakukan secara daring / online, sehingga informasi yang didapatkan melalui Media sosial seperti Instagram. Diskominfo Provinsi Jambi menggunakan media sosial dengan aktif dan memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan berita / informasi di Provinsi Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsikan Diskominfo Prov Jambi mengoptimalkan penyebaran informasi publik melalui media sosial Instagram serta Menjelaskan kendala yang dihadapi Diskominfo Prov Jambi dalam menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Provinsi Jambi telah memanfaatkan Instagram cukup baik dalam mengoptimalkan penyebaran informasi publik melalui fitur-fitur seperti feed, reels, dan instastory. Namun, Aspek hiburan dan interaksi sosial belum dioptimalkan secara maksimal, menyebabkan rendahnya daya tarik, terutama bagi kalangan muda. Kendala utama dalam pengelolaan konten meliputi keterbatasan SDM, anggaran, rendahnya literasi digital masyarakat, dan kurangnya partisipasi audiens.

ABSTRACT

This research focuses on Content Optimization on Social Media Instagram of the Jambi Province Diskominfo. Social media is a forum for interaction that is done online / online, so that information is obtained through social media such as Instagram. The Jambi Province Diskominfo actively uses social media and uses Instagram to spread news/information in Jambi Province. This research aims to explain the Jambi Provincial Diskominfo optimizing the dissemination of public information through Instagram social media and explain the obstacles faced by the Jambi Provincial Diskominfo in disseminating information through Instagram social media. This study uses a qualitative approach. The results of the study show that the Jambi Provincial Diskominfo has used Instagram quite well in optimizing the dissemination of public information through features such as feeds, reels, and instastories. However, the entertainment aspect and social interaction have not been optimally optimized, causing low appeal, especially for young people. The main obstacles in content management include limited human resources, budget, low digital literacy of the community, and lack of audience participation.

PENDAHULUAN

Era digital saat ini, mendorong perkembangan teknologi yang sangat maju, dan menciptakan sebuah platform Media sosial dengan beragam tujuan dan karakteristik merupakan salah satu pemanfaatan teknologi informasi, khususnya internet (Fitria *et al.* 2021). Kehadiran teknologi dan internet yang terbaru, membuat masyarakat mudah dan terbantu untuk mengakses informasi, sumber pengetahuan, hingga hiburan semata (Yusliwidaka *et al.* 2021). Berdasarkan data dari Databooks, pada Januari 2024 terdapat sebanyak 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia, yang mencakup sekitar 49,9% dari total populasi nasional (Annur 2024).

Media sosial adalah platform interaksi secara daring yang memfasilitasi penyebaran dan perolehan informasi melalui berbagai aplikasi seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan sebagainya (Mubarak *et al.* 2022). Menurut Goodstats Instagram merupakan suatu aplikasi untuk membagikan foto kepada para penggunanya. Sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial Instagram, karena Instagram memiliki potensial dalam penyebaran informasi (Rainer 2024).

Pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi dimanfaatkan positif oleh masyarakat. Diskominfo Provinsi Jambi menggunakan media sosial dengan aktif dan memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan suatu berita / informasi terbaru serta kegiatan-kegiatan yang berlangsung di Provinsi Jambi. Informasi yang diberikan tentunya sesuai dengan format Instagram, yaitu reels dan feeds. Fitur yang terdapat di Instagram, membuat pengguna tidak cepat merasa bosan. Selain itu, Instagram dapat memberikan fitur berupa like maupun comment terhadap konten yang diunggah (Maulana *Et al.* 2019).

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional. Informasi yang diberikan sesuai dengan tren yang berkembang saat ini. Generasi muda lebih responsif terhadap konten visual, sehingga mudah untuk meningkatkan daya tarik masyarakat membaca informasi tersebut (Susanto 2023). Tercapainya keterbukaan informasi publik pada umumnya ditentukan oleh sejauh mana kemauan dan komitmen dari pihak yang berwenang serta pihak penyedia informasi (Nababan 2019). Melalui Instagram @diskominfojambi masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi / kegiatan yang sedang dilaksanakan di Provinsi Jambi. Perkembangan internet yang pesat, seperti media sosial instagram informasi yang dibagikan dapat dikonsumsi masyarakat dengan mudah. Hal ini mempercepat komunikasi yang ingin disampaikan oleh pemerintah kepada publik.

LANDASAN TEORI

Optimalisasi

Optimalisasi adalah proses mencapai hasil yang diharapkan dengan cara yang efektif dan efisien (Ali 2014). Optimalisasi merupakan upaya untuk meningkatkan efektivitas suatu kegiatan guna mencapai manfaat atau hasil yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan judul yang diangkat, yaitu mengoptimalkan Media sosial Instagram untuk penyebaran informasi kepada publik. Informasi yang disebar diharapkan optimal, dan mencapai tujuan dari Diskominfo Provinsi Jambi.

Media Sosial

Media sosial merupakan sarana interaksi antar pengguna yang memungkinkan mereka untuk saling berbagi pikiran dan pendapat (Patzner *Et al.* 2019). Media sosial merupakan sarana komunikasi yang dimanfaatkan individu untuk menjalankan interaksi sosialnya di tengah lingkungan masyarakat (Mulawarman & Nurfitri 2017).

Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang menampilkan konten berupa foto dan video, serta dilengkapi berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi, seperti menambahkan *caption*, memberikan komentar, mengirim pesan, dan lainnya (Sari & Siswono 2020). Instagram dapat membantu Diskominfo Provinsi Jambi untuk mengunggah konten yang mengandung informasi kepada publik, baik dalam bentuk *feeds* maupun *reels*.

Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik adalah salah satu dasar kebebasan berekspresi serta fondasi dari demokrasi, transparansi, dan pemerintahan yang baik (Indah & Hariyanti 2018). Terwujudnya keterbukaan informasi publik umumnya bergantung pada tingkat kemauan dan komitmen dari pihak yang berwenang serta penyedia informasi (Nababan 2019).

Teori

Grand Theory yang digunakan adalah *Uses n Gratifications*. Herbert Blumer & Elihu Katz merupakan pelopor dalam memperkenalkan teori ini pada tahun 1974. Motif penggunaan media menurut teori *Uses n Gratifications* adalah Mencari informasi (*kognitif*), Hiburan dan kesenangan (*afektif*), dan Interaksi sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan strategi untuk menggali makna, konsep, karakteristik, gejala, dan simbol dari peristiwa alami, yang disajikan secara informatif dan naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq & Choiri 2019). Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti ialah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono 2016). Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya (Sugiyono 2016). Dalam kegiatan ini data primer dikumpulkan melalui wawancara pihak Diskominfo Provinsi Jambi. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi pustaka atau sumber lain yang sudah dipastikan kebenarannya (Lengkong *et al.* 2017). Data sekunder diperoleh melalui studi Pustaka, dokumen Diskominfo Provinsi Jambi, Media Sosial Instagram Diskominfo Provinsi Jambi, serta website yang relevan

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah (1) Wawancara merupakan Pengumpulan data melalui interaksi tatap muka (Rachman *et al.* 2024). Wawancara digunakan untuk pengumpulan



data yang ingin diketahui lebih dalam oleh peneliti. Wawancara dilakukan kepada Divisi Informasi Publik Diskominfo Provinsi Jambi. (2) Observasi adalah Pengumpulan data melalui pengamatan langsung (Rachman *et al.* 2024). Observasi dapat dilakukan dengan pengamatan langsung cara kerja di Divisi Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jambi. (3) Studi literatur adalah metode penelitian yang mengandalkan referensi atau sumber ilmiah yang tersusun secara sistematis. Proses ini melibatkan pencarian dan pemilihan sumber referensi yang sesuai dengan tujuan penelitian, penerapan metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan, serta penyusunan dan penyajian data secara sistematis (Danandjaja 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Media Sosial sekarang menjadi wadah untuk menyebarkan suatu informasi. Media sosial merupakan situs daring yang memudahkan penggunanya untuk menggunakan, membuat, mengonsumsi, mengomentari, serta membagikan konten yang dibuat oleh masyarakat dengan format teks, gambar, video dan foto (Hidayatullah 2020). Media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berbagi informasi, terlibat secara aktif, serta menghasilkan konten melalui berbagai platform seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual (Rafiq 2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Provinsi Jambi berperan untuk menyebarkan informasi yang akurat kepada masyarakat, hal ini menjadi suatu kemudahan masyarakat Provinsi Jambi untuk mendapatkan suatu informasi publik ataupun kegiatan-kegiatan yang sedang dilaksanakan di Provinsi Jambi. Diskominfo memanfaatkan Media Sosial dengan baik, salah satunya dengan membuat konten yang dapat dikonsumsi oleh publik. Media Sosial memudahkan penggunanya untuk bertukar informasi, dan mendapatkan edukasi melalui aktivitas online (Cahyani 2020). Media Sosial yang digunakan oleh Diskominfo Provinsi Jambi salah satunya adalah Instagram.

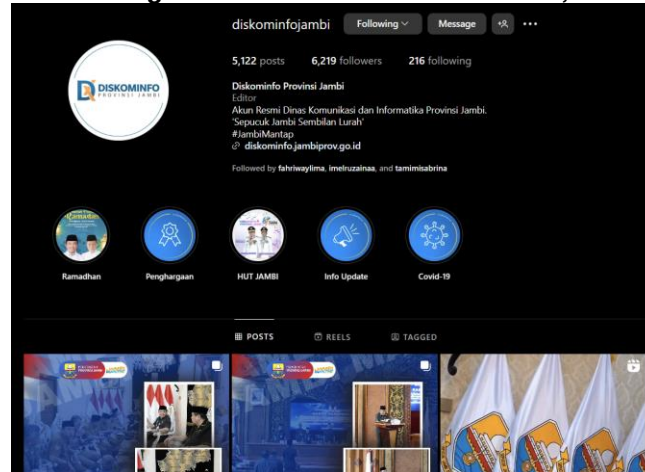
Instagram adalah sebuah platform media sosial yang menyajikan konten dalam bentuk foto dan video, serta dilengkapi dengan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi, seperti menambahkan *caption*, memberikan komentar, mengirim pesan, dan lainnya (Sari & Siswono 2020). Instagram dapat membantu Diskominfo Provinsi Jambi untuk mengunggah konten yang mengandung informasi kepada publik, baik dalam bentuk feeds maupun reels.

Tabel 1. Karakteristik Media Sosial Instagram

Karakteristik	Instagram
Jumlah Pengikut	6,219
Tampilan Halaman	Halaman Konten Instagram biasa berbentuk <i>Reels</i> , <i>Feeds</i> , <i>InstaStory</i> serta <i>Highlight</i> guna menyimpan arsip yang sudah diunggah di <i>InstaStory</i> . <i>Tagline</i> yang terdapat dalam bio akun @diskominfojambi adalah "Sepucuk Jambi Sembilan Lurah" #JambiMantap.
Konten	Menuliskan <i>Caption</i> yang sesuai dengan Informasi yang disebarkan. <i>Caption</i> Informasi Publik akan bersangkutan dengan isi konten. <i>Hashtag</i> postingan adalah #JambiMantap #PemerintahProvinsiJambi #ProvinsiJambi #DiskominfoProvinsiJambi. <i>Hashtag</i> lainnya disesuaikan dengan isi konten informasi publik maupun Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di Provinsi Jambi.
Jadwal Konten	Konten Informasi Publik yang akan diunggah dalam bentuk <i>feeds</i> , dan diunggah pada hari Senin, Rabu, dan Jumat. Untuk Kegiatan yang dilaksanakan di Provinsi Jambi akan diunggah sesuai kegiatan yang sudah dijadwalkan.

Sumber: Laman Instagram Pemerintah Provinsi Jambi, 2025.

Dari hasil penelitian Per-April 2025, akun Instagram @Diskominfojambi telah memiliki lebih dari 6.219 pengikut dan telah membagikan sebanyak 5.122 unggahan. Pada bagian bio akun resmi Pemerintah Provinsi Jambi, tercantum *tagline* 'Sepucuk Jambi Sembilan Lurah' disertai dengan tagar #JambiMantap serta tautan menuju situs web resminya.

Gambar 1. Instagram Diskominfo Provinsi Jambi, Tahun 2025

Sumber: Laman Instagram Diskominfo Provinsi Jambi, 2025.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Diskominfo Provinsi Jambi memanfaatkan fitur *highlight* untuk mengarsipkan berbagai informasi dari Diskominfo Provinsi Jambi. Fitur ini berkaitan dengan *story*, yang hanya dapat diakses selama 24 jam. Sementara itu, *highlight* merupakan kumpulan *story* yang dapat disimpan secara permanen di profil pengguna tanpa batasan waktu. Pada akun Pemerintah Provinsi Jambi, *highlight* atau sorotan berisi berbagai informasi seperti seputar Ramadhan, penghargaan, perayaan HUT JAMBI, info terkini, serta arsip informasi terkait Covid-19 di masa lalu.

Gambar 2. Fitur *Highlight* Instagram Diskominfo Provinsi Jambi

Sumber: Laman Instagram Diskominfo Provinsi Jambi, 2025.

Konten Media Sosial Instagram Diskominfo Provinsi Jambi

Bidang Informasi Publik Diskominfo Provinsi Jambi adalah bertanggung jawab untuk mempublikasikan dan membuat berita / konten. Terdapat empat Tim yang turut kontribusi dalam pembuatan konten yaitu, Jurnalis, Humas, Desain Grafis & Social Media Content. Konten yang dibuat sesuai dengan kegiatan yang sedang berlangsung, maupun hari-hari besar. Konten yang akan dibuat sudah dijadwalkan sesuai jadwal yang tertera. Akun Media Sosial Diskominfo Provinsi Jambi dalam penyebaran konten sudah diatur sesuai dengan *content planning* yang sebelumnya sudah dibuat. Isi konten informasi publik yang dibagikan disesuaikan dengan kebutuhan informasi masyarakat Provinsi Jambi. Agar konten sosial media memberikan dampak yang efektif, perlu disesuaikan secara cermat dengan karakteristik audiens target dan platform yang digunakan (Huang 2020).

Konten ini dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi umum. Masyarakat dapat bertanya di akun Instagram Diskominfo Provinsi Jambi terkait informasi yang belum dimengerti maupun informasi terkait kegiatan yang sedang dilaksanakan di Provinsi Jambi. Konten Informasi dalam Akun Instagram Diskominfo Provinsi Jambi berbentuk *feeds* dan *reels*. Data dari isi konten tersebut sudah diriset sebelumnya untuk memberikan informasi yang relevan. Pengelolaan konten pada media sosial sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dan tidak terputus, serta diiringi dengan upaya yang konsisten dalam menjaga kualitas, frekuensi, dan pesan yang disampaikan (Hamzah & Putri 2021).

Konten yang disebar menggunakan *copywriting* yang sudah direncanakan. *Cover* dari Konten tersebut sengaja dibuat pertanyaan agar membuat masyarakat penasaran akan *slide* selanjutnya dari konten tersebut. Untuk informasi terkait Kegiatan yang sedang dilaksanakan oleh Gubernur maupun Wakil Gubernur akan disebar melalui template yang berisi foto kegiatan beserta isi berita dari kegiatan tersebut. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berkembang paling cepat dalam beberapa



tahun terakhir (Priadana & Murdiyanto 2020). Diskominfo Provinsi Jambi akan selalu update informasi setiap harinya, agar masyarakat tidak tertinggal informasi.

Pembahasan

Diskominfo Provinsi Jambi dalam mengoptimalkan penyebaran informasi publik melalui media sosial Instagram

Diskominfo Provinsi Jambi telah melakukan upaya pengoptimalan penyebaran informasi kepada masyarakat. Penggunaan fitur di Instagram telah digunakan dengan baik, yaitu penyebaran informasi melalui *feeds*, *reels*, maupun *Instastory* (Nabil *et al.* 2021). Banyaknya fitur yang disediakan Instagram dan digunakan dengan baik, membuat Diskominfo Provinsi Jambi lebih mudah untuk menyebarkan informasi. Strategi Visual dalam pembuatan konten pada Instagram Diskominfo Provinsi Jambi adalah sesuai dengan *pallette* warna logo. Terdapat visual karakter AI untuk menambahkan kesan ramai pada konten tersebut. *Cover* konten dibuat dengan banyak gambar agar menarik perhatian, namun tidak terlihat membosankan maupun terlalu ramai. *Copywriting* merupakan suatu usaha untuk menghasilkan teks yang bersifat persuasif dengan tujuan menarik perhatian pasar melalui ide-ide kreatif (Nugroho & Asruddin 2022). *Copywriting* yang digunakan berupa pertanyaan agar menarik masyarakat untuk mengetahui informasi di slide selanjutnya. Bahasa yang digunakan yaitu semi formal, agar tidak terlalu kaku dan lebih terasa dengan masyarakat.

Untuk pengunggahan konten Diskominfo sudah menjadwalkan khususnya konten yang berisi Informasi Publik. Konten akan diunggah tiga kali seminggu pada hari Senin, Rabu dan Jumat. Namun, dalam waktu pengunggahan tidak terdapat waktu yang dijadwalkan. Dalam penyebaran informasi terkait kegiatan seputar pemerintahan akan dibagikan sesuai dengan jadwal kegiatan yang sudah tertera. Jenis konten yang disebar oleh Diskominfo Provinsi Jambi cukup beragam, yaitu Konten yang berisi informasi seputar pemerintahan, informasi edukasi, informasi penganggulan hoax, konten dokumentasi kegiatan beserta konten layanan publik.

Pada Tahap Mencari Informasi (*Kognitif*) Diskominfo Provinsi Jambi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui Media Sosial Instagram. Masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sumber untuk mengakses informasi (Ainiyah 2018). Banyak Masyarakat yang tidak mengetahui kegiatan yang sedang berlangsung di Provinsi Jambi, dan dapat mengetahuinya melalui Instagram Diskominfo Provinsi Jambi. Informasi yang disebar kepada publik cukup umum, namun tak banyak juga masyarakat yang mengetahuinya. Hal ini menambah wawasan masyarakat khususnya orang dewasa yang kurang tanggap terhadap teknologi.

Tahap Hiburan dan Kesenangan (*Afektif*) belum terlalu dioptimalkan oleh Instagram Diskominfo Provinsi Jambi. Informasi yang disebar jarang mengandung hiburan maupun komedi. Isi dari konten yang disajikan oleh Diskominfo Provinsi Jambi masih terfokus pada penyampaian data, informasi kebijakan pemerintah, dan agenda formal lainnya, tanpa diimbangi oleh konten yang bersifat hiburan atau mengandung nilai kesenangan. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi platform hiburan. Salah satu bentuk hiburan yang banyak diminati adalah komentar atau video lucu yang muncul di berbagai konten (Husna & Rianto 2021). Kurangnya optimalisasi konten afektif seperti video pendek yang lucu, infografis menarik, konten kreatif menyebabkan daya tarik media sosial Diskominfo Provinsi Jambi menjadi rendah, terutama di kalangan anak muda.

Pada Tahap Terakhir yaitu Interaksi Sosial, Diskominfo Provinsi Jambi juga belum mengoptimalkan secara maksimal. Setiap media pemberitaan memerlukan strategi untuk menarik minat sebanyak mungkin dari audiens yang menerima berita tersebut (Amalia & Taufik 2024). Media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam mempererat hubungan antar masyarakat, termasuk dalam membangun komunikasi yang lebih dekat dengan akun-akun resmi pemerintah (Yanti *Et al.* 2021). Komentar pada konten yang disebar jarang terbalas oleh akun Diskominfo, namun melalui DM Instagram Diskominfo Provinsi Jambi sering kali membalas pesan dari masyarakat. Konten Interaksi Sosial berisi terkait Quiz interaktif bersama masyarakat, Polling bersama masyarakat, konten inspiratif bersama masyarakat dan lainnya. Diskominfo belum memaksimalkan konten tersebut, sebagian besar konten yang ditampilkan oleh Diskominfo Provinsi Jambi masih bersifat satu arah, seperti pemberitahuan kegiatan, rilis berita resmi, atau maupun dokumentasi kegiatan.

Kendala yang dihadapi Diskominfo Prov Jambi dalam menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram.

Kendala dalam pembuatan konten juga dialami oleh Diskominfo Provinsi Jambi. Sebelumnya konten informasi publik ini tidak berjalan dengan lancar, sehingga tidak ada penyebaran informasi-informasi umum kepada masyarakat. Banyak faktor yang menjadi kendala Diskominfo Provinsi Jambi dalam mengoptimalkan penyebaran informasi publik, salah satunya kekurangan Sumber Daya Manusia. Pengembangan potensi sumber daya manusia melalui teknologi komunikasi juga dapat melalui media

sosial (Ningsih & Dyatmika 2021). Sedikitnya SDM yang mengelola Sosial Media, sehingga konten informasi umum tidak terkelola dengan baik. Kendala selanjutnya yaitu kurang partisipatif masyarakat terhadap konten. Masyarakat jarang memberikan feedback terhadap konten yang sudah diunggah.

Keterbatasan anggaran terhadap media pengelolaan media sosial juga menjadi kendala Diskominfo Provinsi Jambi. Konten yang bersifat penting dan informatif tetap memerlukan *boosting* atau Instagram Ads agar dapat menjangkau target audiens yang lebih luas. Instagram ads dapat membantu pengguna untuk mempromosikan konten mereka secara langsung kepada masyarakat yang menjadi target audiens (Rahmadiani *Et al.* 2021). Selain itu, Konten yang disajikan cenderung bersifat informatif formal dan kurang menarik secara visual maupun naratif. Hal ini membuat daya tarik informasi menjadi rendah, terutama bagi kalangan muda yang merupakan mayoritas pengguna Instagram.

Sejumlah masyarakat menghadapi berbagai kendala dalam mengakses dan memahami informasi dari Diskominfo, terutama akibat rendahnya literasi digital. Literasi digital merupakan kemampuan menggunakan dan memahami informasi (Amaly & Armiah 2021). Banyak yang belum menerapkan Literasi Digital di Media Sosial, sehingga kesulitan mengolah informasi yang tersedia, dan Informasi dari Diskominfo tidak tersampaikan secara optimal. Masyarakat cenderung lebih tertarik pada konten yang bersifat afektif, yaitu konten yang memberikan hiburan, kesenangan, atau pengalaman emosional yang menyenangkan. Media yang sangat beragam dan semakin berkembang membuka banyak peluang bagi riset hiburan (Berger *et al.* 2014). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Diskominfo Provinsi Jambi dalam menyampaikan informasi publik yang bersifat edukatif dan informatif. Konten yang bersifat edukatif atau informatif, seperti informasi publik dan kegiatan pemerintahan seringkali kurang menarik minat masyarakat dibandingkan dengan konten hiburan seperti video lucu, musik, atau tren media sosial. Akibatnya, penyebaran konten informatif tidak terlalu efektif dibanding konten hiburan lainnya.

Beberapa oknum menyalahgunakan kolom komentar dengan salah dengan munculnya komentar-komentar negatif dari masyarakat di platform media sosial resmi. Komentar tersebut tidak jarang bersifat provokatif, tidak sesuai dengan isi konten, bahkan mengandung unsur ujaran kebencian, hoaks, atau penyesatan informasi. Komentar yang dituang dalam postingan Instagram Diskominfo Provinsi Jambi tidak sesuai dengan isi konten, sehingga tidak terjalin interaksi yang efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Diskominfo Provinsi Jambi telah memanfaatkan Instagram cukup baik dalam mengoptimalkan penyebaran informasi publik melalui fitur-fitur seperti feed, reels, dan instastory. Konten Informasi Publik yang disebarakan bermanfaat bagi masyarakat Provinsi Jambi. Strategi visual dan copywriting yang digunakan telah menyesuaikan dengan karakteristik media sosial. Aspek hiburan (afektif) dan interaksi sosial belum dioptimalkan secara maksimal, menyebabkan rendahnya daya tarik, terutama bagi kalangan muda. Kendala utama dalam pengelolaan konten meliputi keterbatasan SDM, anggaran, rendahnya literasi digital masyarakat, dan kurangnya partisipasi audiens. Kendala terbesar adalah menjadikan konten informatif tetap menarik dan interaktif serta menyelipkan konten hiburan untuk menarik perhatian masyarakat.

Saran

Agar Diskominfo membuat konten edukatif dengan menyelingi konten hiburan ringan, agar dapat menarik daya minat tonton kalangan anak muda. Interaksi sosial juga perlu ditingkatkan melalui balasan komentar, dan konten partisipatif lainnya, agar membuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat lebih dekat. Penguatan SDM dan literasi digital masyarakat penting dilakukan melalui pelatihan konten edukatif yang mudah dipahami. Selain itu, strategi visual dan copywriting perlu dikembangkan agar lebih interaktif dan menarik. Pemanfaatan Instagram Ads secara tepat juga disarankan untuk memperluas jangkauan konten.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. 2018. REMAJA MILLENNIAL DAN MEDIA SOSIAL: MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENDIDIKAN BAGI REMAJA MILLENNIAL. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*. Vol. 2 (2).
- Ali, M. 2014. *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan*.
- Amalia, S.P., Taufik, R.R. 2024. Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira TV. *Jurnal Professional Komunikasi dan Admistrasi Publik*. Vol.11(1).



- Amaly, N., Armiah. 2021. Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*. Vol. 20 (2).
- Annur, C. M. 2024. *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Teknologi & Telekomunikasi.
- Berger, C., Roloff, M., & Roskos-Ewoldsen, D. 2014. *Handbook ilmu komunikasi*. Nusa Media
- Blumer, H., Katz, E. 1974. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*.
- Cahyani, A. M. 2020. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10 (1).
- Danandjaja, J. 2014. *Metode Penelitian Kepustakaan*.
- Dwitania, F.S., & Pratiwi, A. 2022. MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI COVID-19 OLEH DISKOMINFO KOTA DEPOK. *Jurnal Sains Terapan : Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*. Vol. 12 (1) : 1 - 20.
- Fitria, A. D. , Fajrie, N. , Kuryanto, M. S. 2021. THE EFFECTIVENESS OF USING WHATSAPP AS A MEDIA IN ONLINE LEARNING AT GRADE 5 SD N 1 KARANGNONGKO JEPARA. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(5), 1244. <https://doi.org/10.33578/pjr.v5i5.8439>
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. 2021. Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal* <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Hidayatullah, S. 2020. *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*.
- Huang, G. 2020. Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects. *Journal of Promotion Management*, 26(3), 396-433. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>
- Husna, A.N., Rianto, P. 2021. Membaca Komentar di Media Sosial Sebagai Hiburan. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*. Vol. 1(1).
- Indah, T. , & Hariyanti, P. 2018. Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik pada Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya.
- Lengkong, S. L. , Sondakh, M. , & Londa, J. W. 2017. STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM PEMULIHAN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS RUMAH MAKAN KAWAN BARU MEGAMAS MANADO). In *Acta Diurna*: Vol. VI (Issue 1).
- Maulana, A., Afghan, M., Rynaldi, D. 2019. Pengaruh Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Mahasiswa. *Jurnal Kajian Media*, 3(2), 65–72.
- Mubarok, S., Kurniawan, H. , Wulandari, D. P., Yayat, S. 2022. SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 11–17. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/Telangke>
- Mulawarman., Nurfitri A.D. 2017. Perilaku pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25 (1), 36-44.
- Nababan, S. 2019. *Strategi Pelayanan Informasi untuk meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik*.
- Nabil, M., Sugandi., Ghufro. 2021. PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @GRIIZELLE.ID). *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Ningsih, F. W., & Dyatmika, T. 2021. Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Teknologi Komunikasi Media Sosial di Era Milenial Desa Kampil. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 2(4), 313–320.
- Nugroho, F. and Asruddin, A. (2022) 'Pelatihan Penggunaan Copywriting bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), pp. 62–68. Available <https://www.journal.hdgi.org/index.php/jpmg/article/view/67>. at:
- Patzer, R., McPherson, L., Redmond, N., DuBay, D., Zayas, C., Hartmann, E., Arriola, K. 2019. A Culturally Sensitive Web Based Intervention To Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, 4(9), 1285-1295.
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. 2020. Instagram Hashtag Trend Monitoring Using Web Scraping. *Journal Pekommas*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050103>
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. 2024. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. .
- Rafiq, A. 2020. Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Jurnal Global Komunika*, <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/170431>
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. 2021. Efektivitas strategi iklan dengan menggunakan Instagram ads untuk meningkatkan penjualan dan branding produk: Studi kasus Privet.id. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 112- 117. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60335>
- Rainer, P. 2024. *Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia*. Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi : Internet.

- Sari, R. S. , & Siswono, T. Y. E. 2020. *MATHEdunesa* PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN MATEMATIKA BERBASIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MATERI LINGKARAN DI SMP. 9.
- Sidiq, U., & Choiri, M. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. In CV Karya(Vol. 53, Issue <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE> 9). Nata Karya. PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto M. 2023. Kreativitas Konten di Instagram: Membangun Citra Politisi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 14(2), 30–50.
- Yusliwidaka, A. , Rihardi, S. A. , & Pembayun, J. G. 2021. Upaya Preventif Terhadap Perilaku Cyberbullying Di Kalangan Siswa SMA Negeri Di Kota Magelang. *Journal Of Community Service*, 1(1), 38–47.
- Yanti, L.P.F., Suandi, I.N., Sudiana, I.N. 2021. ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA WARGANET PADA KOLOM KOMENTAR BERITA DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa*. Vol. 10(1).