

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Instagram Sebagai Media Komunikasi Sosial

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, gagasan, informasi dari seseorang kepada orang lain untuk dapat dipahami secara bersama-sama. Dalam komunikasi dapat dilakukan secara tulisan, lisan, atau media tertentu. D. Lawrence Kincaid (1981) dalam Didik (2021) menyampaikan definisi komunikasi adalah proses dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi yang akan menimbulkan saling pengertian yang mendalam. Sependapat dengan Priyono (2022) komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dilakukan secara langsung maupun tidak langsung untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi memerlukan etika agar komunikasi yang terjalin tidak menyingung perasaan orang lain dan agar komunikasi yang terjadi dapat berjalan dengan baik. Dengan adanya komunikasi, seseorang dapat membangun kontak sosial dengan orang lain, komunikasi juga akan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, merasa, dan berperilaku seperti yang diinginkan oleh komunikator, selain itu dengan komunikasi seseorang bisa menunjukkan diri dan memperkenalkan dirinya kepada orang lain (Dyarmika, 2021).

Komunikasi merupakan proses yang kompleks dan melibatkan banyak elemen. Sebagai sebuah proses, komunikasi memiliki prinsip dasar dan karakteristik untuk mengatur interaksi tersebut, karakteristik komunikasi dapat diklasifikasikan sebagaimana yang dikemukakan oleh Hariyanto (2021) sebagai berikut: (1) komunikasi adalah suatu proses, faktor yang melibatkan proses komunikasi meliputi komunikator, komunikan, pesan (isi, bentuk, dan cara penyampaiannya), (2) komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, komunikasi dilakukan secara sengaja terkendali bukan

dalam keadaan “mimpi” serta komunikasi bertujuan mencakup banyak hal tergantung keinginan masing-masing, (3) komunikasi menuntut partisipasi dan kerja sama dari pihak yang terlibat, komunikasi berlangsung apabila pihak-pihak sama-sama ikut terlibat di dalam topik informasi yang disampaikan, (4) komunikasi bersifat simbolis, komunikasi dilakukan dengan menggunakan simbol seperti verbal (kata-kata, kalimat, angka-angka, dan tanda-tanda lain) selain itu juga non-verbal (Gerak tangan, kaki, atau bagian tubuh lainnya), (5) komunikasi bersifat interaksional, komunikasi menuntut adanya tindakan memberi dan menerima dilakukan secara seimbang, (6) komunikasi tanpa batas, artinya komunikasi dapat dilakukan antara pihak-pihak tanpa harus hadir dalam tempat dan waktu yang sama.

Tujuan komunikasi adalah untuk mempengaruhi, menimbulkan empati, menarik perhatian, dan menyampaikan informasi. Namun, secara khusus tujuan komunikasi dapat dikelompokkan menjadi mengubah sikap (*attitude change*), mengubah opini (*opinion change*), dan mengubah perilaku (*behavior change*). Komunikasi juga dapat mempermudah seseorang dalam berinteraksi seperti seseorang dapat mudah untuk menyampaikan ide dan gagasannya, dapat mempermudah untuk memahami orang lain, selain itu dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu.

Agar proses komunikasi dapat terwujud dan berjalan secara efektif, terdapat elemen-elemen yang wajib hadir di dalamnya. Tanpa adanya elemen-elemen dasar ini, proses komunikasi tidak akan dapat terjadi. Menurut Hariyanto (2021) dalam proses komunikasi terdapat unsur utama komunikasi yang saling berkaitan.

1. Komunikator, merupakan pihak pengirim pesan dapat berupa individu, kelompok, atau organisasi komunikasi seperti surat kabar, televisim radio, dan lainnya,
2. Komunikan, sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator baik melalui media maupun secara langsung. Komunikan menjadi target utama dari proses komunikasi yang sedang berlangsung.

3. Pesan, yaitu isi yang disampaikan komunikator kepada komunikasi, Pesan dapat berupa verbal (kata-kata tertulis maupun lisan) maupun berupa non verbal (bahasa tubuh, isyarat, dan ekspresi). Fungsi utama pesan untuk membawa informasi yang ingin disampaikan agar dapat dimengerti oleh komunikan.
4. Saluran (*channel*), yakni alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, saluran dapat berupa media elektronik, media sosial, maupun media cetak. Saluran berfungsi sebagai penyalur pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Hasil (*effect*), yaitu dampak yang dihasilkan setelah terjadinya komunikasi antara komunikan dengan komunikator. Komunikasi dapat berupa pengetahuan dan perilaku komunikan. Dampak yang terjadi dari suatu komunikasi dapat berupa perilaku sesuai atau tidak sesuai dengan keinginan, jika perilaku sesuai maka komunikasi berhasil.
6. Umpan balik (*feedback*), yakni respon yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Umpan balik dapat berupa tanggapan atau tindakan tertentu yang menunjukkan bagaimana pesan diartikan.

Untuk mengaktualisasikan proses komunikasi, diperlukan media sebagai penyebar informasi. Sebelum adanya internet, media komunikasi lama merupakan media yang dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi sebelum berkembangnya teknologi digital dan internet. Jenis-jenis media lama meliputi surat kabar, radio televisi, tabloid, dan media cetak lainnya yang berfungsi secara konvensional. Pada media komunikasi lama menggunakan pola komunikasi satu arah, informasi diproduksi dan disebarkan oleh lembaga atau instansi dan diterima oleh khalayak tanpa diterima secara *real-time* atau langsung.

Menurut Meifitri & Susanto (2020) media lama didominasi oleh surat kabar, televisi, majalah, radio yang awalnya hanya mengunggulkan format fisik sebagai sarana penyebaran informasi. Namun, seiring perkembangan teknologi

internet menyebabkan media-media harus melakukan perubahan agar tetap menjangkau audiens yang lebih luas dan tetap bertahan di era media-media baru yang berbasis internet. Sependapat dengan Varenia & Phalguna (2022) menjelaskan bahwa media tradisional memiliki pola penyebaran informasi dari satu sumber kepada audiens, sehingga masyarakat hanya berperan sebagai komunikan yang pasif dan terbatas dalam memberikan *feedback* secara langsung.

Media komunikasi lama memiliki beberapa karakteristik yang menjadi ciri khasnya, diantaranya:

1. Komunikasi bersifat satu arah, komunikan hanya menerima pesan dari komunikator dan tidak dapat memberikan *feedback* secara langsung.
2. Informasi dikelola oleh institusi media.
3. Keterbatasan ruang dan waktu dalam penyebaran informasi.
4. *Feedback* masyarakat atau audiens berlangsung lambat.
5. Distribusi dan produksi informasi membutuhkan biaya yang besar.

Sebelum berkembangnya internet saat ini, penyebaran informasi dilakukan melalui media cetak, secara lisan, melalui televisi atau radio. Pemanfaatan media ini memiliki keterbatasan dalam hak waktu, kecepatan dan jangkauan dalam penyebaran informasi dibanding dengan media digital saat ini (Rustandi, 2020). Media komunikasi lama dapat dipahami sebagai media konvensional yang memiliki fungsi menyebarkan informasi melalui saluran komunikasi tradisional dengan pola komunikasi satu arah dan memiliki keterbatasan dalam aspek kecepatan dan fleksibilitas. Oleh karena itu, karakteristik utama media komunikasi lama terletak pada minimnya *feedback* dari masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, media komunikasi lama perlahan mengalami pergeseran. Hal ini menandakan adanya transisi menuju era media komunikasi baru, informasi tidak lagi terikat oleh batasan ruang dan waktu. Awalnya komunikasi hanya bersifat satu arah, kini media baru

hadir dengan memiliki sifat menjadi dua arah dan lebih interaktif. Media komunikasi baru adalah hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis internet dan digital. Media komunikasi baru hadir melalui penggabungan teknologi komputer, jaringan komunikasi, dan konten digital yang menjadikan pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga sebagai produsen konten, distributor konten, dan memberikan *feedback* terhadap informasi yang diterima. Menurut Mc. Quil dalam Varenia & Phalguna (2022) media komunikasi baru adalah perangkat teknologi komunikasi yang mendigitalisasi informasi serta memberikan cakupan luas bagi penggunaan pribadi maupun kelompok sebagai sarana komunikasi.

Internet hadir menjadi penggambaran utama media komunikasi baru. Internet memungkinkan masyarakat mengakses informasi kapan dan dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu. Media komunikasi baru bermanfaat bagi masyarakat untuk mencari informasi, hiburan, berkomunikasi secara efisien. Media komunikasi baru memiliki kekuatan utama berupa pemanfaatan teknologi informasi yang mampu mengubah pola komunikasi masyarakat, melalui media komunikasi baru, interaksi terjadi antara komunikator dan komunikan dapat berlangsung secara langsung sehingga *feedback* dapat diterima secara *real-time* dan cepat. Instagram dianggap sebagai salah satu media komunikasi baru. Media komunikasi baru menjadi media komunikasi dalam kemudahan masyarakat sebagai sarana komunikasi melalui berbagai media baru, dengan adanya media komunikasi baru masyarakat akan lebih mudah dalam menikmati berkomunikasi dibanding dengan media lama.

Bentuk-bentuk saluran komunikasi seiring perkembangan teknologi dan internet serta kebutuhan masyarakat terus mengalami perubahan. Keberagaman berbagai macam media komunikasi memiliki ciri khas masing-masing dalam menyebarkan informasi. Media komunikasi merupakan sarana yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan

media komunikasi berkembang dari konvensional menuju digital yang lebih interaktif. Pengguna media lama rata-rata masyarakat desa yang belum tersentuh oleh internet, berikut macam-macam media lama:

1. Radio merupakan sebuah media massa yang berkembang melalui teknologi telepon, telegraf atau perekam suara. Radio salah satu media massa satu arah yang memiliki peran dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas.
2. Televisi hadir sebelum berkembang internet dan media digital. Televisi menjadi media utama yang digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi, hiburan, maupun berita. Menurut Meifitri & Susanto (2020) televisi mendominasi pada era media lama, berbarengan dengan radio, surat kabar, suar kabar atau koran.
3. Koran atau surat kabar digunakan sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media cetak yang diterbitkan secara berkala, baik harian, mingguan, maupun bulanan. Koran menjadi sumber utama masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai berbagai peristiwa sosial, politik, pendidikan, ekonomi atau isu publik lainnya.

Selain media lama, saat ini macam-macam media baru juga terus berkembang. Berikut macam-macam media baru saat ini (Indrawan & Ilmar, 2020):

1. Website yakni sekumpulan halaman informasi yang dapat diakses melalui internet dan kapan saja tanpa batasan waktu, biasanya dimanfaatkan oleh individu, organisasi, pemerintahan maupun Perusahaan
2. Media sosial adalah platform media digital yang memungkinkan pengguna memproduksi, berbagi, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui konten yang didistribusikan.

3. Portal berita online yaitu media massa digital yang menyajikan informasi dan berita melalui internet. Keunggulannya dalam kecepatan penyebaran informasi karena berita diperbaharui secara *real time*.
4. E-mail (surat elektronik) yang memungkinkan pengiriman pesan secara cepat melalui internet.

Kemajuan teknologi komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara manusia berkomunikasi. Pola komunikasi masyarakat dari yang bersifat menjadi lebih interaktif melalui media sosial. Perubahan tersebut memunculkan bentuk komunikasi sosial yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga interaksi antar pengguna dapat berlangsung secara cepat dan terbuka. Salah satu bentuk komunikasi yang berkembang seiring hadirnya media baru adalah komunikasi sosial dalam media sosial, yaitu proses komunikasi yang terjadi antar pengguna melalui platform digital yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara interaktif dan real time.

2.1.2 Komunikasi Sosial dalam Media Sosial

Komunikasi sosial adalah komunikasi yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, manusia selalu saling berkomunikasi, dan komunikasi ini terjadi di segala situasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi sosial penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri yang dapat berguna untuk kepentingan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan (Mudjiono, 2012). Pada dasarnya, berkomunikasi bertujuan untuk menghibur diri dan menciptakan rasa nyaman dengan sesama. Seseorang membutuhkan komunikasi untuk menjaga keseimbangan emosi dan mengurangi stres.

Saat ini teknologi berkembang pesat dan menjadi dasar utama perkembangan revolusi industri salah satunya yaitu internet. Perkembangan teknologi mengubah kehidupan manusia modern, yang berdampak pada teknologi komunikasi dimana dahulu masih dilakukan secara tatap muka

menggunakan alat-alat manual, kini berubah dengan adanya *smartphone* dan komuter manusia dapat berkomunikasi tanpa bertemu tatap muka atau secara langsung. Seiring waktu, media komunikasi berkembang dari yang bersifat personal menjadi media massa. Di era saat ini, media massa memiliki peran sangat penting dalam memenuhi kebutuhan informasi manusia. Proses komunikasi massa memanfaatkan berbagai jenis saluran, mulai dari media cetak (koran, mjalah), media elektronik (televisi, radio), hingga media cyber (online). Menurut Sunni Fahreza et al (2023) di era insutri 4.0 komunikasi antara komunikan dengan komunikator kini dihubungkan dengan jejaring sosial, di Indonesia dinamika penggunaan media sosial diduduki oleh remaja sebagai pengguna aktif dengan mayoritas menggunakan media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter. Pemanfaatan media sosial kini mejadi luas dan tidak terbatas pada ruang sdan waktu, komunikator dan komunikan kini dapat terhubung secara *real time* tanpa sekat apapun. Dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial, komunikasi sosial dalam media sosial menjadi mudah dalam berhubungan dengan manusia lain tanpa batasan.

Definisi media sosial menurut Antony Mayfield (2008) dalam (Arum, 2017) adalah media sosial sebagai media di mana orang dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan peran seperti blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia, termasuk dunia virtual (avatar/ karalter 3D). Dalam pemerintahan, media sosial telah menjadi alat penting untuk menyebarkan informasi dan berita secara cepat dan luas.

Media sosial secara luas menurut Jati (2016) dalam Hartina, dkk (2022) dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi elektronik yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara sukarela, dengan kebebasan untuk berbagi, bertukar, serta mendiskusikan ide-ide, informasi pribadi, dan berbagai informasi lainnya mengenai sesama pengguna atau konten langsung mereka, melalui beragam elemen seperti teks pribadi, gambar, video, maupun audio pada platform daring yang tersedia ketika terhubung ke Internet. Media

sosial telah menjadi alat penting dalam penyebaran informasi secara cepat dan luas. Dengan adanya media sosial semua aktivitas dapat dilakukan seperti berkolaborasi dan saling mengenal dalam bentuk visual, audiovisual, maupun tulisan. Saat ini, media sosial telah menjadi sangat efektif dalam membentuk pola perilaku dan berbagai aspek kehidupan manusia, yang menjadikannya sangat penting.

Karakteristik unik yang terdapat pada media sosial yaitu kemudahan akses, interaktivitas, dan audiens yang dapat dijangkau dengan mudah dan luas (Amir, 2025). Kemudahan akses artinya siapapun yang memiliki koneksi internet dapat menjadi creator untuk konten di media sosial. Interaktivitas pengguna dalam media sosial dapat berkomunikasi dan berkolaborasi melalui cara yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya. Audiens dapat menerima dan mengirim pesan secara cepat dan efisien. Melalui ketiga karakteristik di atas media sosial dapat dimanfaatkan secara kuat di zaman komunikasi modern saat ini.

Ada beberapa jenis media sosial yang dapat dikelompokkan berdasarkan kegunaannya, menurut Amir (2025) media sosial yang paling sering digunakan untuk menghubungkan individu dan membangun relasi profesional yaitu Facebook, LinkedIn, dan MySpace. Jenis media sosial lain yang dapat digunakan pengguna untuk publikasi artikel panjang yaitu Blogging, sedangkan X atau dulunya Twitter (microblogging) dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk menulis dan berbagi terkait pendapatnya dan informasi dalam tulisan yang singkat. Kedua platform di atas blogging dan microblogging biasanya juga dimanfaatkan oleh para ahli untuk berbagi informasi dan wawasan sesuai dengan bidangnya. Selain itu, media sosial lain yang biasanya pengguna gunakan untuk mengunggah dan berbagi konten foto dan video adalah YouTube, TikTok, dan Instagram dengan berbagai fitur yang disediakan seperti stories, live streaming, dapat berinteraksi dengan audiens secara real-time, dan pengguna dapat membuat konten yang menarik. Platform media sosial di atas dapat menjadi alat untuk pemerintahan

khususnya pemerintah desa untuk membuat konten visual yang menarik agar warga dapat mudah membagikan informasi dan berita dengan mudah.

Saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat interaksi dengan teman atau sekedar sarana hiburan. Menurut Bu'ulolo & Hulu, (2025) fungsi media sosial di zaman modern sangat kompleks dan luas, yaitu:

1. Media sosial dalam dunia bisnis dan pemasaran

Media sosial telah bertransformasi menjadi alat pebisnis yang ampuh untuk menjangkau konsumen secara langsung. Melalui platform seperti Facebook dan Instagram Perusahaan dapat membangun nilai merek, mendapatkan feedback, dan menjalankan iklan dengan lebih terarah dan jelas. Dengan algoritma media sosial yang sudah canggih aktivitas pemasaran dapat lebih efektif karena mampu menargetkan audiens berdasarkan minat dan perilaku spesifik. Selain itu, kolaborasi dengan influencer juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Meskipun berpotensi besar, keberhasilan pemasaran tergantung strategi dan pemahaman yang mendalam agar tidak merusak reputasi Perusahaan.

2. Media sosial sebagai sumber hiburan

Media sosial kini juga menjadi sarana hiburan yang menawarkan berbagai konten mulai dari video hingga meme yang diciptakan oleh pengguna. Media sosial juga dapat menciptakan tren baru dan fenomena viral yang memengaruhi budaya populer secara luas. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara public figure dengan penggemarnya, sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dan dapat meningkatkan popularitas public figure.

3. Media sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik

Selain berfungsi sebagai media pemasaran dan media hiburan, media sosial juga berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dengan memberikan akses berita secara real-time, bahkan lebih cepat dibandingkan media tradisional dalam melaporkan peristiwa dan

kejadian penting. Meskipun sangat bermanfaat dalam situasi darurat, kecepatan ini juga dapat berdampak buruk karena tingginya risiko penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, pengguna dituntut untuk lebih bersikap kritis dan selalu memverifikasi kebenaran informasi dan berita sebelum membagikannya agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi publik.

Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini menggunakan media sosial Instagram. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bukanlah hal yang baru, saat ini banyak organisasi kemasyarakatan yang menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas penyebaran informasi. Instagram dipilih sebagai media paling efektif dalam penyebaran informasi di Desa Mojorejo karena fitur-fiturnya mampu mengakomodasi kebutuhan visual dan interaksi yang diperlukan dalam menyampaikan program desa kepada masyarakat.

2.2 Instagram sebagai Media Informasi dan Hiburan

Instagram adalah aplikasi media sosial yang lahir pada 6 oktober 2010 oleh Perusahaan Burbn, Inc. Nama “Instagram” berasal dari gabungan kata “instant” dan “telegram” yang menggambarkan kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara cepat dan visual layaknya foto polaroid dan pesan telegram (Siahaan et al., 2022). Awal mula kemunculan Instagram hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, namun seiring perubahan waktu Instagram terus berkembang dengan menambahkan fitur yaitu seperti stories, reels, dan IGTV. Instagram merupakan produk dari new media yang mampu membuat dan menyampaikan pesan, dengan penawaran interaktifitas sehingga pengguna new media dapat memiliki pilihan informasi untuk dikonsumsi (Efda et al., 2023).

Tidak hanya sebagai platform untuk berbagi visual konten, tetapi Instagram juga berperan sebagai sumber informasi yang relevan dalam kehidupan

Masyarakat 5.0 dalam membentuk opini publik, memperluas jaringan sosial, dan memfasilitasi Masyarakat dalam berbagai isu (Hakim et al., 2024).

Instagram memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan oleh para pengguna, termasuk digunakan oleh KIM Mojorejo untuk aktivitas penyebaran informasi publik antara lain (Antasari & Pratiwi, 2022):

1. Profile dan Biografi

Tampilan profil dan bio dalam instagram menampilkan yang lebih minimalis dan ringkas, memberikan efisiensi informasi bagi pengguna dibanding format desain sebelumnya.

2. Pengikut/ Followers

Followers atau pengikut adalah jumlah pengikut akun Instagram. Melalui fitur ini memudahkan KIM Mojorejo untuk mengetahui jumlah pengikut yang ada di Instagram pemerintah Desa Mojorejo.

3. Unggah foto dan video (postingan/ feeds)

Pada fitur ini pengguna dapat mengunggah foto atau video yang nantinya akan muncul di halaman pengikut/ followers. Postingan/ feed ini dimanfaatkan sebagai arsip permanen yang dapat dilihat oleh followers kapanpun tanpa batasan waktu. Melalui fitur ini pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, like, share pada konten yang telah diunggah. KIM Mojorejo memanfaatkan feed untuk mengunggah informasi tentang layanan desa, kegiatan desa, informasi pelayanan desa dan juga mengunggah tentang pencapaian desa yang telah diraih.

4. Stories

Stories pada fitur Instagram dapat dimanfaatkan untuk mengunggah foto, video, teks atau boomerang yang diinginkan oleh pengguna. Stories memiliki batasan waktu hanya dalam 24 jam, selain itu pengguna juga dapat melakukan percakapan dengan pengguna lain seperti memanfaatkan fitur interaktif yaitu Ask Me Questions, Votes, dan juga link pada konten yang diunggah. KIM Mojorejo

memanfaatkan fitur stories untuk membagikan informasi tentang kegiatan desa yang sedang berlangsung dan program desa.

5. Caption

Caption Adalah tulisan yang berkaitan dengan foto atau video yang diunggah. Caption harus dapat menarik perhatian followers agar membaca keseluruhan caption.

6. Komentar

Fitur komentar berada di bawah postingan/ feed, berfungsi untuk mengomentari atau memberi tanggapan terhadap foto dan video yang diunggah.

7. Hastag/ Tagar

Fitur hastag ini bertujuan untuk menggolongkan suatu postingan. Jika pengguna ingin mencari sesuatu, maka dengan menggunakan hastag tersebut akan muncul apa yang dicari oleh pengguna. Hastag ditandai dengan simbol pagar (#).

8. Like

Fitur like ini bertujuan untuk memberi tanda suka apabila followers tertarik dengan unggahan foto dan video yang pengguna unggah, KIM Mojorejo dapat memanfaatkan fitur ini untuk menyukai postingan dari warganya dan pemerintahan desa lainnya sebagai bentuk apresiasi dan menjalin hubungan baik dengan warga dan pemerintah desa lainnya.

9. Direct Message (DM)

Direct Message adalah fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mengirim pesan, foto dan video kepada seseorang. Dengan adanya fitur ini followers dapat mengirimkan keluhan Kesan ataupun pesan kepada pemerintah Desa Mojorejo.

10. Geotagging (Tag Lokasi)

Geotagging atau tag lokasi dimanfaatkan untuk menambahkan lokasi ke postingan. KIM Mojorejo memanfaatkan fitur ini untuk menunjukkan letak lokasi Desa Mojorejo.

11. Reels

Fitur reels dimanfaatkan untuk mengunggah video dengan durasi sekitar 15 menit. KIM Mojorejo dalam Instagram pemerintah desa Mojorejo menggunakan reels untuk membagikan recap kegiatan yang ada di Desa Mojorejo, seperti kegiatan produksi konten podcast, selamatan desa, dan lainnya.

12. Mention

Mentions adalah fitur menyebut akun pengguna lain. Pada Instagram Pemerintah Desa Mojorejo fitur ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi dengan warganya.

13. Repost

Fitur repost atau memposting ulang pada Instagram pemerintahan Desa Mojorejo dimanfaatkan untuk memposting ulang postingan atau stories dari para warga yang membagikan kegiatan desa.

14. Live streaming

Fitur live streaming digunakan untuk melakukan siaran langsung, dengan adanya fitur ini pengguna dapat berinteraksi dengan followers secara real-time.

Melalui Instagram yang memiliki fungsi dan manfaat cukup baik dapat dimanfaatkan oleh sebuah instansi pemerintahan maupun organisasi, pengguna Instagram akan banyak mendapatkan informasi mengenai sosial, transportasi, lalu lintas, Kesehatan dan lain-lain. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram komunikasi akan terjalin secara lancar pada era digital saat ini (Hakim et al., 2024).

Pemanfaatan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan proses, cara, dan perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan adalah proses dan cara yang melibatkan penggunaan suatu hal guna mencapai tujuan tertentu. Pemanfaatan jika dikaitkan dengan jaringan internet dalam hal ini adalah media

sosial Instagram yang berarti sebagai proses penggunaan Instagram sebagai alat untuk menyebarkan informasi.

Pemanfaatan Instagram dalam penyebaran informasi memiliki beberapa manfaat yaitu berpotensi meningkatkan transparansi, kedekatan dengan masyarakat, selain itu dengan pemanfaatan instaram akan mendukung pelayanan publik serta membangun citra pemerintahan khususnya pemerintah desa sebagai institusi yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Menurut (Nabila Ulayya et al., 2022)terdapat lima manfaat yang bisa dirasakan oleh pemerintahan apabila memanfaatkan media sosial:

1. Untuk siaran, dalam penyiaran informasi dapat dilakukan satu arah yang dapat menjangkau seluruh pengguna atau masyarakat untuk mendapatkan informasi.
2. Dialog, yang artinya dapat memfasilitasi perbincangan antara masyarakat dengan instansi pemerintahan terkait.
3. Untuk manajemen pengetahuan yang dapat dimanfaatkan untuk menyimpan, memelihara, dan pengambilan pengetahuan yang diinformasikan.
4. Kolaborasi, yang dimanfaatkan sebagai bentuk melakukan aksi nyata dan kerja sama berdasarkan hasil yang sudah ditentukan.
5. Untuk ber sosialisasi yang dapat menghasilkan hubungan antar pengguna.

Instagram memiliki banyak fitur yang jika dimanfaatkan secara baik dan kreatif akan berdampak positif bagi penggunaanya. Adapun beberapa fitur dalam Instagram yang dapat dimanfaatkan dalam proses penyebaran informasi yaitu unggah foto dan video, teks, followes, stories, caption, komentar, hastag/tagar, like, direct message (dm), geotagging, reels, feed, mention, repost, dan live streaming.

2.2.1 Proses Produksi Konten

Keberhasilan penyebaran informasi melalui Instagram tidak terlepas dari proses produksi konten yang dilakukan oleh pengelola media sosial. Setiap konten

yang dipublikasikan merupakan hasil dari serangkaian tahapan yang melibatkan proses perencanaan, pengumpulan informasi, penyusunan materi, hingga penyebaran kepada masyarakat. Instagram merupakan aplikasi yang populer di kalangan anak muda. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan membagikan foto maupun video yang juga dapat dipadukan dengan musik.

Media sosial Instagram sebagai media baru dalam era digital sekarang menjadikannya sebagai aplikasi yang sering dimanfaatkan masyarakat sebagai hiburan, mencari informasi, maupun sebagai instansi pemerintahan untuk melakukan penyebaran informasi di daerahnya. Proses produksi konten Instagram dilakukan dengan beberapa tahapan yang diuraikan sebagai berikut (Khalisah et al., 2025) :

1. Tahap Pra-produksi

Pra-produksi merupakan tahap awal yang berfokus pada proses perencanaan konten. Pada tahap ini dilakukan penentuan topik yang relevan dengan kebutuhan audiens, penyusunan konsep, penulisan naskah, hingga penentuan judul yang menarik. Selain itu, tim juga melakukan riset mengenai tren media sosial agar konten yang diproduksi sesuai dengan preferensi pengguna Instagram.

Naskah yang telah disusun kemudian melalui proses evaluasi dan persetujuan sebelum memasuki tahap produksi. Perencanaan yang matang bertujuan agar pesan yang disampaikan jelas, mudah dipahami, dan mampu menarik perhatian masyarakat sejak awal

2. Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan proses pelaksanaan pembuatan konten sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Kegiatan utama pada tahap ini meliputi pengambilan gambar atau video, penentuan lokasi, serta pengarahan teknis selama proses dokumentasi berlangsung.

Produksi konten tidak hanya menitikberatkan pada kualitas informasi, tetapi juga memperhatikan aspek visual seperti komposisi gambar, sudut

pengambilan (angle), pencahayaan, dan estetika visual. Penyajian visual yang menarik bertujuan meningkatkan daya tarik konten sehingga informasi lebih mudah dipahami dan mampu mempertahankan perhatian audiens. Selain itu, proses produksi sering melibatkan berbagai pihak agar konten yang dihasilkan lebih autentik dan relevan dengan kondisi masyarakat

3. Tahap Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan tahap penyempurnaan hasil produksi sebelum dipublikasikan. Tahapan ini meliputi proses editing video, penambahan elemen grafis, penyisipan subtitle, pemilihan musik latar, penyusunan caption, serta pemeriksaan akhir terhadap kualitas konten.

Selain penyuntingan, dilakukan pula evaluasi terhadap hasil konten sebelum dipublikasikan untuk memastikan pesan telah tersampaikan secara jelas dan sesuai dengan tujuan komunikasi. Setelah konten diunggah, tim melakukan evaluasi berdasarkan performa konten, seperti jumlah tayangan, tingkat keterlibatan (engagement), komentar, dan respons audiens. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan perbaikan dalam produksi konten berikutnya agar kualitas dan efektivitas penyampaian informasi terus meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa proses produksi konten Instagram merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahapan memiliki peran yang saling berkaitan dalam menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada khalayak. Perencanaan yang matang, pelaksanaan produksi yang terarah, serta evaluasi terhadap hasil publikasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas konten dan efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram. Oleh karena itu, pemahaman mengenai proses produksi konten menjadi landasan yang penting dalam menganalisis bagaimana akun Instagram **@pemdesmojorejo_official** dan **@mojorejotv** mengelola, memproduksi, dan menyebarluaskan informasi publik kepada masyarakat melalui media sosial.

2.2.2 Instagram sebagai Informasi

Informasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni pernyataan, gagasan, keterangan, atau tanda-tanda yang memuat makna atau nilai. Menurut Kelly (2011) dalam Efendi et al (2023) informasi merupakan data yang diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penerima dan dapat bermanfaat dalam membuat Keputusan. Informasi adalah hasil dari proses data yang bermanfaat bagi para pengguna. Informasi disajikan dalam bentuk kumpulan data yang diproses, diolah, lalu disesuaikan dengan data yang memiliki makna untuk pengguna. Informasi penting untuk memberikan data yang terbaru yang dapat dipercaya, dengan adanya informasi terbaru ketika informasi yang didasarkan pada fakta yang tepat dan jelas dari laporan berita tertentu (Hakim et al., 2024).

Informasi memiliki peran penting terletak pada keahliannya dalam memberikan pengetahuan, pandangan, dan pemahaman terhadap topik atau situasi yang sedang terjadi. Di era digital saat ini, informasi dapat disiarkan melalui media sosial atau beragam platform online dan internet lainnya. Informasi dapat ditampilkan dalam bentuk gambar dan video yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan publik. Menurut Hakim et al (2024) media sosial khususnya Instagram berperan penting sebagai sumber informasi yang penting dalam kehidupan masyarakat di era digital, dimana Instagram berperan dalam membentuk opini masyarakat, dapat memperluas koneksi masyarakat, dan dapat memberikan partisipasi masyarakat ke dalam berbagai berita saat ini.

Berawal dari perkembangan Instagram dari sebuah aplikasi untuk membagikan foto dan video, saat ini telah berkembang menjadi aplikasi tempat bertukar informasi yang cukup efektif. Instagram telah dimanfaatkan oleh berbagai organisasi, perusahaan, lembaga, komunitas maupun instansi pemerintahan sebagai sarana penyebaran informasi. Berbagai informasi mengenai sosial budaya, politik, hingga berita terbaru saat ini tersedia di instagram, hal ini menunjukkan bahwa instagram telah bertransformasi menjadi platform sumber informasi yang bersifat serba ada. Sependapat dengan Utami & Yulianti (2022)

dalam media sosial banyak orang yang memberikan informasinya karena dapat diakses ke berbagai seluruh penjuru dunia, dengan pendapat tersebut membuktikan bahwa instagram menjadi pusat semua orang untuk berbagi informasi.

2.2.3 Instagram sebagai Hiburan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hiburan adalah sesuatu yang dapat menghibur hati. Instagram diciptakan dan dirancang sebagai platform media sosial yang menekankan pada ketertarikan pengguna dalam format gambar dan video serta mengedepankan keindahan visualnya. Instagram juga bisa dimanfaatkan sebagai hiburan dari kegiatan sehari-hari dengan menikmati berbagai konten yang menarik, ringan, dan menghibur. Instagram sebagai hiburan sependapat dengan penelitian Basuni & Rahma (2019) yang menunjukkan bahwa yang menjadi salah satu tujuan utama penggunaan instagram adalah sebagai hiburan selain menjadi pusat informasi dan interaksi sosial. Konten di instagram menawarkan berbagai konten mulai dari tutorial, tips, gaya hidup sampai komedi.

Pemanfaatan instagram sebagai hiburan juga bermanfaat sebagai sarana pelepas penat psikologis dan pengendalian emosi, terutama setelah kegiatan rutin sehari-hari dan aktivitas akademik (Ibrahim & Alfakhor, 2026). Hal ini terjadi karena instagram menawarkan konten visual yang menarik, sehingga pikiran dapat beristirahat sejenak dari semua beban, dengan melihat konten yang menghibur pengguna dengan sangat mudah memperbaiki suasana hatinya kembali dan merasa lebih santai yang secara tidak langsung membantu menjaga keseimbangan mental agar tidak mudah jenuh.

2.3 Instagram sebagai Media Difusi Informasi

Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), difusi memiliki beberapa arti yaitu (1) penyebaran, penghamburan atau pemencaran sesuatu dari satu pihak ke pihak lain, (2) proses penyebaran tidak akan terhalang oleh perbedaan bahasa, karena manusia akan terus belajar melalui tindakan nyata

dengan belajar hal baru (inovasi). Menurut Rogers (1983) dalam Wahid Nashihuddin (2016) konsep difusi informasi lahir dari konsep difusi inovasi, difusi proses inovasi informasi dimana informasi dikomunikasikan melalui saluran kepada anggota yang tergabung di dalam jaringan sosial kepada seluruh anggota. Komunikasi dalam difusi informasi terjadi dalam dua orang atau lebih yang digunakan untuk melakukan pertukaran ide dan pesan. Terjadinya proses difusi ditandai dengan adanya perubahan sosial, yang berarti keberhasilan penyebaran suatu informasi baru hanya bisa dilihat ketika masyarakat mulai mengubah perilaku setelah mendapatkan informasi tersebut.

Menurut Rogers (2003) dalam Mandala & Zendra (2025), proses difusi informasi dipengaruhi oleh beberapa elemen utama, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Berikut penjabarannya:

1. Inovasi yakni penyampaian pengetahuan baru, termasuk persuasi serta pengambilan keputusan. Terdapat empat karakteristik inovasi diantaranya yakni (a) keuntungan relative (*relative advantage*), (b) kompatibilitas (*compatibility*), (c) kompleksitas (*complexity*), (d) uji coba (*triability*).
2. Saluran komunikasi adalah bertujuan untuk berbagi informasi dan pengetahuan guna mendapatkan pemahaman yang sama. Dalam berkomunikasi mengaitkan beberapa hal diantaranya individu yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berhubungan topik pembicaraan, inovasi, saluran komunikasi untuk menghubungkan komunikan dan komunikator, serta memiliki inovasi yang belum pernah ditemui orang lain.
3. Waktu, aspek yang mempengaruhi proses difusi informasi.
4. Sistem sosial yaitu tatanan yang berkaitan guna mengatasi masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama. Seorang pemimpin harus mampu mengambil keputusan untuk mendapatkan suatu inovasi.

Ke empat elemen di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik menjadi penting dengan format

konten visual yang inovatif, interaksi melalui fitur-fitur yang disediakan oleh instagram, kecepatan penyebaran informasi yang disebarkan, dan jaringan digital yang luas.

Informasi publik adalah segala bentuk informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/ diterima oleh badan publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan kepentingan publik. Informasi ini mencakup kebijakan, program, kegiatan, serta penggunaan anggaran oleh lembaga pemerintah yang wajib diketahui masyarakat untuk menjamin transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik. Tujuan informasi publik adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan keterbukaan dan partisipasi masyarakat dalam pemerintahan
- b. Memperkuat kontrol publik terhadap penyelenggaraan negara
- c. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mengatur bahwa setiap warga negara berhak untuk memperoleh informasi publik sebagai bagian dari hak asasi (Nuriyatman et al., 2022). Setiap badan publik memiliki kewajiban untuk menyajikan informasi yang valid, dapat dipercaya, dan tidak menyesatkan, serta membangun sistem informasi dan dokumentasi yang mudah diakses oleh masyarakat.

Keterbukaan informasi publik membagi ke dalam 4 kategori utama yang bertujuan untuk mengatur cara penyampaian dan pengelolaan informasi oleh badan public agar sesuai dengan prinsip pelayanan public yang transparan, efektif, dan efisien, berikut penjelasannya (Sintar, 2019):

1) Informasi yang wajib diumumkan secara berkala

Kategori ini mencakup informasi yang wajib diumumkan kepada publik secara teratur dan tanpa permintaan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi dasar dan strategis tentang badan publik

kepada masyarakat umum sehingga mereka dapat mengawasinya secara berkala. Informasi ini mencakup:

- Profil desa (visi, misi, Sejarah, dan struktur pemerintahan)
- Struktur organisasi dan program kerja (susunan perangkat desa serta uraian tugas dan rencana kegiatan tahunan)
- Informasi anggaran dan perencanaan (APBDes/ APBN, rincian pendapatan dan belanja, dan laporan keuangan)

Informasi umumnya didistribusikan melalui laporan tahunan, website resmi, papan pengumuman, dan media sosial.

2) Informasi yang wajib diumumkan serta merta

Dalam situasi atau peristiwa tertentu yang berdampak luas pada masyarakat, informasi seperti ini harus segera diumumkan kepada publik untuk keselamatan dan hak hidup individu. Informasi ini mencakup:

- Kondisi darurat atau bencana alam
- Wabah penyakit menular termasuk informasi tentang pencegahan, penanganan, dan penyebaran bantuan Kesehatan
- Kejadian penting lainnya seperti kecelakaan massal, kebijakan pembatasan, atau situasi krisis lainnya yang mengganggu kehidupan masyarakat

3) Informasi yang wajib tersedia setiap saat

Badan publik bertanggung jawab untuk menyediakan dan mengelola informasi ini dengan baik serta membuatnya mudah diakses. Informasi ini mencakup:

- Hasil musyawarah, SK Kepala Desa, dan Keputusan strategis lainnya adalah contoh dokumen yang termasuk dalam kategori ini
- Prosedur kerja dan standar layanan (pengajuan surat, permohonan bantuan, atau pengaduan masyarakat)

- Pengelolaan keuangan (pengadaan barang dan jasa, gaji perangkat desa, dan sumber dana pembangunan)

4) Informasi yang dikecualikan

Meskipun prinsip keterbukaan sangat dihargai, ada informasi tertentu yang tidak boleh dipublikasi karena strategis atau membahayakan karena dapat membahayakan kepentingan pribadi atau nasional, dilarang oleh undang-undang. Informasi ini mencakup:

- Informasi yang dapat mengancam stabilitas ekonomi negara (data perbankan strategis atau rencana investasi pemerintah)
- Privasi individu (rekam media, data pribadi, masalah hukum warga yang belum berlaku)

Informasi yang dikecualikan tetap harus dicatat oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), tetapi prosedur ketat diperlukan untuk memberikannya kepada pihak yang berwenang. Dengan memahami keempat kategori informasi publik ini, lembaga publik seperti pemerintahan desa dan lembaga penyiaran dapat melakukan tugasnya dengan jelas dan sesuai undang-undang. Sementara itu, masyarakat sebagai pengguna informasi akan memiliki pedoman yang jelas tentang hak mereka untuk mendapatkan akses ke berbagai jenis informasi yang diperlukan untuk tata kelola pemerintahan demokratis dan kehidupan publik.

Informasi publik harus terbuka untuk semua orang. Selain berdasarkan keyakinan bahwa data tersebut dimiliki oleh publik, hal itu mempertimbangkan pentingnya prinsip demokrasi dan masyarakat sipil. Namun, perlu diingat bahwa tidak semua informasi tertentu tidak dapat diakses secara publik. Informasi yang tidak dapat diakses termasuk informasi yang dapat mengganggu proses penegakan

hukum, mengancam hak dan kekayaan intelektual, membahayakan pertahanan dan keamanan nasional, dan mengganggu hubungan baik antara negara republik.

2.4 Teori New Media

Teori New Media merupakan teori yang dicetuskan oleh Pierre Levy. Menurut Arif et al., (2023) dalam buku New Media Teori dan Aplikasi (2011:30) menyatakan bahwa media baru merupakan teori yang membicarakan tentang perkembangan media. Sependapat dengan Mamis (2020), teori new media membahas tentang perkembangan media dari media konvensional menuju media digital. Teori new media juga berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi termasuk media sosial. Pierre Levy mengemukakan bahwa dalam teori new media terdapat dua sudut pandang (Mamis, 2020), yaitu sebagai berikut:

1. Pandangan interaksi sosial, menurut pandangan Pierre Levy World Wide Web (WWW) berarti informasi yang terbuka, dinamis, dan fleksibel yang dapat menjadikan masyarakat mendapatkan pengetahuan baru dan dapat berpartisipasi dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan hanya dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebaran tetapi juga bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat untuk mempererat kedekatan dengan orang atau masyarakat lain.

Teori new media berperan penting dalam membentuk opini publik, memudahkan partisipasi Masyarakat, dan memperluas jaringan sosial (Hakim et al., 2024). Media baru menawarkan konvergensi, digitalisasi, interaktivitas, penambahan berita serta pengembangan jaringan yang berhubungan dengan proses distribusi informasi. Media baru memungkinkan pengguna untuk tidak hanya memberikan kendali penuh atas jenis informasi yang dikonsumsi tetapi juga dalam mengelola arus informasi serta mengambil keputusan secara mandiri. Mondry

(2008) dalam Feroza & Misnawati (2021) menyatakan bahwa New Media merupakan media online yang berbasis teknologi memiliki sifat fleksibel dan interaktif serta dapat berfungsi secara publik ataupun privat dengan syarat penggunaan internet. Teori new media merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang berhasil membawa manusia ke era baru, secara sederhana new media berkembang dari era media konvensional ke era media digital (Mamis, 2020).

Seiring berkembangnya teknologi digital, media baru hadir dengan karakteristik yang beragam yang menjadi pembeda dengan media konvensional. Berikut karakteristik new media (Indrawan & Ilmar, 2020):

1. Digitality

Digitality atau digital merupakan data yang diolah menjadi output berbentuk fisik seperti konten yang dapat dilihat langsung oleh Masyarakat.

2. Interactivity

Interaktif artinya proses komunikasi yang terjadi diantara individu, media baru menjadi penghubung dengan pengguna lain. Dalam komunikasi adanya dua pengguna yang saling terhubung menjadi hal yang diwajibkan.

3. Hypertextual

Hypertextual adalah sebuah tautan atau biasanya disajikan dalam bentuk potongan teks apabila diakses akan terhubung langsung dengan halaman website. Hypertextual akan memudahkan pengguna dalam mengakses sebuah website.

4. Virtual

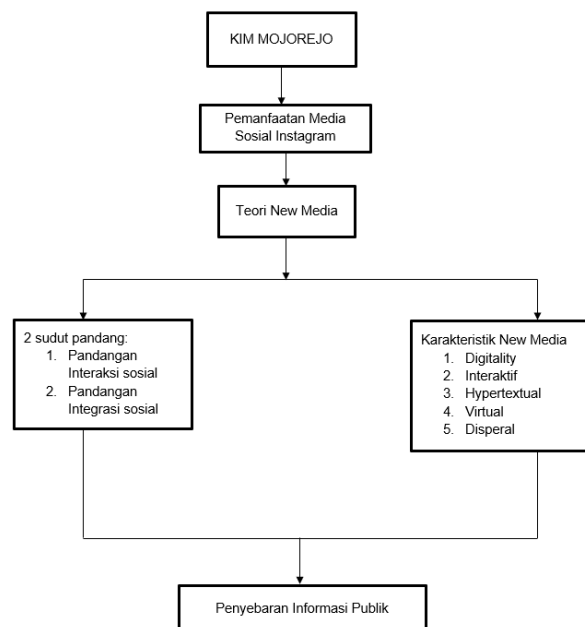
Virtual dalam new media memiliki arti bahwa ia mampu menciptakan sebuah lingkungan atau ruang sosial berbasis teknologi yang mensimulasikan realitas fisik. Sehingga nantinya fungsi publikasi informasi tetap terasa nyata bagi Masyarakat.

5. Dispersal (Penyebaran)

Penyebaran yang dimaksudkan yaitu proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi yang mandiri. Informasi public yang disampaikan tidak lagi bergantung pada media massa besar, melainkan dikelola langsung oleh pemerintahan untuk memnuhi kebutuhan informasi spesifik warganya.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir ini dijadikan landasan penulis dalam memahami bagaimana KIM Mojorejo memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi publik di desa. Melalui kerangka berfikir ini, penulis dapat menganalisis strategi serta pola penyebaran informasi public yang dilaksanakan oleh KIM Mojorejo dalam mengoptimalkan media sosial Instagram. Dengan demikian, kerangka berfikir menjadi acuan dalam melihat bagaimana Instagram mampu berperan sebagai media penyebaran informasi public yang mampu bagi pemerintah Desa Mojorejo.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir (sumber: peneliti 2026)

2.6 Penelitian Terdahulu

2.7 Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, penulis, dan tahun	Persamaan	Perbedaan	Kontribusi
1	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebagai Media Informasi Masyarakat (Triani & Saleh (2024))	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas instagram sebagai media komunikasi pemerintahan untuk menyebarkan informasi.	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada instagram dinas pemerintahan kota dalam instagram dimanfaatkan untuk peningkatan kualitas informasi dan menghadapi hoax serta komentar yang negatif, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada pemanfaatan instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik	Sebagai landasan bahwa instagram efektif dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi pemerintahan, instagram dapat meningkatkan keterbukaan dan partisipasi masyarakat.

			yang dilaksanakan di tingkat desa	
2	Pemanfaatan Media Sosial Instagram @tangerangkota Oleh Pemerintah Daerah Kota Tangerang Dalam Meningkatkan Kualitas Media Informasi Digital (Apriyansa, et all 2025)	Persamaan sama-sama membahas tentang pemanfaatan instagram sebagai penyebaran informasi oleh instansi pemerintahan	Penelitian terdahulu fokus pada akun instagram pemerintahan daerah provinsi dengan menggunakan teori SOME. Sedangkan penelitian peneliti menekankan pada pemanfaatan Instagram sebagai sarana komunikasi antara pemerintahan desa dengan masyarakat, termasuk bagaimana fitur-fitur Instagram digunakan untuk membangun interaksi dan	Memberikan kontribusi mengenai penggambaran strategi pemanfaatan dan pengelolaan instagram pemerintah dalam penyebaran informasi publik, terutama dalam penyajian konten, interaksi dengan audiens

			penyebaran informasi.	
3	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z	Sama-sama meneliti penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi.	Penelitian terdahulu berfokus pada perilaku konsumsi informasi oleh Generasi Z, sementara penelitian penulis berfokus pada peran organisasi KIM di tingkat desa dan membahas tentang pemanfaatan Instagram.	Penelitian terdahulu memberikan Gambaran mengenai efektivitas Instagram dari sisi pengguna/ audiens yang dapat menjadi dasar untuk memahami mengapa platform tersebut dipilih. Penelitian peneliti melengkapi dengan perspektif dari sisi pengelola informasi khususnya dalam instansi pemerintahan desa

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan, bahwa kajian mengenai pemanfaatan media sosial khususnya Instagram oleh komunitas lokal di tingkat pedesaan masih memerlukan penelitian lebih mendalam. Melalui penelitian ini penulis berusaha untuk mengisi celah dengan memfokuskan bagaimana KIM Mojorejo memanfaatkan Instagram sebagai saluran utama penyebaran informasi publik.