

**DIGITAL *COMMUNICATION* PEMERINTAH
KABUPATEN BATANG DALAM
MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI
AKUN INSTAGRAM KOMINFO BATANG**



TUGAS AKHIR

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

Disusun oleh:
Freza Ediyana Junnada Putra
NIM. 40011221060053

**DIII HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
BADAN PENGELOLA DILUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Freza Ediyana Junada Putra

NIM : 40011221060053

Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat K. Batang

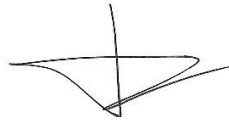
Judul : **DIGITAL *COMMUNICATION* PEMERINTAH KABUPATEN
BATANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI
MELALUI AKUN INSTAGRAM KOMINFO BATANG**

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Diploma III Public Relations Kampus Batang pada Badan Pengelola di Luar Kampus Utama (BPK2U), Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh:

Tanggal 26 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Adi Nugroho, M.Si.

NIP.196510171993111001

Tanggal 26 Juni 2025

Penguji



Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom., M.I.Kom

NPPU. H.7.198710212021081001

Disahkan oleh:

Tanggal 26 Juni 2025

Ketua Program Studi

DIII Hubungan Masyarakat K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si.

NIP.196510171993111001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “*DIGITAL COMMUNICATION* PEMERINTAH KABUPATEN BATANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI AKUN INSTAGRAM KOMINFO BATANG” ini dengan baik.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan kontribusi berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan dan dukungannya:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, ibu Sri Puji Susianti dan Bapak Edi Mulyanto dan gelar ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis tercinta. Semoga bapak dan ibu saya diberi umur panjang dan diperlancar rezekinya.
3. Dwi Erni Agustanti / tante yang selalu memberikan dukungan secara moril serta selalu memberikan dorongan dan semangat.
4. Ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat BPK2U Batang Dr. Adi Nugroho, M. Si.
5. Mas Adi Nugroho, M. Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran serta petunjuk dan bimbingan kepada penulis.
6. Mas Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom, M.I.Kom. yang sudah membantu penulis dalam bimbingan intensif.
7. Seluruh Dosen dan pegawai di BPK2U Batang.
8. Untuk sahabat penulis Ahmad Rizki Subagia dan Dwi Nafisatun dan kedua adik penulis Ufaira Fabian Putri dan Faiza Julinta Putri.
9. Serta teman satu kampus Abi Rafdy, Hendra Permana, Wildan, Amru Hilmanov, Vino, Afrizal, Mila, Devia.
10. Seluruh jajaran staf Diskominfo Kabupaten Batang.

11. Terimakasih kepada semua teman seperjuangan DIII Hubungan Masyarakat angkatan 2021 yang tidak bisa disebut satupersatu. Semoga kalian menjadi orang yang sukses dimanapun kalian berada.

Semarang, Juni 2025

Penulis

Freza Ediyan Junnada Putra

40011221060053

MOTTO

“ Jadilah Versi Terbaik Dari Dirimu Setiap Hari ”

KATA PENGANTAR

Dengan rasa terima kasih yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, berkah, dan bimbingan-Nya., saya berhasil menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“DIGITAL *COMMUNICATION* PEMERINTAH KABUPATEN BATANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MELALUI AKUN INSTAGRAM KOMINFO BATANG”**

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan program Diploma III Hubungan Masyarakat pada Badan Pengelola Kampus di Luar Kampus Utama (BPK2U) Batang, Universitas Diponegoro. Karya ini terdiri dari empat bab utama yang mencakup uraian latar belakang masalah, kajian teori, hasil analisis data, serta penarikan kesimpulan dan pemberian rekomendasi.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan serta.

Walaupun dalam proses penyusunan ini masih terdapat kekurangan, penulis sangat terbuka terhadap masukan dan kritik yang bersifat membangun. Harapannya, Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Batang.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas implementasi media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Batang dalam menyebarkan informasi berbasis publik kepada masyarakat. Metode penelitian ini menggunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi konten media sosial pada akun *instagram* @kominfobatang. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengidentifikasi motivasi audiens dalam mengakses informasi, serta teori Grunig dan Hunt untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan secara aktif sebagai kanal komunikasi visual pemerintah dengan jenis konten yang beragam, mulai dari informasi kebijakan, kegiatan sosial, hingga pembangunan infrastruktur. Namun, interaksi pengguna masih rendah dibandingkan jumlah pengikut, yang menunjukkan perlunya optimalisasi komunikasi dua arah. Oleh karena itu, peran humas perlu lebih ditingkatkan dalam strategi digital yang interaktif agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan membangun relasi yang kuat dengan publik.

Kata Kunci: Komunikasi Digital, Instagram, Diskominfo, *Uses and Gratification*, Grunig dan Hunt, Humas Pemerintah

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of Instagram as a social media platform used by the Department of Communication and Informatics (Diskominfo) of Batang

Regency in disseminating public-based information to the community. The research method used in this study is descriptive qualitative with a case study approach through content observation of social media on the Instagram account @kominfobatang. The study applies the Uses and Gratification theory to identify audience motivations and Grunig and Hunt's model to evaluate the communication strategy. The findings reveal that Instagram is actively used as a visual communication channel by the local government, delivering content such as policy information, social activities, and infrastructure updates. However, the engagement rate remains low compared to the number of followers, indicating a lack of two-way communication. Therefore, the public relations role should be further enhanced through interactive digital strategies to effectively convey information and build stronger public relations.

Keywords: Digital Communication, Instagram, Diskominfo, Uses and Gratification, Grunig and Hunt, Government PR

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Tipe Penelitian.....	7
1.6.2 Subjek Penelitian.....	7
1.6.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	8
1.6.3.1 Sumber Data Primer	8
1.6.3.2 Sumber Data Sekunder.....	8
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	8
1.6.4.1 Wawancara (<i>Interview</i>)	8
1.6.4.2 Dokumentasi	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PROFIL INSTANSI.....	9
2.1 <i>State of The Art</i>	9

2.1.1	Penelitian Terkait Penggunaan Media Sosial Instagram Pada institusi Pemerintahan	9
2.1.2	Penelitian Terkait Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Media Edukasi.....	9
2.1.3	Penelitian Terkait Komunikasi Pembangunan Melalui Media Sosial <i>Instagram</i>	10
2.1.4	Penelitian Tentang <i>Instagram</i> Sebagai Media Penyampaian Aspirasi	11
2.1.5	Penelitian Pemanfaatan <i>Instagram</i> Sebagai Media Publikasi	12
2.2	Landasan Teoritis dan Konsep.....	12
2.2.1	Pengertian Media Sosial.....	12
2.2.2	Pengertian <i>Public Relations</i>	13
2.2.2.1	Peran <i>Public Relations</i>	15
2.2.2.2	Strategi <i>Public Relations</i>	15
2.2.3	<i>Theory Grunig n Hunt</i>	16
2.2.4	<i>Uses and Gratification Theory</i>	19
2.3	Oprasionalisasi Konsep	19
2.4	Profil Instansi	21
BAB III PEMBAHASAN		23
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3	Analisis Situasi	23
3.3.1	Memfaatkan Jejaring Sosial <i>instagram</i>	23
3.3.2	Menyebarkan informasi melalui <i>instagram</i>	24
BAB IV PENUTUP		35
4.1	Simpulan.....	35
4.2	Keterbatasan Penelitian	35
4.2.1	Rekomendasi Instansi.....	36
4.2.2	Rekomendasi Penelitian Lanjutan.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....		39
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penetrasi pengguna Internet pada tahun 2022-2023 ter-update	2
Gambar 1.2 Data wilayah Penerima Sinyal Internet Kab. Batang.....	3
Gambar 1.3 Akun Instagram Diskominfo Kab.Batang sebagai salah satu portal berita MEDSOS	4
Gambar 1.4 Data Viewers Postingan Berita pada Akun Instagram Diskominfo Kab. Batang	5
Gambar 3.1 Akun instagram Diskominfo Batang	23
Gambar 3.2 Postingan instagram @kominfobatang	24
Gambar 3.3 Postingan feed pada instagram @kominfobatang.....	25
Gambar 3.4 Postingan pada feed instagram @kominfobatang.....	27
Gambar 3.5 Postingan feed instagram @kominfobatang	28
Gambar 3.6 Postingan feed instagram @kominfobatang	29
Gambar 3.7 Postingan feed instagram @kominfobatang	30
Gambar 3.8 Postingan feed instagram @kominfobatang	32
Gambar 3.9 Postingan feed instagram @kominfobatang	33