

202210040311341  
Cyntia Dewi Agustia  
Ilmu Komunikasi

**POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH  
UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT*  
(Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominfomalang)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

Cyntia Dewi Agustia  
202210040311341

**Dosen Pembimbing:**

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2026**

## Lembar Pengesahan

**POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH  
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT  
(Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominfomalang)**

Diajukan Oleh :

**CYNTIA DEWI AGUSTIA**

202210040311341

Telah disetujui

*Selasa, 20 Januari 2026*

Pembimbing I



**Nasrullah, M.Si.**

Wakil Dekan I



**Drs. Idris Sasilo, M.Si.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.**

## Lembar Keterangan Lulus

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :




**Cyntia Dewi Agustia**

**202210040311341**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**LULUS**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Selasa, 20 Januari 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Winda Hardyanti, M.Si.** (  )
2. **Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.** (  )
3. **Nasrullah, M.Si** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Eko Susilo, M.Si.**

## Surat Keterangan Siap Diuji



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/1/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Cyntia Dewi Agustia  
No. Induk Mahasiswa : 202210040311341  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK  
MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada  
Akun Instagram @kominfomalang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang 9 Januari 2026

Dosen Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bendang 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 561 253 (Pusat)  
F. +62 341 460 436

Kampus II  
Jl. Bendungan Buani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 148 (Pusat)  
F. +62 341 582 050

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Pusat)  
F. +62 341 467 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## Surat Keterangan Bebas Kuliah



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Cyntia Dewi Agustia  
NIM : 202210040311341  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-I pada semester VII (Tujuh) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 9 Januari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## Lembar Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Cyntia Dewi Agustia  
NIM : 202210040311341  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK  
MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada Akun  
Instagram @kominformalang)

Disetujui,  
Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 480 435

Kampus II  
Jl. Bawangsari Butani No 100 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 951 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 484 318 (Hunting)  
F. +62 341 480 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## Surat Pernyataan



### SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Cynthia Dewi Agustia

NIM : 202210040311341

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN  
ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominfomalang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 Januari 2026

Yang Menyatakan



Cynthia Dewi Agustia



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendingan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT  
(Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominfomalang)

Oleh:

Nama : Cyntia Dewi Agustia

NIM : 202210040311341

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 9 Januari 2026

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

NIP. 10303090338



(\*) Coret yang tidak perlu

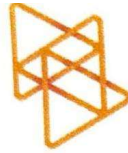


Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 831 253 (Pusat)  
F. +62 341 862 252

Kampus II  
Jl. Bungkulan Bulani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 831 149 (Pusat)  
F. +62 341 862 000

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 864 318 (Pusat)  
F. +62 341 865 428  
E: webmaster@umm.ac.id

### Tanda Terima Plagiasi



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Cyntia Dewi Agustia  
NIM : 202210040311341

Hasil Plagiasi : 12/1

BAB I	3			
BAB II	4			
BAB III	19			

12/1

BAB IV	1			
BAB V	9			
BAB VI				

Malang, 12 Januari 2026  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## Berita Acara Bimbingan Skripsi

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Cyntia Dewi Agustia
2. NIM : 202210040311341
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominformalang)
6. Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1 Mei 2025	Pengajuan judul "POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominformalang)	
4 November 2025	Pengajuan BAB I - III	
11 November 2025	ACC BAB I - III	
12 November 2025	Seminar Proposal	
27 Desember 2025	Pengajuan BAB IV - V	
6 Januari 2026	ACC BAB IV - V	
6 Januari 2026	ACC Abstrak	
9 Januari 2026	Seminar Hasil	

Malang, 9 Januari 2026

Dosen Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.

## Berita Acara Seminar Hasil

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Jumat

Tanggal : 9 Januari 2026

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : Cyntia Dewi Agustia
2. NIM : 202210040311341
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH  
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi  
Optimalisasi pada Akun Instagram @kominformalang)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si.
7. Dosen Penguji : Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si.

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link

<https://us06web.zoom.us/j/87573238518?pwd=xeFTvKLdVaJ0BECEbloMTr4HnSpRU7.1>


Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 25 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Dosen Pembimbing

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Malang, 9 Januari 2026

Dosen Penguji

  
Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si.

### Lampiran Audiens Seminar Hasil

No	Nama	NIM	Program Studi
1.	Tsani Rahmawati	202010040311165	Ilmu Komunikasi
2.	Titha Sae Ardhiana Putri	202010040311377	Ilmu komunikasi
3.	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Ilmu Komunikasi
4.	Erfin Putri Ramadhani	202110040311397	Ilmu Komunikasi
5.	Sri Nursyahbani Ikamaru	202010040311425	Ilmu Komunikasi
6.	Nadia Hasna Maulidya	202010040311426	Ilmu komunikasi
7.	Nafisa Aura Yassa	202010040311577	Ilmu komunikasi
8.	Muhammad Ali Zaidan	202210040311065	Ilmu Komunikasi
9.	Febriani Auryn Ananda	202210040311152	Ilmu Komunikasi
10.	Gianti Cahya Putri S.	202210040311266	Ilmu Komunikasi
11.	Vera Amalia Agrina P.	202210040311305	Ilmu Komunikasi
12.	Farandira Alya Farella	202210040311326	Ilmu Komunikasi
13.	Sendrina Gusti Maharani	202210040311339	Ilmu Komunikasi
14.	Aurelia Artha Mavena	202210040311342	Ilmu Komunikasi
15.	Azizah Maulani Arsy P.	202210040311351	Ilmu Komunikasi
16.	Afuwan Nur Rahmadani	202210040311378	Ilmu Komunikasi
17.	Yasmine Intiyaz Andyta	202210040311458	Ilmu Komunikasi
18.	Lelisa Agustina	2213049	Kep. Anestesiologi
19.	Marshanda Rachelia F.	25095061	Farmasi Klinis
20.	Vernanda Afifah D.	22201051104	Teknik Sipil
21.	Raissa Eva Ramadhanty S.	1202223077	Sistem Informasi
22.	Nadhifah Salsabila	19650025	Teknik Informatika
23.	Eriana Nara Putri Hassari	225050100111162	Peternakan
24.	Cahyo Ilham Suradwinata	2232510065	Akuntansi
25.	Kamilah Fauziyyah Ashari	220312601643	Matematika

## Abstrak

Cyntia Dewi Agustia, 202210040311341, Ilmu Komunikasi, “Pola Posting Media Sosial Pemerintah untuk Meningkatkan Engagement (Studi Kasus Optimalisasi Akun Instagram @kominfomalang)”, 8 buku, 16 Jurnal

**Kata Kunci:** Pola Posting, Media Sosial Pemerintah, Government Public Relations, Government Social Media, Engagement

Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi publik yang dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyampaikan informasi, kebijakan, dan aktivitas kepada masyarakat secara luas. Instagram, sebagai *platform* berbasis visual, digunakan oleh pemerintah daerah untuk menjangkau audiens secara lebih cepat dan interaktif. Namun, penyampaian pesan melalui media sosial pemerintah tidak terlepas dari cara pengelolaan konten yang diterapkan, termasuk pola posting yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola posting media sosial pemerintah pada akun Instagram @kominfomalang sebagai upaya optimalisasi komunikasi publik terhadap *engagement*.

Penelitian ini menggunakan konsep *Government Public Relations* (GPR) dan *Government Social Media* (GSM) sebagai landasan untuk memahami pengelolaan media sosial pemerintah. Pola posting dipahami sebagai bagian dari upaya optimalisasi yang mencakup frekuensi unggahan, waktu publikasi, pemanfaatan format dan fitur konten, konsistensi gaya visual dan bahasa, serta penentuan tema konten. Selain itu, konsep *media setting* digunakan untuk melihat bagaimana pemerintah mengelola agenda komunikasi dengan menonjolkan aktivitas dan pesan tertentu melalui media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital terhadap unggahan Instagram @kominfomalang serta wawancara dengan pihak pengelola akun. Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan elemen pola posting dan keterkaitannya dengan praktik GPR dan GSM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @kominfomalang menerapkan pola posting yang bervariasi dan bersifat situasional, ditinjau dari frekuensi unggahan, waktu publikasi, serta pemanfaatan fitur *story*, *feeds*, dan *reels*. Konten dikelompokkan ke dalam empat *content pillar* dengan dominasi pilar informasi, disertai variasi gaya visual dan bahasa. Pola tersebut mencerminkan penerapan *Government Social Media* (GSM) melalui praktik *media setting* dengan menonjolkan agenda dan aktivitas pemerintah kepada publik.

Malang, 6 Januari 2026

Penulis



Cyntia Dewi Agustia

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nasrullah, S.Sos, M.Si.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “POLA POSTING MEDIA SOSIAL PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT (Studi Optimalisasi pada Akun Instagram @kominfomalang)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis melalui berbagai tahapan yang tidak selalu mudah. Berbagai tantangan, kendala, serta pengalaman berharga menjadi bagian dari perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, bimbingan, serta bantuan dari banyak pihak.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Mama Yati dan Ayah Agus tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta kepercayaan kepada penulis dalam setiap proses yang dijalani. Selalu memberikan motivasi, semangat, dan dorongan agar penulis tetap bertahan hingga akhirnya mampu menyelesaikan studi dengan baik dan lulus tepat waktu.
6. Adik Almaira yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan penulis dan turut menemani proses perjalanan akademik ini dengan caranya sendiri.

7. HIMAKOM yang telah menjadi wadah bagi penulis untuk belajar, berkembang, dan mengenal berbagai dinamika organisasi, serta memberikan pengalaman berharga yang turut membentuk pola pikir dan keterampilan penulis selama masa perkuliahan.
8. P2M (Azizah, Aurelia, Fara, dan Sendrina), yang telah bersama sejak hari pertama perkuliahan, berbagi proses adaptasi, pembelajaran, serta menjadi bagian dari langkah awal penulis dalam mengenal kehidupan kampus.
9. CAVA (Addin, Vera, dan Afuw), sebagai rekan satu kelompok yang telah bekerja sama, saling mendukung, dan berbagi tanggung jawab selama proses perkuliahan, sehingga berbagai perjalanan dapat dilalui bersama.
10. GYC (Yasmine dan Gianti), yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, pemikiran, dan sudut pandang, serta memberikan ruang diskusi yang membantu penulis melihat berbagai hal dari perspektif yang berbeda.
11. Ladusing (Lelisa, Illa, Eriana, dan Firda), yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak masa SMA, tumbuh bersama dalam berbagai fase kehidupan, dan tetap menjaga kebersamaan hingga saat ini.
12. Nontonyuk (Eva, Afifah, dan Mila), yang telah mengetahui dan menemani berbagai lika-liku perjalanan penulis sejak masa SMP, menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah, selalu membersamai tanpa menghakimi dan memberikan dukungan atas setiap pilihan yang diambil, sekaligus menjadi saksi awal proses tumbuh dan berkembangnya penulis hingga saat ini.
13. Tidak lupa dengan Cahyo Ilham Suradwinata, yang selalu menjadi rumah, *support system*, serta pendamping segala hal. Membantu dan menemani dengan ketulusan tanpa pamrih, mendengarkan keluh kesah untuk pantang menyerah sehingga penulis selalu berproses dengan lebih baik selama ini.
14. Terakhir untuk diriku sendiri, Cyntia Dewi Agustia. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, terus melangkah meski tidak selalu mudah, dan tetap berusaha menyelesaikan setiap proses yang dijalani.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Keterangan Lulus .....</b>	<b>iii</b>
<b>Surat Keterangan Siap Diuji.....</b>	<b>iv</b>
<b>Surat Keterangan Bebas Kuliah .....</b>	<b>v</b>
<b>Lembar Persetujuan Skripsi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Surat Pernyataan .....</b>	<b>vii</b>
<b>Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Tanda Terima Plagiasi.....</b>	<b>ix</b>
<b>Berita Acara Bimbingan Skripsi.....</b>	<b>x</b>
<b>Berita Acara Seminar Hasil .....</b>	<b>xi</b>
<b>Lampiran Audiens Seminar Hasil.....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Media Sosial.....	14
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	14
2.1.2 Karakteristik Media Sosial.....	15

2.1.3	Media Sosial sebagai Ruang Komunikasi Publik .....	17
2.2	Humas Pemerintahan ( <i>Government Public Relations</i> ) .....	18
2.2.1	Pengertian Humas Pemerintahan .....	18
2.2.2	Tujuan dan Fungsi Humas Pemerintahan .....	19
2.2.3	Humas Pemerintahan dalam Era Digital .....	21
2.3	Media Sosial Pemerintah ( <i>Government Social Media</i> ).....	22
2.3.1	Pengertian Media Sosial Pemerintah .....	22
2.3.2	Fungsi dan Peran Media Sosial bagi Pemerintah.....	22
2.3.3	Karakter Instagram sebagai Media Sosial Pemerintah.....	25
2.4	Pola Posting.....	28
2.4.1	Definisi Pola Posting.....	28
2.4.2	Elemen Pola Posting .....	28
2.4.3	Pola Posting sebagai Upaya Optimalisasi Media Sosial Pemerintah	31
2.5	Engagement Media Sosial dalam Komunikasi Digital Pemerintah .....	32
2.5.1	Pengertian Engagement Media Sosial.....	32
2.5.2	Engagement di Media Sosial Pemerintah .....	33
2.5.3	Peran Engagement dalam Komunikasi Pemerintah .....	35
2.6	Kerangka Teori.....	36
2.6.1	Teori <i>Agenda Setting (Agenda Media)</i> .....	36
2.6.2	Konsep <i>Social Media for Government</i> .....	37
2.6.3	Konsep <i>Online Engagement</i> .....	38
2.7	Penelitian Terdahulu .....	39
2.8	Kerangka Berpikir .....	42
<b>BAB III.....</b>		<b>43</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Paradigma dan Pendekatan Penelitian .....	43

3.2	Objek Penelitian.....	44
3.3	Data Penelitian .....	44
3.4	Teknik Analisis Data.....	45
3.5	Keabsahan Data.....	45
3.6	Keterbatasan Penelitian.....	46
<b>BAB IV .....</b>		<b>47</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Malang .....	47
4.2	Gambaran Umum Akun Instagram @kominfomalang .....	48
4.3	Penyajian Data Penelitian .....	49
4.4	Analisis Pola Posting Akun Instagram @kominfomalang.....	56
4.4.1	Frekuensi Unggahan.....	56
4.4.2	Waktu Publikasi .....	58
4.4.3	Fitur dan Format Konten.....	60
4.4.4	Konsistensi Gaya Visual dan Bahasa.....	64
4.4.5	Tema Konten.....	68
4.5	Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V.....</b>		<b>77</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Platform Media Sosial Favorit 2025 .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Hasil Survei APJII 2025 .....	2
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berpikir .....	42
<b>Gambar 4.1</b> Tampilan Bio Instagram @kominfomalang .....	48
<b>Gambar 4.2</b> Unggahan akun Instagram @kominfomalang (13-19 April 2025)..	57
<b>Gambar 4.3</b> Unggahan akun Instagram @kominfomalang (20-26 April 2025)..	58
<b>Gambar 4.4</b> Waktu Unggahan akun Instagram @kominfomalang .....	59
<b>Gambar 4.5</b> Fitur Story dengan Engagement Tertinggi .....	61
<b>Gambar 4.6</b> Fitur Feeds dengan Engagement Tertinggi.....	62
<b>Gambar 4.7</b> Fitur Reels dengan Engagement Tertinggi.....	63
<b>Gambar 4.8</b> Variasi Penerapan Template Desain.....	65
<b>Gambar 4.9</b> Perubahan Template Desain .....	65
<b>Gambar 4.10</b> Unggahan dengan Caption Panjang.....	66
<b>Gambar 4.11</b> Unggahan dengan Caption Semi Formal.....	67
<b>Gambar 4.12</b> Unggahan dengan Caption Bahasa Malangan .....	67
<b>Gambar 4.13</b> Perbedaan Penggunaan Hashtag.....	68
<b>Gambar 4.14</b> Unggahan dengan Content Pillar Informasi .....	69
<b>Gambar 4.15</b> Unggahan dengan Content Pillar Edukasi .....	70
<b>Gambar 4.16</b> Unggahan dengan Content Pillar Hiburan.....	70
<b>Gambar 4.17</b> Unggahan dengan Content Pillar Ucapan.....	71

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	39
<b>Tabel 4.1</b> Dokumentasi Digital akun Instagram @kominfomalang.....	49



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); Edisi Pertama). CV. syakir Media Press.
- Aji, G. G., Sukardani, P., Maya, V., & Gita, G. (2023). *Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services Interaktivitas pada Media Sosial Pemerintah untuk Meningkatkan Pelayanan Publik*. 4(1), 12–23.
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., & Purba, N. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1(1), 6–12.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Dunan, A. (2020). Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy. *Journal Pekommas*, 5(1), 71. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108>
- Fauziah, K., & Bagus Aulia, P. (2024). VISUAL BRANDING DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI KONTEN INSTAGRAM: SEBUAH TINJAUAN SEMIOTIK Visual Branding of the Yogyakarta Special Region Communication and Information Service Through Instagram Content: A Review of Se. *Nusantara Hasana Journal*, 3(12), Page.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik* (Suryani (ed.); Edisi Pertama). PT Bumi Aksara.
- Harrison, T. M., Guerrero, S., Burke, G. B., Cook, M., Cresswell, A., Helbig, N., Hrdinová, J., & Pardo, T. (2011). Open government and e-government:

Democratic challenges from a public value perspective. *ACM International Conference Proceeding Series*, May 2014, 245–253.

<https://doi.org/10.1145/2037556.2037597>

Hollebeck, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149–165.

<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>

Iamergel, M. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334.

<http://10.0.3.248/j.giq.2013.05.015%0Ahttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=llf&AN=93371686&site=ehost-live>

Jandy, L. (2020). Media baru sebuah pengantar. In *Ilmu Komunikasi*.

Junaidi, A., & Ricko. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.

Khan, G. F. (2017). Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere. In *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-2942-4>

Kusumaningtyas, D. I., & Fitri. (2024). Pengaruh Jenis Konten Dan Waktu Post Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Akun Instagram Upt Pusat Riset Perikanan-Bppsdmkp Tahun 2023. *Jurnal Pari*, 10(1), 35–41.

Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan ( *Government Public Relations* ) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>

- Lee, M., Neeley, G. W., Stewart, K., Neeley, G., & Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations Chapter 1 Introduction*.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2002). *Analisis Data Kualitatif (Edisi Terjemahan Bahasa Indonesia oleh Tjetjep Rohendi)*. UI-Press.
- Nabila Ulayya, K., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Journal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (Edisi Keen)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha Dimas Aditya, Priandono Tito Edy, Ainiyyah Nafira Fathin, & Ilham Yusuf. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga Content Analysis of Indonesian Government Instagram Social Media Content at the Ministry and Agency Levels. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 42–52.
- Nur Alviana, R., & Kusudyarsana. (2025). The Influence Of Social Media Engagement, Perception Of Product Quality, And Perception Of Application Ease On Buying Interest In Tik Tok Shop Fashion Products Pengaruh Sosial Media Engagement, Persepsi Kualitas Produk, Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Ter. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1), 132–145.
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). *Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah*. 4(2), 215–236.
- Sukma, A., & Aji, G. G. (2024). East Java Government Instagram Content

Analysis: Unpacking the Relationship Between Content Types and Public Engagement in 2023. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(2), 181–196.

Tech, G., Shamma, D. A., & Gilbert, E. (2014). *Faces Engage Us : Photos with Faces Attract More Likes and Comments on Instagram*. 965–974.

Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (Edisi Pert). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Zavattaro, S. M., & Bryer, T. A. (2016). *Social Media for Government: Theory and Practice* (Edisi Pert). Routledge.

