**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM OLEH DISKOMINFOS BALI DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN PUBLIK**

**LAPORAN KERJA PRAKTEK**



**Oleh :**

|  |  |
| --- | --- |
| **NIM** | **: 210050073** |
| **NAMA** | **: BERNARDINUS MARIANUS NGERE** |
| **JENJANG STUDI** | **: STRATA SATU (S1)** |
| **PROGRAM STUDI** | **: BISNIS DIGITAL** |

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS**

**(ITB) STIKOM BALI**

**202**

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM OLEH DISKOMINFOS BALI DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN PUBLIK**

**LAPORAN KERJA PRAKTEK**



**Oleh :**

|  |  |
| --- | --- |
| **NIM** | **: 210050073** |
| **NAMA** | **: BERNARDINUS MARIANUS NGERE** |
| **JENJANG STUDI** | **: STRATA SATU (S1)** |
| **PROGRAM STUDI** | **: BISNIS DIGITAL** |

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS**

**(ITB) STIKOM BALI**

**2022**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN KERJA PRAKTEK

N I M : 210050073

Nama : Bernardinus Marianus Ngere

Jenjang Studi : Strata Satu (S1)

Program Studi : Bisnis Digital

Judul Laporan : Analisis Efektivitas Penggunaan Instagram oleh Diskominfos Bali dalam Meningkatkan Keterlibatan Publik

Disetujui Oleh :

|  |  |
| --- | --- |
| Tanggal…………………………………… | Tanggal…………………………………… |
| Pembina | Pembimbing |
| (…………………………………………..) | ( Tria Hikmah Fratiwi, S.Kom.,M.T ) |

|  |
| --- |
| Tanggal…………………………………… |
| Kepala Program Studi  Bisnis Digital |
| ( Ni Wayan Deriani,SE.,M.Kom ) |

KATA PENGANTAR

Berkat Rahmat Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek yang berjudul “**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM OLEH DISKOMINFOS BALI DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN PUBLIK**“ sesuai dengan yang direncanakan. Selanjutnya penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor ITB STIKOM Bali Dr. Dadang Hermawan, S.E., M.M., Ak.
2. Bapak Dr. Roy Rudolf Huizen, ST., MT. Selaku wakil Rektor l.
3. Ibu Dr. Ni Luh Putri Srinadi S.E. M.M.Kom. selaku wakil Rektor ll ITB STIKOM Bali yang telah memberikan dukungan sehingga penulisan laporan Kerja Praktek ini terselesaikan.
4. Bapak Yudi Agusta Ph.D. selaku wakil Rektor III.
5. Bapak Dian Pramana, S.Kom.,M.Kom selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Vokasi ITB STIKOM Bali yang telah memberikan dukungan sehingga penulisan laporan Kerja Praktek ini terselesaikan.
6. Ibu Ni Wayan Deriani,SE.,M.Kom selaku Kepala Program Studi Bisnis Digital ITB STIKOM Bali.
7. Bapak / Ibu \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*, selaku Pembina yang telah membimbing penulis selama melaksanakan Kerja Praktek.
8. Ibu Tria Hikmah Fratiwi, S.Kom.,M.T, selaku Dosen Pembimbing yang turut membimbing dalam penyelesaian penulisan laporan ini.
9. Seluruh Pegawai pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinis Bali yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan Kerja Praktek.
10. Semua teman dan berbagai pihak yang memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

Semoga laporan Kerja Praktek ini bemanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

|  |
| --- |
| Denpasar, 9 Oktober 2024 |
| Penulis |

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

DAFTAR ISI

[HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN KERJA PRAKTEK ii](#_Toc181802197)

[KATA PENGANTAR iii](#_Toc181802198)

[DAFTAR ISI v](#_Toc181802199)

[DAFTAR TABEL vii](#_Toc181802200)

[DAFTAR GAMBAR ix](#_Toc181802201)

[DAFTAR LAMPIRAN xi](#_Toc181802202)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc181802203)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc181802204)

[1.2 Rumusan Masalah 3](#_Toc181802205)

[1.3 Tujuan Kerja Praktek 3](#_Toc181802206)

[1.4 Manfaat Kerja Praktek 3](#_Toc181802207)

[1.5 Ruang Lingkup 3](#_Toc181802208)

[1.6 Metode Kerja Praktek 4](#_Toc181802209)

[1.6.1 Lokasi Kerja Praktek 4](#_Toc181802210)

[1.6.2 Metode Pengumpulan Data 4](#_Toc181802211)

[1.6.3 Jenis Data 5](#_Toc181802212)

[1.7 Sistematika Penulisan 6](#_Toc181802213)

[BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN 7](#_Toc181802214)

[2.1 Sejarah Diskominfos Bali 7](#_Toc181802215)

[2.2 Visi dan Misi Perusahaan 8](#_Toc181802216)

[2.2.1 Visi Perusahaan 8](#_Toc181802217)

[2.2.2 Misi Perusahaan 8](#_Toc181802218)

[2.3 Arti Lambang Diskominfos 10](#_Toc181802219)

[2.4 Stuktur Organisasi 12](#_Toc181802220)

[2.5 Tugas dan Fungsi 12](#_Toc181802221)

[2.5.1 Tugas Pokok 13](#_Toc181802222)

[2.5.2 Fungsi 13](#_Toc181802223)

[BAB III LANDASAN TEORI 15](#_Toc181802224)

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

DAFTAR TABEL

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

DAFTAR GAMBAR

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

DAFTAR LAMPIRAN

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfos) Bali adalah salah satu instansi pemerintah daerah yang berperan penting dalam pengelolaan informasi, teknologi komunikasi, dan penyediaan data statistik bagi masyarakat Bali. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, Diskominfos Bali aktif memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk media sosial seperti Instagram, untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan diri, bekerja sama, berbagai, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual [1]. Instagram dipilih karena daya tariknya yang kuat melalui konten visual yang interaktif dan kemampuannya menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Diskominfos Bali menggunakan instagram untuk mengedukasi masyarakat mengenai program-program pemerintah, kegiatan daerah, dan berbagai isu publik yang relevan. Namun efektivitas penggunaan instagram oleh instansi ini dalam meningkatkan keterlibatan publik belum terukur secara sistematis.

Kinerja pemerintah sebagai pelayanan publik seringkali terkendala jarak antara pemangku jabatan dan masyarakat, hal ini seringkali menempatkan jurang posisi di antara masyarakat dan pemerintah. Penerapan media sosial memberikan banyak peluang untuk mendukung pemerintahan terbuka [2]. Banyaknya orang yang menggunakan media sosial mampu dimanfaatkan pemerintah untuk media penyebaran informasi publik yang ada. Informasi publik dan kegiatan-kegiatan pemerintah dapat disosialisasikan melalui Instagram sehingga mampu menjangkau lebih luas masyarakat [3]. Di era digital, pemerintah semakin dituntut untuk dapat menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dapahami oleh masyarakat. Meski demikian, efektivitas strategi ini, terutama di daerah Bali dengan keragaman budaya dan sosialnya, belum banyak dikaji. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mengenai seberapa efektif strategi komunikasi Diskominfos Bali melalui instagram dalam memengaruhi keterlibatab publik.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Helen Nadya Saraswati yang berjudul “Efektivitas Akun Instagram @infoserang Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” ditemukan bahwa kebutuhan akan Informasi yang ada harus di barengi dengan konten yang menari perhatian dari follower, sehingga follower mau tahu dan ingin terus mengikuti perkembangan melalui konten yang menarik tersebut [4] . Selain itu juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Ikrima Sari dan Imam Suprabowo dengan judul “Efektivitas Akun Instagram @kominfodify” terhadap Penyebaran Informasi Publik dala Perspektif Islam” yang mana bertujuan untuk memanfaatkan instagram Diskominfo DIY dalam menyampaikan informasi tentang kebijakan pemerintah, serta menangkap semua pengaduan pemerintah dengan memuat informasi yang cukup dan membantu media maupun masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan lengkap [4]. Setiap wilayah memiliki karakteristik audiens yang berbeda, sehingga strategi komunikasi yang berhasil di satu tempat belum tentu efektif di tempat lain. Bali, dengan budaya lokal yang kuat dan demografi unik, memerlukan pendekatan yang lebih spesifik dalam komunikasi digital. Meski Diskominfos Bali telah memanfaatkan Instagram secara aktif, belum ada kajian yang mengevaluasi bagaimana publik Bali merespon konten yang disajikan oleh instansi ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Diskominfos Bali dapat lebih efektif dalam menggunakan Instagram untuk meningkatkan partisipasi publik.

Penelitian ini akan mengukur sejauh mana konten yang disebarkan melalui Instagram dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap program-program pemerintah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Diskominfos Bali mengenai strategi komunikasi digital yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi Instansi pemerintah lain yang ingin memanfaatkan media sosial untuk tujuan serupa. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pemerintah Bali, tetapi juga dapat memberikan kontribusi akademis di bidang komunikasi digital dan pemerintahan.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut “Seberapa efektif penggunaan instagram oleh Diskominfos Bali dalam meningkatkan keterlibatan publik terhadap informasi dan program-program pemerintah daerah?”.

## Tujuan Kerja Praktek

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram oleh Diskominfos Bali dalam meningkatkan keterlibatan publik.

## Manfaat Kerja Praktek

Adapun manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan Kerja Praktek dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. **Bagi Mahasiswa**

Menambah wawasan dan pengalaman dalam analisis media sosial, khususnya dalam konteks komuniksi instansi pemerintah, serta mempraktikan teori bisnis digital dalam dunia kerja nyata.

1. **Bagi ITB STIKOM Bali**

Memberikan kontribusi bagi ITB STIKOM Bali dalam memperluas kerja sama dengan instansi pemerintah seperti Diskominfos Bali dan memperkuat reputasi kampus melalui penelitian yang relevan di bidang komunikasi digital dan keterlibatan publik.

1. **Bagi Diskominfos Bali**

Memberikan insight mengenai efektivitas konten dan strategi Instagram yang sudah diterapkan, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan keterlibatan publik melalui media sosial.

## Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Objek penelitian yang digunakan adalah akun instagram resmi Diskominfos Bali.
2. Penelitian dilakukan selama kerja praktek dengan data tiga bulan terakhir.
3. Data dikumpulkan melalui observasi akun, analisis engangement, wawancara, dan analisis sentimen komentar.
4. Aspek yang dianalisis meliputi efektivitas konten, frekuensi posting, waktu posting, dan respon publik.
5. Tujuan akhir adalah menilai efektivitas instagram Diskominfos Bali dan memberikan rekomendasi strategi komunikasi.

## Metode Kerja Praktek

### Lokasi Kerja Praktek

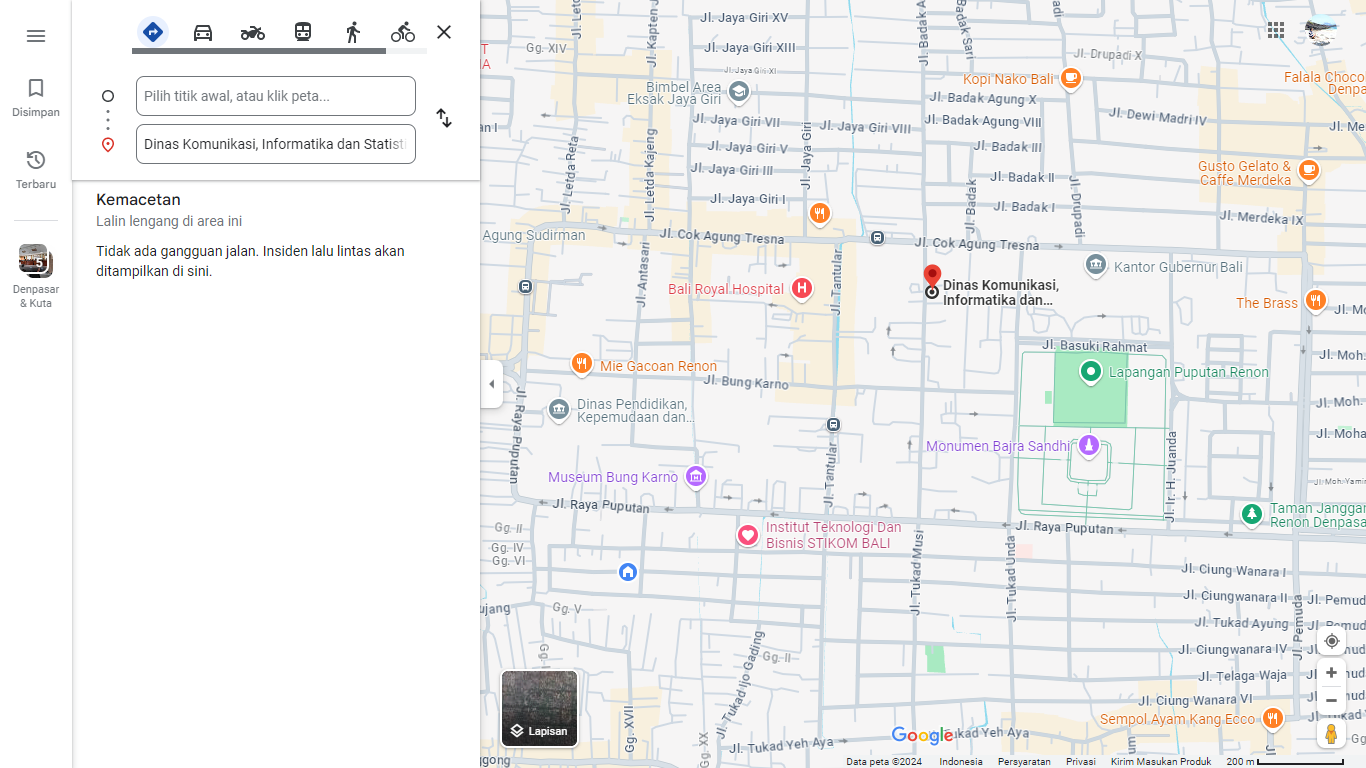
Kerja Praktek yang dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS ITB STIKOM BALI dalam periode 3 bulan tepatnya pada :

Periode : 31 Juli – 30 Oktober 2024

Tempat : Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Bali

Alamat : Jl. Panjaitan No.7, Sumerta Kelod, Denpasar Sel, Sumerta Kelod, Denpasar Selatan, Kota Denpasar

Waktu : 08.00 – 16.30 WITA



Gambar 1.1 Lokasi Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Bali

### Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Observasi Langsung

Pengamatan langsung terhadap akun instagram Diskominfos Bali untuk menganalisis aktivitas, jenis, dan frekuensi konten yang diposting, serta interaksi dengan pengguna. Tujuan observasi ini adalah untuk mendapatkan data primer mengenai pola penggunaan instagram.

1. Analisis Data Sekunder

Mengumpulkan data engangement seperti likes, komentar, shares, dan followers dari unggahan di akun instagram menggunakan instagram insight atau alat analitik lainnya. Analisis ini bertujuan untuk menilai efektivitas konten berdasarkan statistik keterlibatan.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan mengkaji literatur, jurnal, artikel, dan buku yang relevan tentang komunikasi digital, penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah, dan keterlibatan publik. Tujuanny adalah untuk mendapatkan landasan teori yang kuat, membandingkan penelitian terdahulu, dan memberikan konteks akademiks analisis efektivitas penggunaan instagram oleh Diskominfos Bali, serta memahami konsep dan model terkait efektivitas media sosial.

### Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari pelaksanaan kerja praktek melalui metode observasi dan wawancara. Adapun data tersebut meliputi aktivitas pengelolaan akun instagram Diskominfos Bali, jenis konten yang diposting, frekuensi unggahan, serta wawancara dengan pihak pengelola terkait strategi media sosial dan keterlibatan publik.

1. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, termasuk literatur, jurnal, artikel, dan buku yang berkaitan dengna media sosial, keterlibatan publik, dan komunikasi digital. Selain itu, data engangement seperti jumlah likes, komentar, share, serta dokumen internal dari Diskominfos Bali juga digunakan sebagai data sekunder untuk mendukung penelitian.

## Sistematika Penulisan

Secara garis besar, laporan kerja praktek ini terdiri dari 5 (lima) BAB dan beberapa lampiran.setiap BAB terdiri dari sub-sub bab yang mendukung. Adapun sistematika penulisan laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat kerja praktek, ruang lingkup, metode pengumpulan data, dan sistematikan penulisan.

**BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi gambaran umum tentang Diskominfos Bali, meliputi sejarah singkat, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi, serta visi dan misi instansi.

**BAB III LANDASAN TEORI**

Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan dengan penelitian, seperti teori keterlibatan publik, komunikasi digital, media sosial, serta teori yang berkaitan dengan efektivitas penggunaan media sosial dalam instansi pemerintah.

**BAB IV ANALISIS DATA**

Bab ini berisi hasil mengenai efektivitas penggunaan instagram oleh Diskominfos Bali, termasuk analisis data primer dan sekunder, hasil observasi, wawancara, serta analisis keterlibatan publik melalui konten instagram.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang diusulkan berdasarkan temuan selama kerja praktek, guna meningkatkan efektivitas penggunaan instagram dalam meningkatkan keterlibatan publik.

# TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

## Sejarah Diskominfos Bali

Dinas komunikasi, informasi, dan Statistik (Diskominfos) Bali merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi dan komunikasi di Provinsi Bali. Lembaga ini bertugas untuk meningkatkan transparansi dan aksesibilitas informasi publik melalui berbagai program dan inisiatif, termasuk sistem e-government dan Bali Satu Data. Diskominfos juga berperan dalam pengembangan teknologi informasi untuk mendukung pelayanan publik yang lebih efisien dan efektif. Salah satu program unggulan yang diusung adalah Bali Satu Data, yang bertujuan untuk menyatukan dan mempermudah akses data bagi masyarakat. Dengan demikian, Diskominfos Bali menjadi garda terdepan dalam upaya keterbukaan informasi di daerah.

Diskominfos tidak hanya ada di Bali, tetapi juga didirikan di setiap provinsi di Indonesia sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan pelayanan publik dan transparansi informasi. Setiap Dinas komunikasi di tingkat provinsi memiliki tugas dan fungsi yang serupa. Meskipun dapat berbeda dalam implementasi dan program spesifik sesuai dengan kebutuhan daerah masing-masing. Keberadaan Diskominfos di setiap provinsi mendukung intergrasi data dan informas yang lebih baik antara pemerintah pusat dan daerah. Hal ini juga sejala dengan kebijakan nasional mengenai pengelolaan informasi publik yang efektif. Dengan demikian, Diskominfos berperan penting dalam mewujudkan pemerintah yang lebih terbuka dan akuntabel.

Dasar hukum bagi keberadaan Diskominfos dapat ditemukan dalam undang-undang dasar 1945, khususnya pada pasal 28F yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya. Selain itu, pasal 28G mengatur hak atas perlindungan diri pribadi, termasuk dalam konteks akses terhadap informasi publik. Keberadaan Diskominfos sebagai lembaga yang mengelola informasi publik sangat relevan dengan konstitusi ini, karena mendukung hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat dan tepat waktu. Dengan demikian, Diskominfos bukan hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai pelindung hak-hak akses masyarakat dalam mendapatkan akses informasi yang transparan. Ini menunjukan komitmen pemerintah dalam menjamin hak asasi manusia terkait dengan kebebasan berinformasi.

## Visi dan Misi Perusahaan

### Visi Perusahaan

Menjaga Kesucian dan keharmoninasi Alam Bali Beserta Isinya, Untuk Mewujudkan Kehidupan Krama Bali Yang Sejahtera dan Bahagia, Sakala Niskala Menuju Kehidupan Krama dan Gumi Bali Sesuai Dengan Prinsip Trisakti Bung Karno: Berdaulat secara Politik, Berdikari Secara Ekonomi, dan Berkepribadian dalam Kebudayaan Melalui Pembangunan Secara Terpola, Menyeluruh, Terencana, Terarah, dan Terintergrasi Dalam Bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia Berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila 1 Juni 1945.

### Misi Perusahaan

1. Memastikan terpenuhinya kebutuhan pangan, sandang, dan papan dalam jumlah dan kualitas yang memadai bagi kehidupan Krama Bali.
2. Mewujudkan kemandirian pangan, meningkatkan nilai tambah dan daya saing pertanian, dan meningkatkan kesejahteraan petani.
3. Mengembangkan pelayanan kesehatan masyarakat yang terjangkau, merata, adil dan berkualitas serta didukung dengan pengembangan sistem dan data base riwayat kesehatan Krama Bali berbasis kecamatan.
4. Memastikan tersedianya pelayanan pendidikan yang terjangkau, merata, adil, dan berkualitas serta melaksanakan wajib belajar 12 tahun.
5. Mengembangkan sistem pendidikan dasar dan pendidikan menengah bebasis keagamaan Hindu dalam bentuk Pasmaran di Desa Pakraman/Desa Adat.
6. Mengembangkan sumber daya manusia yang berdaya saing tinggi yaitu berkualitas dan berintegrasi: bermutu, profesional dan bermoral serta memiliki jati diri yang kokoh yang dikembangkan berdasarkan nilai-nilai kearifan lokal Krama Bali.
7. Mengembangkan sistem jaminan sosial secara komperhensif dan terintegrasi bagi kehidupan Krama Bali sejak mulai kelahiran, tumbuh dan berkembang sampai akhir masa kehidupannya.
8. Menghasilkan tenaga kerja yang kompeten, produktif, berkualitas dan memiliki daya saing tinggi serta memperluas akses kesempatan kerja di dalam dan di luar negeri.
9. Mengembangkan sistem jaminan sosial dan perlindungan tenaga kerja yang komperhensif, mudah dijangkau, bermutu, dan terintegrasi bagi Krama Bali yang bekerja di dalam dan di luar negeri.
10. Memajukan kebudayaan Bali melalui peningkatan perlindungan, pembinaan, pengembangan dan pemanfaatan nilai-nilai adat, agama, tradisi, seni, dan budaya Krama Bali.
11. Mengembangkan tata kehidupan Krama Bali secara sakala dan niskala berdasarkan nilai-nilai filsafat Sad Kertih yaitu Atma Kertih, Danu Kertih, Wana Kertih, Segara Kertih, Jana Kertih, dan Jagat Kertih.
12. Memperkuat kedudukan, tugas dan fungsi Desa Pakraman/Desa Adat dalam menyelenggarakan kehidupan krama Bali yang meliputi Parahyangan, Pawongan, dan Palemahan.
13. Mengembangkan destinasi dan produk pariwisata baru berbasis budaya dan berpihak kepada rakyat yang terintegrasi antar kabupaten/kota se Bali.
14. Meningkatkan promosi pariwisata Bali di dalam dan di luar negeri secara bersinergi antar kabupaten/kota se-Bali dengan mengembangkan inovasi dan kreatifitas baru.
15. Meningkatkan standar kualitas pelayanan kepariwisataan secara konprehensif.
16. Membangun dan mengembangkan pusat-pusat perekonomian baru sesuai dengan potensi kabupaten/kota di Bali dengan memperdayakan sumber daya lokal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dalam arti luas.
17. Membangun dan mengembangkan industri kecil dan menengah berbasis engebudaya (branding Bali) untuk memperkuat perekonomian Krama Bali.
18. Meningkatkan pembangunan infrastruktur (darat, laut, dan udara) secara terintegrasi serta konektivitas antar wilayah untuk mendukung pembangunan perekonomian serta akses dan mutur pelayanan publik di Bali.
19. Mengembangkan sistem keamanan terpadu yang ditopang dengan sumber daya manusia serta sarana prasarana yang memadai untuk menjaga keamanan daerah dan Krama Bal serta keamanan para wisatawan.
20. Mewujudkan kehidupan Krama Bali yang demokratis dan berkeadilan dengan memperkuat budaya hukum, budaya politik dan kesetaraan gender dengan memperhatikan nilai-nilai budaya Bali.
21. Mengembangkan tata kehidupan Krama Bali, menata wilayah, dan lingkungan yang hijau, indah, dan bersih.
22. Mengembangkan sistem tata kelola pemerintahan daerah yang efektif efisien, terbuka, transparan, akuntabel dan bersih serta meningkatkan pelayan publik terpadu yang cepat, pasti dan murah.

## Arti Lambang Diskominfos

Berikut merupakan logo dari Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistik Provinsi Bali



Gambar 2.1 Lambang Diskominfos Bali

Adapun arti dari lambang Diskominfos Bali adalah sebagai berikut :

1. **Arti Lambang**
2. Lambang Daerah Provinsi Bali berbentuk segi lima dengan warna dasar biru tua dengan garis pinggir putih.
3. Tulisan : BALI DWIPA JAYA, artinya : Jayalah Pulau Bali.
4. Di dalam segi lima itu terdapat lukisan-lukisan yang merupakan unsur-unsur lambang sebagai berikut :

* Bintang Kuning Emas

Bintang Kuning Emas bersegi lima melambangkan Ketuhanan Yang Maha Esa.

* Candi

Candi itu adalah Candi Pahlawan Margarana di Klaci Desa Marga (Tabanan). Candi ini menggambarkan jiwa kepahlawanan rakyat Bali khususnya dan rakyat Indonesia umumnya.

* Candi Bentar

Candi Bentar yang artistik merupakan lambang keagamaan yang agung dari rakyat Bali.

* Rantai

Rantai melintang dari kiri ke kanan melambangkan Persatuan (Gotong Royong).

* Kipas

Kipas melambangkan kesenian/kebudayaan Daerah Bali.

* Bunga Teratai

Bunga Teratai merah adalah lambang dari Singgasana Siwa.

* Padi dan Kapas

Padi dan Kapas melambangkan kemakmuran.

1. **Ketentuan Warna**
2. Dasar lambang biru tua.
3. Bintang, Candi, Candi Bentar, Pinggir padi dan Kapas, serta Kipas dengan warna kuning emas.
4. Rantai, Padma, dan Boma dengan warna merah tua.
5. Dasar tulisan, bunga kapas, buah padi, sekeliling lambang dengan warna putih.
6. Tulisan BALI DWIPA JAYA dengan warna biru tua.
7. **Arti Warna**
8. Warna dasar biru tua mengandung arti toleransi.
9. Warna kuning emas mengandung arti luhur/agung
10. Warna merah mengandung arti keperwiraan.
11. Warna putih mengandung arti suci.

## Stuktur Organisasi

Berikut merupakan struktur organisasi pada Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistik Provinsi Bali :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Diskominfos Bali

## Tugas dan Fungsi

Berikut merupakan tugas pokok dan fungsi dari Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistik Provinsi bali :

### Tugas Pokok

Sesuai dengan Peraturran Gubernur Bali Nomor 25 Tahun 2023 Tentang Perubahan Atas Peraturan Gubernur Nomor 71 Tahun 2022 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Perangkat Daerah Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Bali disebutkan bahwa Dinas mempunyai tugas membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintahan bidang komunikasi, informatika, statistik dan persandian yang menjadi kewenangan daerah, serta melaksanakan tugas dekonsentrasi sampai dengan dibentuknya Sekretariat Gubernur sebagai Wakil Pemerintah Pusat dan melaksanakan tugas pembantuan sesuai bidang tugasnya.

### Fungsi

Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Perumusan Kebijakan teknis dibidang Komunikasi, Informatika, Statistika dan Persandian yang menjadi kewenangan Provinsi.
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian yang menjadi kewenangan Provinsi.
3. Penyelenggaraan administrasi Dinas bidang komunikasi, informatika, Statistik dan Persandian.
4. Penyelenggaraan evaluasi dan pelaporan Dinas; dan
5. Penyelenggaraan fungsi lain yang diberikan oleh Gubernur terkait dengan tugas dan fungsinya.

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

# LANDASAN TEORI

## Defenisi Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainnya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan dapat dinilai dengna berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Mengutip pendapat Mahmudi yang menyebutkan bahwa Efektivitas merupakan hubungan antara *Output* dengan tujuan. Semakin besar kontribusi (sumbangan) *Output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Berdasarkan pendapat tersebut, bahwa efektivitas mempunyai hubungan timbal balik antara *Output* dengan tujuan. Semakin besar kontribusi *Output*, maka semakin efektif suatu program atau kegiatan .[5]

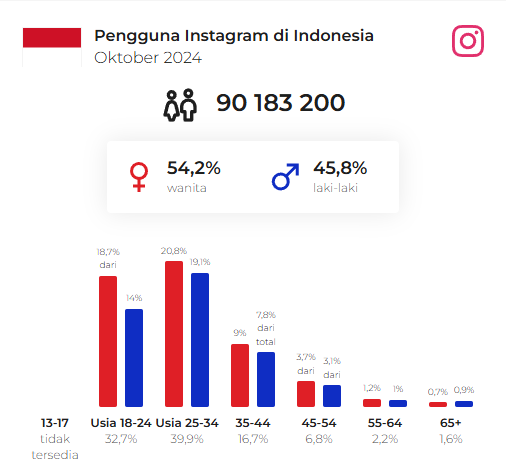
## Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri dalam bentuk *feed* dan *Story* [6]*.* Instagram adalah kata yang berasal dari ‘insta’ atau bisa juga ‘instan’ hal ini dikarenakan instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada teman-teman terdekat secara mudah dan instan. Karena diinstagram ada fitur kamera palaroid yang berfungsi untuk foto dan membagikan foto kepada teman-teman beserta pengikut instagram. Dan kata ‘gram’ mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata ‘telegram; yang mempunyai makna seperti telegram. Dikarenakn telegram sangat cepat didalam mengirimkan informasi kepada seseorang. Begitu pula dengan instagram, di instagram kita dapat mengirimkan informasi berupa foto kepada seseorang [7].

Menurut Bambang, instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yabng dapat membuat foto menjadi lebih artistik dan menjadi lebih bagus [8].

Sistem pertemanan instagram menggunakan kata *followers* dan *following* atau diikuti dan mengikuti. Interaksi antar pengguna dapat terjadi dengan memberikan komentar atau respon menyukai terhadap foto maupun video uang dibagikan [9]. Instagram baru-baru ini menambahkan dua fitur baru dalam aplikasinya, yaitu Reels dan Instagram Reels. Kedua fitur ini telah diluncurkan di beberapa negara sebelumnya, dan di Indonesia diluncurkan pada 23 Juni 2021. Menurut Pieter Lydian, Country Director Facebook Indonesia, Instagram awalnya adalah platform berbagi foto, namun kini telah berkembang menjadi tempat berbagi kreativitas dengan berbagai fitur seperti Stories, IG TV, IG Live, AR Filter, serta fitur terbaru Reels dan Instagram Music. Fitur Reels adalah video pendek yang mirip dengan TikTok, sedangkan Instagram Music memungkinkan pengguna menyisipkan lagu ke dalam video Stories. Kesimpulannya, Instagram kini adalah aplikasi media sosial dengan banyak fitur beragam.

Instagram telah mengembangkan banyak f*itur* seiring berjalannya waktu yang bermanfaat bagi penggunannya, tidak hanya untuk berbagi foto dan video pribadi, tetapi juga digunakan oleh instansi dan pelaku bisnis untuk memperkenalkan dan memasarkan perusahaan mereka. Menurut data dari *Napoleon Cat¸* pada bulan Oktober 2024, jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 pengguna instagram di Indonesia yang merupakan 31,9% dari seluruh populasinnya. Mayoritas dari mereka adalah wanita -54,2%. Pengguna terbesar adalah masyarakat berusia 25 hingga 34 tahun (36.000.000). perbedaan tertinggi antara pria dan wanita terjadi pada kelompok umur 18 sampai 24 tahun, di mana wanita unggul dengan selisih 12.600.000 [10].



Gambar 3.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : napoleoncat.com

## Defenisi Keterlibatan Publik

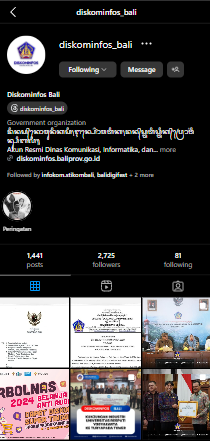
Keterlibatan publik adalah proses dimana perhatian publik, kebutuhan, dan nilai-nilai dimasukan ke dalam pengambilan keputusan pemerintah dan perusahaan. Ini adalah komunikasi dan interaksi dua arah, dengan tujuan keseluruhan keputusan yang lebih baik yang didukung oleh publik [11]. Menurut Pusat Koordinasi Nasional untuk Keterlibatan Publik Inggris, Keterlibaran publik menggambarkan berbagai cara di mana aktivitas dan manfaat pendidikan tinggi dan penelitian dapat dibagikan kepada publik. Keterlibatran menurut defenisinnya adalah proses dua arah, yang melibatkan interaksi dan mendengarkan, dengan tujuan menghasilkan manfaat bersama. Keterlibatan publik merupakan aspek penting dalam respons terhadap perubahan iklim. Pencapaian perubahan sosial yang cepat dengan persetujuan dan partisipasi masyarakat membutuhkan komunikasi yang efektif dan keterlibatan aktif masyarakat.

Partisipasi pubik berlaku untuk keputusan adminstratif yaitu, yang biasanya dibuat oleh lembaga (dan kadang-kadang oleh organisasi swasata), bukan pejabat atau hakim yang dipilih. Partisipasi masyarakat tidak hanya sekedar memberikan informasi kepada masyarakat. Ada interaksi antara organisasi pembuat keputusan dan orang-orang yang ingin berpartisipasi. Ada proses yang terorganisir untuk melibatkan masyarakat. Bukan sesuatu yang terjadi secara kebetulan atau kebetulan. Para peserta memiliki beberapa tingkat dampak atau pengaruh pada keputusan yang dibuat [11]. Keterlibatan masyarakat merupakan perluasan praktik demokrasi yang melampaui sekadar pemberian suara warga dalam pemilihan umum atau kehadiran mereka dalam rapat. Keterlibatan masyarakat paling efektif apabila strategi direncanakan, prosesnya autentik, warga merasa masukan mereka dihargai, dan prosesnya menghasilkan pengambilan keputusan yang matang.

# ANALISIS DAN PEMBAHASAN

## Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikmpulkan melalui observasi langsung terhadap akun instagram Diskominfos Bali. Fokus utama pengumpulan data adalah pada metrik *engangement*, yaitu jumlah likes, komentar, dan shares dari beberapa postingan yang dipilih selama periode tertentu. Data ini diambil untuk menganalisis keterlibatam publik terhadap konten yang dipublikasikan oleh akun tersebut.



Gambar 4. Akun Instagram Diskominfos Bali

Berikut merupakan detail singkat mengenai akun instagram tersebut :

Nama akun : @diskominfos\_bali (Diskominfos Bali)

Jumlah Pengikut : 2,725 Followers

Jumlah Postingan : 1,441 postingan

Jenis Akun : akun resmi pemerintah daerah

### Aktivitas Akun

Akun ini memiliki fokus utama untuk menyampaikan informasi terkait berbagai program, kebijakan, dan kegiatan yang dijalankan oleh pemerintah Provinsi Bali. Selain itu, akun ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai isu-isu terkini, seperti digitalisasi dan teknologi informasi. Dalam hal frekuensi posting, rata-rata dilakukan sekitar 3-4 kali per minggu untuk memastikan informasi yang disampaikan tetap relevan dan up-to-date. Berbagai fitur media sosial dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas ini, termasuk postingan reguler yang berbentuk foto dan video yang memuat informasi penting. Selain itu, instagram Stories juga digunakan untuk pengumuman singkat atau interaktif, seperti polling dan sesi tanya jawab, yang memungkinkan keterlibatan langsung dengan audiens. Instagram Reels dimanfaatkan untuk membagikan konten video pendek yang informatif dan menarik, sementara IGTV (jika digunakan) menjadi saluran untuk menyampaikan informasi lebih mendalam dalam format video yang lebih panjang.

### Kriteria Postingan yang Dikaji

Postingan yang dianalisis dipilih berdasarkan kriteria berikut :

1. Jenis Konten

Postingan dikategorikan dalam beberapa jenis konten, seperti edukasi informasi, sosial, atau promosi. Setiap jenis konten dipilih untuk melihat bagaimana setiap kategori memengaruhi keterlibatan dan penyebaran informasi yang sesuai dengan tujuan utama akun, yaitu untuk memberikan informasi dan edukasi kepada audiens.

1. Format Konten

Postingan dianalisis berdasarkan format yang digunakan, apakah berupa gambar, video, atau infografik. Format konten ini diperhatikan untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian pesan, apakah audiens lebih cenderung merespon gambar, video, atau informasi yang disajikan melalui infografik.

1. Jumlah Interaksi

Postingan dipilih berdasarkan jumlah interaksi yang diterima, baik yang tertinggi maupun terendah selama periode tertentu. Kriteria ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana audiens merespon konten yang diposting, melihat jenis konten dan format mana yang menghasilkan keterlibatan terbanyak, serta menentukan jenis konten yang kurang efektif.

### Fokus pengumpulan Data Engangement

Data engangement yang dikumpulkan meliputi beberapa indikator yang menggambarkan sejauh mana audiens berinteraksi dengan konten yang diunggah, antara lain :

1. Jumlah Likes

Indikator ini menunjukan respons langsung dari pengguna terhadap konten yang diposting. Banyaknya likes memberikan gambaran tentang tingkat penerimaan dan apresiasi audiens terhadap konten yang disajikan. Semakin banyak likes, semakin tinggi tingkat minat dan persetujuan audiens terhadap konten tersebut.

1. Jumlah Komentar

Jumlah komentar mencerminkan tingkat interaksi dan diskusi yang muncul dari konten yang dibagikan. Komentar yang diterima menunjukan seberapa jauh konten mendorong audiens untuk memberikan pendapat atau bertanya lebih lanjut, yang juga dapat menjadi indikator seberapa relevan atau menarik topik yang dibahas.

1. Jumlah Shares

Data ini menunjukan seberapa sering konten dibagikan oleh pengguna kepada audiens lain. Semakin banyak konten yang dibagikan, semakin luas jangkauan informasi yang disampaikan, serta menunjukan tingkat kepercayaan dan ketertarikan audiens untuk membagikan informasi tersebut kepada orang lain.

1. Jumlah Views

Untuk konten berbasis video, jumlah views menjadi ukuran tambahan yang penting. Jumlah tampilan atau views memberikan gambaran tentang seberapa banyak orang yang telah melihat konten video tersebut. Ini membantu dalam mengevaluasi popularitas dan daya tarik video yang diunggah, serta apakah konten tersebut berhasil menarik perhatian audiens untuk menontonnya sampai selesai.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. W. Lidara, “EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOPKU\_ SEBAGAI MEDIA INFORMASI ONLINE KOTA PEKANBARU,” Riau, 2022.

[2] S. Abdilah and H. Purnamasari, “EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN KARAWANG,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, vol. 10, no. 2, pp. 334–350, May 2024.

[3] R. Ikrima Sari and I. Suprabowo, “EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @kominfodiy TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DALAM PERSPEKTIF ISLAM,” vol. 2, no. 2, pp. 18–36, Dec. 2022, [Online]. Available: https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar

[4] H. Saraswati, “EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @INFOSERANG DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS,” *Telkom University*, 2022.

[5] M. F. Amal, “EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK FASHION (Studi Pada Toko @thedonshouse di Enggal Bandar Lampung),” Universitas Islam Negeri, Lampung, 2023.

[6] D. A. Humaida, “Penggunaan Akun Instagram Sebagai Eksistensi Diri Siswa SMAN 8 Kota Kediri,” Institusi Agama Islam Negeri Kediri, Kediri, 2020.

[7] dix prabowo, “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSEPRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN,” Universita Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, 2020.

[8] fifit difika, “Dakwah melalui Instagram (studi analisis materi dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham),” universitas islam negri walisongo, semarang, 2016.

[9] Christabel, “PENGARUH TERPAAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORENUSAPENIDA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG FOLLOWERS PADA ERA NEW NORMAL,” Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, 2022.

[10] napoleoncat, “Instagram users in Indonesia October 2024,” napoleoncat.

[11] K. U. Noer, *Partisipasi Publik*. Bekasi: Perwatt, 2022.