



CONTENT: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES

Journal homepage: <https://cjcs.usu.ac.id>



Media Sosial Instagram Sebagai Pusat Informasi Kota Bandung (Analisis Isi pada Akun @humas_bandung)

Miftakhul Fikri¹

¹Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Maju

DOI: 10.32734/cjcs.v2i1.16174

Jalan Harapan No. 50, Lenteng Agung, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan

*Corresponding Author: miftahulfikri24@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 April 2024

Revised 18 May 2024

Accepted 20 May 2024

Available online 21 May 2024

E-ISSN: 3032-4440

How to cite:

Fikri, M. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Pusat Informasi Kota Bandung (Analisis Isi pada Akun @humas_bandung), *CONTENT: Journal of Communication Studies*, 2(1), 12-20.

ABSTRACT

This research aims to determine informative content from the @humas_bandung account aimed at the people of Bandung City. The @humas_bandung account on Instagram is one of the accounts managed by the Bandung City Department which seeks to become an information center regarding all official information in the City of Bandung. This research uses the content analysis method from Krippendoff so that we can identify posts from the @humas_bandung account that relate to informative content. The results of this research show that the @humas_bandung account on Instagram is the information center for the city of Bandung where you can find lots of interactions in the form of likes and comments from every post on the @humas_bandung account. Apart from that, posts from the @humas_bandung account can be managed well by the Bandung City Department so that informative content can be found such as important events in Bandung City, appeals or outreach from the Bandung City Government Department as well as information about doing anticipation for the people of Bandung City.

Keyword: Social Media, Instagram, Information Center, Content Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten-konten informatif dari akun @humas_bandung yang ditujukan kepada masyarakat Kota Bandung. Akun @humas_bandung di Instagram merupakan salah satu akun yang dikelola oleh Dinas Kota Bandung yang berupaya untuk menjadi pusat informasi terkait segala informasi resmi di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dari Krippendoff agar bisa diketahui postingan-postingan dari akun @humas_bandung yang berkaitan dengan konten-konten informatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @humas_bandung di Instagram menjadi pusat informasi Kota Bandung dimana bisa ditemukan banyaknya interaksi berupa like dan komentar dari setiap postingan akun @humas_bandung. Selain itu, postingan-postingan dari akun @humas_bandung bisa dikelola dengan baik oleh Dinas Kota Bandung sehingga ditemukan konten-konten informatif seperti peristiwa-pristiwa penting yang ada di Kota Bandung, himbauan atau sosialisasi dari Dinas Pemerintahan Kota Bandung serta informasi antisipasi atau pencegahan untuk masyarakat di Kota Bandung.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Pusat Informasi, Analisis Isi



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

<http://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>

1. Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu gambaran nyata dari penggunaan teknologi dalam bidang informasi. Media sosial juga merupakan alat yang dapat memungkinkan pengguna berinteraksi secara tidak terbatas, membangun relasi dan bekerja sama sampai berkomunikasi tanpa adanya tatap muka. Kehadiran media sosial seperti Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten apapun seperti profil, aktifitas atau bahkan reaksi dari pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di tengah-tengah masyarakat khususnya di kalangan anak muda dimana mereka berinteraksi dalam keluarga menggunakan media sosial (Utami, 2021). Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya. Instagram berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet.

Instagram merupakan salah satu aplikasi di smartphone yang digunakan oleh pengguna untuk berbagi informasi berupa postingan ataupun foto-foto suatu kejadian (Rini, 2018). Pada Instagram, pengguna yang memiliki banyak followers disebut dengan selebgram. Selebgram adalah selebritis Instagram dimana ada suatu kemunculan suatu akun Instagram yang dimiliki oleh seseorang untuk mempresentasikan budaya partisipatif (Krisnawati, 2017). Jika seseorang menjadi terkenal lewat akunnya di Instagram maka namanya menjadi terkenal dan pasti akan mendapat banyak keuntungan. Bisa menjadi public figure bisa juga mendapat banyak koneksi dan menjadi selebgram bisa memperoleh banyak endorsement dari berbagai brand dan toko online.

Ada penelitian sebelumnya yang membahas suatu akun Instagram yang digunakan untuk media promosi (Suteja et al., 2020). Hasil penelitiannya ditemukan bahwa akun Instagram yaitu @premature.indonesia bisa membantu organisasi dalam menyajikan promosi secara efisien seperti pesan yang informatif, menarik dan persuasif. Selain itu, ada juga suatu akun Instagram yang digunakan sebagai media open trip dan jasa titip barang dari luar negeri pada saat era pandemi (Anisyahrini et al., 2023). Hasil temuannya didapatkan dari akun @jengmimarikmacitralestari digunakan sebagai akun yang memudahkan open trip dan jasa titip kepada para pengguna media sosial sehingga diketahui cara pengelolaan akun Instagram yang efektif menawarkan jasa open trip dan jasa titip yang lebih efektif di era pandemi.

Berkaitan dengan pengelolaan Instagram maka saat ini sudah banyak bermunculan suatu akun Instagram yang menjadi influencer atau akun dianggap bisa memberikan pengaruh kepada pengguna Instagram. Ada penelitian sebelumnya seperti akun dokter di Instagram yang bisa mengedukasi terkait pencegahan Covid-19 (Lisanto et al., 2023). Penelitian menghasilkan temuan yaitu akun @dr.tirta bisa memberikan pengaruh yang efektif kepada akun-akun lain dimana ada konten edukasi pencegahan Covid-19 terkait dengan informasi umum tentang Covid-19 dan informasi vaksin. Selain itu, ada pula suatu akun Instagram yang bisa dikelola untuk membangun persona branding seseorang (Cahayani & Oktafiani, 2023). Hasil penelitiannya yaitu akun Instagram beauty vlogger milik sandra membangun personal branding dengan cara perencanaan konten yang sesuai dengan permasalahan dan visualisasi konten yang menarik.

Membahas terkait Instagram juga tidak kalah menarik terkait dengan suatu permasalahan yang diungkapkan di Instagram. Seperti contohnya dari penelitian yang membahas cyberbullying di Instagram (Rachmayanti & Candrasari, 2022). Hasil penelitiannya yaitu ada interaksi yang menarik perhatian terkait di perilaku bullying di Instagram dimana akun @lambeturah memposting konten yang menyerang kepada akun @nissa_sabyan sehingga akun nissa sabyan menjadi korban *bullying*. Selain itu, ada permasalahan lain di Instagram seperti suatu akun Instagram yang bisa melancarkan segala upaya komunikasi politiknya (Alvin, 2023). Penelitiannya dihasilkan akun Instagram @jokowi yang memposting konten masif dimana setiap postingannya memiliki unsur emosional dan bisa berhasil berpengaruh kepada keberhasilan komunikasi politik. Hal tersebut terbukti pada unggahan postingan akun @jokowi yang menampilkan tamu-tamu G20 dengan emosi gembira dan tenang.

Penelitian-penelitian diatas sudah membahas banyak pembahasan terkait fenomena suatu akun Instagram. Akan tetapi sampai saat ini belum banyak akun Instagram yang dijadikan sebagai suatu pusat informasi. Suatu akun Instagram bisa menjadi pusat informasi bagi pengguna lain apabila akun tersebut kredibel dalam penyampaian konten-kontennya sehingga selanjutnya suatu akun bisa mempromosikan kontennya (Faisal & Rohmiyati, 2017; Maharani & Djuwita, 2020; Tsaqila et al., 2023). Penelitian tersebut memberikan fenomena kebaruan penelitian bahwa Instagram bisa dijadikan sebagai media pusat informasi dan promosi pada suatu instansi dinas pemerintahan. Hal tersebut jika dikaitkan dengan penelitian ini maka terdapat permasalahan penelitian terkait dengan konten informasi apa saja yang muncul sehingga bisa suatu akun Instagram @humas_bandung dianggap menjadi pusat informasi dari Kota Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui konten informatif apa saja dari akun @humas_bandung yang bisa dijadikan pusat informasi Kota Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis isi dari Krippendoff untuk mengetahui konten-

konten informatif dari akun *@humas_bandung*. Setelah itu akan diketahui pembagian konten apa saja dari akun *@humas_bandung* yang menjadi acuan pusat informasi di Kota Bandung.

Penelitian ini menentukan teori dan beberapa konsep yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Teori yang digunakan ialah analisis isi dan konsep-konsep penelitian seperti media sosial dan Instagram. Analisis isi dari Krippendorff telah banyak digunakan peneliti sebelumnya untuk mengetahui lebih detail berkaitan dengan isi ataupun konten yang disebar oleh pembuat informasi. Analisis isi dilakukan dasarnya ialah menyeleksi konten lalu konten disesuaikan dengan relevansi penelitian. Analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk mengetahui konteks penggunaan dari data teks atau informasi yang dibuat oleh pembuat informasi (Krippendorff, 2004). Selain itu, analisis isi sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi informasi yang terkandung dalam teks dari suatu media (Eriyanto, 2001). Hal tersebut melandasi teori penelitian ini untuk mengungkapkan informasi apa saja yang bisa dimaknai dari postingan-postingan di suatu akun Instagram bisa berupa teks, foto ataupun gambarnya.

Konsep pendukung pada penelitian ini yaitu media sosial. Media sosial merupakan media yang digunakan oleh pengguna sebagai salah satu media yang bisa untuk berbagi informasi dan berinteraksi antar pengguna lain di ruang virtual (Kaplan & Haenlein, 2010). Selanjutnya media sosial termasuk ke dalam media baru. Dimana media baru merupakan komunikasi digital yang digunakan antar pengguna melalui teknologi komputer dan koneksi internet (Holmes, 2005). Konsep-konsep tersebut menjadi pemahaman bahwa saat ini media sosial memunculkan fenomena baru antar pengguna sebagai pembuat informasi untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi layaknya di kehidupan sehari-hari.

Konsep terakhir yaitu Instagram sebagai salah satu media sosial yang masih digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan pengguna lain. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan oleh pengguna untuk menampilkan konten atau informasi yang relevan dengan pengguna lain (Jason, 2014). Instagram juga dianggap sebagai salah satu aplikasi yang bisa digunakan oleh pengguna untuk merepresentasikan diri sehingga menampilkan konten untuk membentuk identitas diri sesuai dengan preferensi penggunanya (Vaknin, 2021). Dari penjelasan konsep tersebut maka bisa diambil pemahaman bahwa Instagram digunakan oleh pengguna untuk menampilkan konten atau informasi yang dimana setiap pengguna menyesuaikan kebutuhan atau preferensinya masing-masing.

Oleh karena itu, setelah melihat dari teori dan konsep-konsep yang telah dijelaskan maka analisis isi, media sosial dan Instagram bisa digunakan untuk menjadi landasan penelitian ini. Selanjutnya agar bisa diketahui secara teknis penelitian ini dilakukan oleh peneliti maka akan dijabarkan metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metodologi penelitiannya. Metode kualitatif merupakan suatu proses penelitian dengan hasil data berbentuk deskriptif berupa verbal ataupun non-verbal. Penelitian deskriptif kualitatif ialah suatu penelitian dengan maksud untuk mendeskripsikan peristiwa yang ada (Creswell, 2007). Fenomena yang dimaksud dapat berupa aktifitas karakteristik, bentuk, perubahan, hubungan, kesamaan dan juga perbedaan antar peristiwa atau fenomena satu sama lain. Fenomena pada penelitian ini yaitu terkait dengan ada suatu akun *@humas_bandung* yang dijadikan sebagai pusat informasi di Kota Bandung. Kota Bandung merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung melalui dinas pemerintahannya berusaha untuk memberikan ketersediaan data terkait informasi apapun di Kota Bandung kepada masyarakatnya. Selain itu, Kota Bandung dipilih oleh peneliti sebagai salah satu kota yang aktif menggunakan Instagram untuk memberikan kemudahan akses informasi apapun di Kota Bandung sehingga masyarakat akan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan Kota Bandung. Selanjutnya dari akun *@humas_bandung* akan dikumpulkan informasi secara terperinci dengan postingan-postingan yang telah dibuat oleh akun *@humas_bandung*. Dari hal tersebut nantinya akan dikumpulkan informasi yang rinci terkait dengan konten informatif apa saja yang menjadi rujukan masyarakat sehingga akun *@humas_bandung* dijadikan sebagai pusat informasi Kota Bandung.

Metode pengambilan data penelitian ini ialah observasi dan dokumentasi. Observasi dan dokumentasi merupakan salah satu metode pengambilan data yang sering digunakan pada penelitian kualitatif (Creswell, 2007). Observasi penelitian ini bisa dilakukan dengan melihat beberapa postingan-postingan di akun *@humas_bandung* sehingga diketahui subjek penelitian berupa beberapa informasi-informasi terkait kota

Bandung. Lalu dokumentasi berupa postingan-postingan yang dipilih disesuaikan dengan permasalahan penelitian ini yaitu konten-konten dari akun @humas_bandung yang menjadi pusat informasi Kota Bandung. Periode waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada waktu seleksi dan pemilihan postingan-postingan dari akun @humas_bandung yang disesuaikan dengan tujuan penelitian ini yaitu ditemukan konten-konten informatif. Selanjutnya perencanaan jumlah postingan yang diambil dari akun @humas_bandung ialah 3 postingan dikarenakan pemilihan postingan-postingan yang bisa menjelaskan konten informatif seperti konten kejadian penting atau bersejarah, konten sosialisasi dari dinas pemerintahan Kota Bandung serta konten informasi antisipasi atau pencegahan kepada masyarakat di Kota Bandung. Dengan begitu melalui metode pengambilan data tersebut, peneliti melakukan analisis isi pada postingan-postingan yang telah dipilih oleh peneliti.

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis isi media sosial guna memaknai unggahan dari sebuah konten di media sosial. Analisis isi adalah sebuah teknik untuk membuat kesimpulan dengan cara objektif dan sistematis dalam mengidentifikasi karakteristik tertentu dari sebuah pesan (Krippendorff, 2004). Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk pesan yang terdokumentasikan.

Analisis isi dilakukan dalam beberapa langkah dimana langkah pertama yang dilakukan peneliti dalam analisis isi kualitatif media sosial adalah memilih konten (*Selecting The Content*) (Neuendorf, 2002). Dalam tahapan ini peneliti telah menyeleksi konten-konten yang sesuai dengan tema penelitian ini yaitu konten informasi, hiburan dan hiburan dari akun @humas_bandung sehingga menjadi pusat informasi kota Bandung.

Pada tahap selanjutnya dalam proses analisis isi kualitatif media sosial yaitu menganalisis konten (*Analysis The Content*) (Drisko & Maschi, 2016). Dimana tahapan analisis isi dilakukan oleh peneliti memulai untuk melakukan analisis pada konten yang telah dipilih pada tahap sebelumnya berdasarkan relevansi dengan topik penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menemukan akun @humas_bandung memiliki peran yang sangat penting bahkan menjadi pusat informasi di kota Bandung terutama berkaitan dengan konten kejadian penting di Kota Bandung, konten sosialisasi dari dinas-dinas pemerintahan Kota Bandung serta konten informasi antisipasi atau pencegahan yang perlu dilakukan masyarakat di kota Bandung. Melalui akun Instagramnya, akun @humas_bandung yang berperan sebagai pusat informasi Kota Bandung memanfaatkan jumlah pengikutnya untuk melakukan penyebaran informasi terkait apa yang terjadi di kota Bandung. Hal tersebut dapat dilihat dari postingan-postingan akun @humas_bandung yang menunjukkan adanya unsur-unsur informatif seperti salah satu postingan mengenal 10 titik kejadian penting Bandung Lautan Api, postingan Satuan Polisi Pamong Raja (Satpol PP) terkait pengadaan razia malam serta postingan antisipasi kepada masyarakat Kota Bandung saat curah hujan tinggi. Melalui proses pemilihan konten yang dilakukan oleh peneliti maka ditemukan 3 unggahan yang didalamnya terkandung dan sesuai dengan tujuan penelitian yang di ambil. Di bawah ini salah satu postingan informasi kota Bandung dari akun Instagram @humas_bandung sebagai berikut:



Gambar 1. Postingan Feed Mengenal 10 titik stilasi peristiwa Bandung Lautan Api
Sumber: akun Instagram @humas_bandung

Gambar 1 menunjukkan hasil postingan yang di unggah oleh akun @humas_bandung didapatkan jumlah like sekitar 416 like dan 3 komentar terkait peristiwa Bandung Lautan Api yang terjadi pada 24 Maret 1946. Postingan tersebut menjadi salah satu pernyataan tegas rakyat Indonesia khususnya masyarakat Kota Bandung untuk menolak kembali penjajahan. Postingan tersebut didapatkan pada tanggal 21 maret 2024. Postingan tersebut dimaksudkan untuk memperingati jejak-jejak peristiwa Bandung Lautan Api yang bersejarah. Dari postingan tersebut diungkapkan 10 titik stilasi Bandung Lautan Api. Pembuatan titik stilasi itu diinisiasi oleh Bandung Heritage yang bekerja sama dengan sejumlah pihak pada 1997.

Pada gambar 1 terdapat postingan yang membahas 10 titik stilasi-stilasi di antaranya penanda tempat pertama kalinya pembacaan teks proklamasi oleh rakyat Bandung, lokasi peristiwa perobekan bendera Belanda maupun markas para pejuang Bandung Lautan Api. Titik stilasi pertama ialah berada di depan gedung bekas kantor berita Jepang, Domei yang sudah ada sejak tahun 1937. Menurut catatan sejarah, di kantor berita inilah untuk pertama kalinya teks proklamasi dibaca oleh rakyat Bandung. Kemudian titik kedua yaitu berlokasi di Gedung Bank BJB, dahulu bernama Gedung DENIS. Di gedung tersebut pada Oktober 1945, pejuang Bandung yaitu Moeljono dan E. Karmas merobek bendera Belanda. Selanjutnya titik stilasi ketiga yaitu terletak di depan Gedung Asuransi Jiwasraya di Jalan Asia-Afrika atau di seberang Masjid Raya Jawa Barat. Dulunya, gedung tersebut digunakan sebagai markas resimen 8 yang dibangun pada tahun 1922. Kemudian titik keempat ialah di Jalan Simpang yang berada di sebuah rumah tempat dilakukan perumusan serta diambilnya keputusan pembumihangusan kota Bandung. Peristiwa tersebut atas perintah untuk meninggalkan kota Bandung yang dikomando dari rumah tersebut. Kemudian titik stilasi kelima yaitu di SD Dewi Sartika yang terletak di Sekolah Kautamaan Istri (sekarang SD Dewi Sartika) yang dijadikan dapur umum. Selanjutnya titik stilasi keenam yaitu di Jalan Ciguriang yang letaknya di sebelah pusat perbelanjaan Yogya Kepatihan. Lebih detailnya titik stilasi keenam terletak dalam sebuah rumah yang juga markas komando Divisi III Siliwangi pimpinan kol. A.H. Nasution. Titik stilasi ketujuh ialah di persimpangan Lengkong Tengah - Lengkong Dalam yang berada di persimpangan Jalan Lengkong Tengah dan Jalan Lengkong tepatnya belakang kampus Universitas Pasundan Bandung. Tempat ini merupakan tempat bermukim masyarakat Indo – Belanda. Titik stilasi kedelapan yaitu di Jembatan Baru yang berada di Jalan Jembatan Baru. Titik tersebut menjadi titik yang merupakan salah satu garis pertahanan pejuang saat terjadi pertempuran Lengkong. Kemudian titik stilasi ke sembilan yaitu di Jalan ASMI yang berlokasi di Sekolah Rakjat (sekarang SD ASMI). Tempat tersebut digunakan sebagai markas pemuda pejuang, PESINDO dan BBRI serta rumah sakit sementara sebelum terjadinya peristiwa Bandung Lautan Api. Selanjutnya titik terakhir stilasi Bandung Lautan Api yaitu di Gereja Gloria. Dulunya Gereja tersebut merupakan gedung pemancar NIROM yang digunakan untuk menyebarluaskan proklamasi kemerdekaan ke seluruh Indonesia dan dunia.

Hasil konten dari postingan peristiwa Bandung Lautan Api dapat diungkapkan sebagai konten yang informatif. Hal tersebut karena postingan peristiwa Bandung Lautan Api dari akun @humas_bandung tidak

hanya mengingatkan sejarah Kota Bandung pada zaman dahulu saja akan tetapi juga memberikan edukasi bagi pengguna media sosial. Selain itu, terdapat keakuratan informasi yang disampaikan oleh akun @humas_bandung dimana postingan tersebut juga dicantumkan pula akun Instagram lain yaitu Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Oleh karena itu, postingan dari akun @humas_bandung tentang Bandung Lautan Api bisa dikemukakan sebagai media pusat informasi Kota Bandung.

Selanjutnya ditemukan postingan yang ke 2 yaitu tentang sosialisasi ataupun berita razia oleh Dinas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung sebagai berikut:



Gambar 2. Postingan Story Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung gelar razia di BATIM
Sumber: akun Instagram @humas_bandung

Gambar 2 ditunjukkan hasil postingan yang di unggah oleh akun @humas_bandung mendapatkan jumlah 713 like dan 22 komentar terkait dengan razia yang diselenggarakan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung. Hal tersebut dilakukan Satpol PP dalam menciptakan kondisi dan suasana yang kondusif di daerah Bandung timur. Razia tersebut dilakukan pada Selasa, 5 Maret 2024 oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung dengan menggelar razia Cipta Kondisi di wilayah Panyileukan dan Cibiru Kota Bandung.

Dari gambar 2 yaitu postingan tersebut pada hari Rabu, 6 Maret 2024 telah diketahui sebanyak 19 orang yang terjaring razia menjalani sidang tindak pidana ringan (Tipiring) di Kantor Kecamatan Panyileukan Kota Bandung. Kepala Seksi Penyidikan dan Penindakan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung yaitu Mujahid Syuhadau mengatakan bahwa sidang Tipiring merupakan tindak lanjut setelah kegiatan razia Cipta Kondisi yang telah dilakukannya. Dari postingan tersebut diungkapkan para pelanggar yang menjalani sidang Tipiring terbukti bersalah melanggar Perda No. 9 tahun 2019 tentang Ketertarikan Ketertiban Umum di Kota Bandung, Perda No.10 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha serta Perda No. 11 tahun 2010 tentang minuman beralkohol. Selanjutnya para pelanggar di pidana dengan denda bervariasi sesuai dengan jenis pelanggaran yang dilakukan mulai Rp100 ribu sampai Rp 3 juta dengan subsider 3-7 hari kurungan penjara.

Hasil konten dari postingan tentang razia oleh dinas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung merupakan salah konten yang informatif. Hal tersebut telah diungkapkan bahwa akun @humas_bandung menjadi pusat informasi yang edukatif terkait dengan beberapa peraturan daerah tentang ketertiban umum serta perizinan usaha. Di lain sisi, terdapat kebenaran informasi yang telah diungkapkan secara langsung oleh salah Kepala Seksi di Dinas Satpol PP Kota Bandung yaitu Bapak Mujahid Syuhadau.

Kemudian diketahui postingan terkait dengan konten informatid oleh akun @humas_bandung yaitu tentangantisipasi untuk masyarakat Kota Bandung sebagai berikut:



Gambar 3. Postingan Feed Antisipasi curah hujan tinggi di Kota Bandung
Sumber: akun Instagram @humas_bandung

Dari gambar 3 didapatkan hasil postingan yang di unggah oleh akun @humas_bandung mendapatkan sejumlah 1.322 like dan 4 komentar terkait antisipasi dengan naiknya curah hujan di Kota Bandung. Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat memiliki posisi dan peran strategis dengan banyak potensi yang harus dikembangkan. Pengembangan potensi tersebut bisa dipengaruhi oleh letak Kota Bandung yang secara geografis berada di wilayah dengan iklim pegunungan yang lembab dan curah hujan yang tinggi.

Gambar 3 tentang postingan antisipasi curah hujan yang tinggi kepada masyarakat Kota Bandung berisi informasi data curah hujan yang diperoleh melalui media massa. Akan tetapi untuk memperkirakan data curah hujan di Kota Bandung banyak metode yang dapat digunakan. Secara umum, metode perkiraan data seperti peramalan curah hujan tinggi di Kota Bandung didasarkan data waktu (time series) dan praduga masa yang akan datang serta dilakukan komparasi dengan data yang lampau. Metode perkiraan curah hujan yang tinggi di Kota Bandung menghasilkan suatu model data waktu dari serangkaian pengamatan atau observasi terhadap peristiwa, kejadian atau perubahan yang diukur dalam urutan waktu misalnya jam, harian, bulanan, tahunan, dan lain-lain. Seperti yang telah diketahui, prediksi @infobmkg @bmkgbandung bahwa musim hujan di Kota Bandung akan terus turun dan mencapai puncaknya hingga bulan Maret 2024. Dari pernyataan tersebut maka dengan begitu masyarakat Kota Bandung harus selalu antisipasi terhadap curah hujan yang tinggi sehingga bisa menghindarinya untuk beberapa aktivitas di dekat sungai saat kuota air sungai naik dengan cepat. Oleh karena itu, ada beberapa informasi penting untuk bisa ingat dan selalu berhati-hati sehingga jika masyarakat Kota Bandung mengalami keadaan kegawatdaruratan bisa langsung menghubungi Call Center Bandung Siaga di nomor telepon 112 atau hubungi akun @bandungsiaga112 @bdg.siaga113.

Hasil postingan tentang antisipasi curah hujan yang tinggi di Kota Bandung memiliki keakuratan sebagai pusat informasi Kota Bandung. Hal tersebut terletak pada pencatuman akun-akun lain di Instagram seperti @bmkgbandung, @bandungsiaga112 dan @bdg.siaga113 terkait informasi data curah hujan di Kota Bandung. Oleh karena itu, setelah melihat penjelasan ketiga postingan yang ditemukan sebagai hasil penelitian ini sudah bisa merepresentasikan akun @humas_bandung sebagai pusat informasi bagi masyarakat Kota Bandung.

4. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa postingan-postingan yang diunggah oleh akun

@*humas_bandung* di Instagram memiliki beberapa kategori informasi. Postingan-postingan dari akun @*humas_bandung* didominasi oleh informasi-informasi seputar kejadian-kejadian atau peristiwa penting yang ada di kota Bandung. Selain itu, postingan-postingan yang telah dibuat oleh akun @*humas_bandung* diunggah berdasarkan data dari berbagai dinas-dinas pemerintahan di Kota Bandung baik itu pengutipan langsung ataupun pernyataan langsung dari pejabat dinas sehingga membuat pengikutnya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi atas edukasi yang disampaikan. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi tersebut maka diharapkan masyarakat Kota Bandung lebih mempercayai akun @*humas_bandung* sebagai pusat informasi Kota Bandung terkait informasi kejadian penting, sosialisasi ataupun antisipasi dari dinas pemerintahan Kota Bandung.

Konflik Kepentingan

Penelitian ini tidak ada kepentingan dengan instansi manapun.

Referensi

- Alvin, S. (2023). Membaca Emosi Komunikasi Politik Jokowi Di Instagram. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(1), 109–125.
- Anisyahrini, R., Wardiani, W., & Tresnawati, Y. S. (2023). Pengelolaan Akun Sosial Media Instagram Open Trip dan Jasa Titip @jengmimarikmacitralestari di Era Pandemi COVID-19. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(1), 1-17.
- Cahayani, D. I., & Oktafiani, F. (2023). PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM BEAUTY VLOGGER DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(2), 192–200.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1111/1467-9299.00177>
- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2016). Content Analysis: Pocket Guides to Social Work Research Methods. In *Oxford University Press* (Series Ed.). Oxford University Press.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. LKIS.
- Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 281–290.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, technology and society*. SAGE Publications.
- Jason, M. (2014). Instagram Power. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. Mc Graw Hill.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. In *SAGE Publications* (Second Edi). SAGE Publications.
- Krisnawati, E. (2017). Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram: Masih Adakah? *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 179–200. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.682>
- Lisanto, A. G., Zuhri, S., Claretta, D., & Suratnoaji, C. (2023). Peran Akun Instagram @dr.tirta Sebagai Influencer dalam Edukasi Pencegahan COVID-19 di Media Sosial Instagram (Analisis Isi Konten Instagram @dr.tirta). *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, VI(1), 1–15.
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 7(2), 4566–4574.

- Neuendorf, K. a. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. In *SAGE Publications*. SAGE Publications.
- Rachmayanti, A., & Candrasari, Y. (2022). Perilaku Cyberbullying Di Instagram. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 2022.
- Rini, D. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- Suteja, R. S. A., Umar, Wibowo, N. S. W., & Ramadhiansyah, D. (2020). Penggunaan Instagram @premature.indonesia Sebagai Media Promosi Kesehatan dan Pencegahan Prematuritas. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 83–105.
- Tsaqila, R., Suseno, A., & Mirza, M. (2023). Peran Media Sosial Instagram @KANWILBPNBANTEN Sebagai Pusat Informasi di Bidang Pertanahan (Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Kanwilbpnbanten). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 109–116.
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8. <https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>
- Vaknin, S. (2021). *The Narcissist on Instagram : Epigrams and Observations*. Narcissus Publications.