

**PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @kemendagri SEBAGAI MEDIA
PUBLIKASI DAN INFORMASI PUBLIK**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
pada Badan Pengelola Kampus di Luar Kampus Utama (BPK2U)
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Yosua Suranta
NIM. 40011222066041

**D3 HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
BADAN PENGELOLA KAMPUS DI LUAR KAMPUS UTAMA
(BPK2U)
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

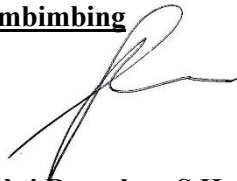
Nama Mahasiswa : Yosua Suranta
NIM : 40011222066041
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
Judul Tugas Akhir : **Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram
@kemendagri Sebagai Media Publikasi dan
Informasi Publik**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang pada Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui Oleh :

Tanggal : Semarang, 24 April 2025

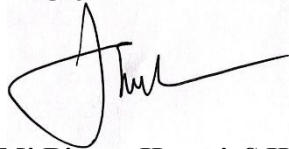
Pembimbing



Rukti Rumekar, S.Hum., M.I.Kom.
NPPU.H.7.199412012021082001

Tanggal : Semarang, 24 April 2025

Penguji

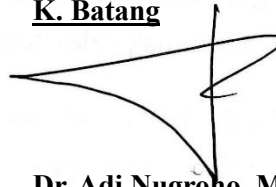


Mj Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom
NPPU.H.7.199112102021081001

Disahkan Oleh :

Tanggal : Semarang, 24 April 2025

Ketua Program Studi
D3 Hubungan Masyarakat
K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si.
NIP. 196510171993111001

MOTTO

Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari
(Matius 6:34)

Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu, dan tidak ada rencana-Mu yang gagal
(Ayub 42:2)

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang
(Amsal 23:18)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Diploma III Hubungan Masyarakat K. Batang Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro dengan judul **“PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kemendagri SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DAN INFORMASI PUBLIK.”**

Penulis dalam menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir mendapatkan bimbingan, motivasi, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang ada di lingkungan penulis, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Adi Nugroho, M.Si., selaku Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.
2. Rukti Rumekar, S.Hum., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberikan masukan, wawasan, dan saran untuk kelancaran penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.
4. Seluruh staff Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia yang dengan lapang hati telah menerima, membimbing, dan memberikan ilmu selama penulis melaksanakan kegiatan magang hingga pengerjaan Tugas Akhir.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Darma Putra Sembiring dan Ibu Mariana Tarigan. Orang hebat yang selalu menjadi penyemangat penulis, sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, berkat doa dan dukungan Bapak dan Mamak, penulis bisa berada di titik ini.

6. Kepada saudara kandung penulis, Suci Sembiring, Surya Sembiring, dan Kezia Sembiring. Terimakasih atas segala doa, support, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Kepada Bapak Ricardo Ginting dan Ibu Betty Rita Sitepu selaku *Kila* dan *Bibik* yang penulis anggap sebagai rumah kedua. Terimakasih atas kasih sayang, dukungan, motivasi, doa yang terbaik selama penulis menjalani perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir.
8. Wanita dengan NIM. 40011121060040 a/n Graceita Zefanya, selaku kekasih penulis yang memberikan semangat, saran, sekaligus menjadi *partner* setia penulis dalam segala situasi.
9. Novia Chicilia Ginting dan Aquila Imanta Ginting, dua bersaudara yang sungguh amat berkesan bagi penulis sejak penulis memperjuangkan Perguruan Tinggi Negeri hingga penulis menyelesaikan program studi. *Shine and grow up together for us, God bless our future.*
10. Ebenezer Ginting, Devi Tarigan, Erik Christanto, Efendi Sembiring, Andico Sitepu, Stenly William Palallo, Gerald Palallo, Dendy Ampulembang, Robertus Belarino, Yohanes Yoses, Jovan Rizaldi, Edwin Manalu, Faiz Gusnanda, Audi Akbari, Dije Yagata Sembiring, Evi Naibaho, Zefanya Vionena, Keisya, Ardika Surya, Amelia Sinaga, Vindi, Nazwa, Theody Christian Purba, Abimanyu, Kost Toba Tembalang. Selaku sepupu serta teman terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan warna-warni kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir.
11. Permata GBKP Rg Semarang dan GBM Bandar yang menjadi wadah pelayanan serta tempat iman penulis bertumbuh selama menjalani perkuliahan di perantauan.
12. Seluruh teman-teman Program Studi Hubungan Masyarakat K. Batang Angkatan 2022 yang sudah berjuang bersama-sama selama menjalani perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kekuatan, dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri Sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik ”. Tugas Akhir ini merupakan syarat wajib bagi setiap mahasiswa agar dapat menyelesaikan program studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.

Penelitian ini berkaitan dengan Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri Sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik yang terdiri dari empat bab. Bab 1 terdiri dari latar belakang penelitian. Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian, dan metode penelitian. Bab 2 terdiri dari *State of The Art* (penelitian terdahulu), definisi konseptual, kerangka teori, operasionalisasi konsep, profil instansi Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Bab 3 membahas deskripsi objek penelitian dan Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri. Bab 4 terdiri dari simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

Dengan demikian, pembaca dapat mengetahui bagaimana Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @kemendagri Sebagai Media Publikasi dan Informasi Publik. Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis berharap bahwa Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulisan selanjutnya.

Semarang, 23 Maret 2025



Yosua Suranta
NIM. 40011222066041

ABSTRAK

Pengelolaan media sosial adalah suatu proses atau cara yang bertujuan agar media sosial tersebut dapat berjalan efektif dan efisien. Pada penelitian ini menganalisis bagaimana pengelolaan konten media sosial Instagram @kemendagri sebagai media publikasi dan informasi publik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori 4C yang dikemukakan oleh Chris Heuer meliputi *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Hasil dari penelitian ini adalah dalam pengelolaan Instagram @kemendagri belum sepenuhnya menerapkan sistem pengelolaan media sosial yang dicakup pada teori 4C, dimana dalam penerapannya media sosial Instagram @kemendagri masih berpatokan pada arahan pimpinan dalam merancang konteks konten, tidak adanya komunikasi dan koneksi antara pengelola dengan pengikut melalui komentar atau *direct message* (DM), namun memiliki kolaborasi yang baik antar internal tim media sosial dalam mengelola akun Instagram @kemendagri. Dapat disimpulkan konten akun Instagram @kemendagri berfokus pada *branding* pimpinan saja.

Kata Kunci: pengelolaan, konten, Instagram, Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, informasi publik

ABSTRACT

Social media management is a process or method that aims to make social media run effectively and efficiently. This research analyzes how @kemendagri Instagram social media content is managed as a publication and public information medium. The research method used is descriptive qualitative. The theory used in this research is the 4C theory proposed by Chris Heuer including context, communication, collaboration, and connection. The results of this study are that the management of Instagram @kemendagri has not fully implemented the social media management system included in the 4C theory, where in its application, Instagram @kemendagri social media is still based on the leadership's direction in designing the content context, the absence of communication and connection between managers and followers through comments or direct message (DM), but has good collaboration between internal social media teams in managing the @kemendagri Instagram account. It can be concluded that the content of the @kemendagri Instagram account focuses on leadership branding only.

Keywords: *management, content, Instagram, Ministry of Home Affairs of the Republic of Indonesia, public information*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.4.3 Manfaat Sosial	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
1.6 Metode Penelitian	14
1.6.1 Subjek Penelitian	15
1.6.2 Jenis Data dan Sumber Data	15
1.6.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	16
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PROFIL INSTANSI	18
2.1 <i>State of The Art</i>	18
2.2 Kerangka Teori	25
2.2.1 Pengelolaan Media Sosial	25
2.3 Operasionalisasi Konsep	26
2.3.1 Strategi pemetaan konsep konten	26
2.3.2 Responsifitas dalam membalas komentar dan <i>direct messege</i> (DM)	27
2.3.3 Aktif menggunakan Instagram <i>story</i>	27

2.4 Profil Instansi.....	28
2.4.1 Sejarah Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.....	28
2.4.2 Visi dan Misi.....	29
2.4.3 Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.....	30
2.4.4 Tugas dan Fungsi Pokok Sub Koordinator Substansi Humas Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.....	33
2.4.5 Struktur Organisasi Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.....	34
BAB 3 HASIL PEMBAHASAN.....	35
3.1 Berdirinya akun Instagram Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.....	36
3.2 Strategi Pemetaan Konsep dan Konteks Konten.....	38
3.3 Responsifitas dalam membalas komentar dan <i>direct messege</i> (DM)	41
3.4 Keaktifan Dalam Menggunakan Instagram <i>story</i>	44
3.5 <i>Context</i> (Konteks).....	46
3.6 <i>Communication</i> (Komunikasi).....	46
3.7 <i>Collaboration</i> (Kolaborasi).....	47
3.8 <i>Connection</i> (Koneksi).....	47
BAB 4 PENUTUP.....	48
4.1 Simpulan.....	48
4.2 Keterbatasan Penelitian.....	50
4.3 Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>State of The Art</i>	18
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2024.....	1
Gambar 1.2 Akun Instagram @kemendagri.....	4
Gambar 1.3 Beranda Feeds akun Instagram @kemendagri.....	5
Gambar 1.4 Data yang yang mengetahui akun Instagram @kemendagri.....	6
Gambar 1.5 Data penilaian terhadap konten Instagram @kemendagri	7
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia	34
Gambar 3.1 Alur pengunggahan konten Instagram @kemendagri	40
Gambar 3.2 Kolom komentar akun Instagram @kemendagri	43
Gambar 3.3 Unggahan di Instagram <i>story</i> @kemendagri.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	54
Lampiran 2 Lembar <i>Interview Guide</i>	55
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	58
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	68