

Pemanfaatan Konten Instagram @kantahkotasurakarta Dalam Menyampaikan Informasi Pada Masyarakat

Utilization Of Instagram Content @kantahkotasurakarta In Conveying Information To The Public

Septi Rizma Putri , Andri Astuti Itasari, S.Sos., M.I.Kom

Ilmu Komunukasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, UNIVERSITAS

Slamet Riyadi Surakarta

Email : septirizmaputri@gmail.com

Abstrak

Media sosial menjadi sarana strategis bagi lembaga publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial populer di Indonesia, telah dimanfaatkan oleh Kantor Pertanahan Kota Surakarta melalui akun resmi @kantahkotasurakarta untuk memberikan informasi mengenai layanan pertanahan, kebijakan, hingga inovasi sertifikat elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemanfaatan konten Instagram BPN Surakarta dengan menggunakan teori 4C (Context, Communication, Collaboration, dan Connection). Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi unggahan konten, serta dokumentasi data sekunder. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Context terlihat dari konten visual edukatif dengan bahasa sederhana dan visual menarik; Communication ditunjukkan oleh adanya komunikasi dua arah melalui komentar dan direct message; Collaboration diwujudkan melalui kerja sama dengan Kementerian ATR/BPN, Kanwil, dan komunitas lokal; serta Connection terbangun melalui konsistensi unggahan dan interaksi yang berkelanjutan. Penelitian menyimpulkan bahwa Instagram menjadi media efektif dalam mendukung komunikasi publik yang lebih interaktif, transparan, dan partisipatif di lingkungan BPN Surakarta.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Teori 4C, Komunikasi Publik.

Abstract

Social media has become a strategic tool for public institutions to convey information to the public. Instagram, as one of the most popular social media platforms in Indonesia, has been utilized by the Surakarta City Land Office through its official account @kantahkotasurakarta to provide information about land services, policies, and innovations in electronic certificates. This study aims to determine the strategy for utilizing the Surakarta BPN's Instagram content using the 4C theory (Context, Communication, Collaboration, and Connection). The study uses a descriptive qualitative method, with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation of content uploads, and secondary data documentation. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model. The results of the study show that Context is evident in educational visual content with simple language and attractive visuals; Communication is demonstrated by two-way communication through comments and direct messages; Collaboration is manifested through cooperation with the Ministry of Agrarian Affairs and Spatial Planning/National Land Agency, Regional Offices, and local communities; and Connection is built through consistent uploads and continuous interaction. The

study concluded that Instagram is an effective medium in supporting more interactive, transparent, and participatory public communication within the BPN Surakarta environment.

Keywords: *Instagram, Social Media, 4Cs Theory, Public Communication.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam cara masyarakat mengakses dan mengelola informasi (Wasono & Handini, 2019). Media sosial hadir tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang publik yang strategis bagi lembaga pemerintahan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, interaktif, dan efisien (Afandi, 2019).

Indonesia termasuk negara dengan tingkat penetrasi media sosial yang tinggi. Laporan *We Are Social* (2024) menyebutkan bahwa pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 100 juta. Hal ini menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial dengan basis pengguna terbesar di Asia Tenggara. Dengan karakteristik berbasis visual, Instagram menawarkan cara penyajian pesan yang lebih menarik dan mudah dipahami (Rini, 2018).

Kantor Pertanahan Kota Surakarta (BPN Surakarta) merupakan lembaga publik yang memanfaatkan Instagram melalui akun resmi @kantahkotasurakarta sebagai saluran komunikasi publik. Akun ini digunakan untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan pemerintah, layanan pertanahan, hingga inovasi digital berupa

sertifikat elektronik. Pemanfaatan media sosial ini merupakan respons terhadap tuntutan masyarakat akan pelayanan publik yang transparan, cepat, dan mudah diakses (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Fenomena penggunaan media sosial oleh lembaga publik telah menjadi perhatian penelitian terdahulu. Misalnya, Puspitarini dan Nuraeni (2019) menyebutkan bahwa media sosial mampu menjembatani komunikasi pemerintah dengan masyarakat melalui penyajian informasi interaktif. Sementara itu, Hanifah dan Dzuhrina (2024) menekankan pentingnya literasi digital agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara optimal oleh masyarakat. Namun, penelitian khusus mengenai pemanfaatan Instagram oleh lembaga pertanahan masih terbatas, sehingga penelitian ini menawarkan kebaruan dengan fokus pada praktik komunikasi digital di BPN Surakarta.

Untuk menganalisis strategi komunikasi digital, penelitian ini menggunakan kerangka teori 4C dari Chris Heur, yaitu *Context, Communication, Collaboration, dan Connection* (Susetyarsi & Harminingtyas, 2021). Teori ini menekankan pentingnya kesesuaian konten dengan kebutuhan audiens, interaksi dua arah, kolaborasi dengan pihak lain, serta keterhubungan

berkelanjutan. Dengan menggunakan teori 4C, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana lembaga publik dapat memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi publik yang efektif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk memahami secara komprehensif proses, dinamika, dan makna di balik praktik komunikasi digital yang terjadi dalam konteks tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak hanya menggali data permukaan, tetapi juga menelusuri lebih dalam pengalaman, persepsi, serta interpretasi para pelaku komunikasi digital. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas komunikasi yang berlangsung serta wawancara mendalam dengan narasumber yang dianggap relevan, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh, kontekstual, dan kaya makna mengenai fenomena yang diteliti.

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Pertanahan Kota Surakarta, dengan objek utama berupa akun Instagram resmi @kantahkotasurakarta yang aktif digunakan untuk menyampaikan

informasi publik kepada masyarakat.

Sumber Data

1. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan admin pengelola akun Instagram serta beberapa followers aktif.
2. Data sekunder berupa dokumentasi unggahan konten, insight akun Instagram, serta literatur mengenai komunikasi digital dan media sosial.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara: dilakukan dengan admin media sosial BPN Surakarta dan beberapa masyarakat pengguna Instagram.
2. Dokumentasi: tangkapan layar konten, data engagement, jumlah followers, serta arsip publikasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi:

1. Reduksi data - memilah data penting dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Penyajian data - menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, maupun deskripsi visual.
3. Penarikan kesimpulan - merumuskan hasil analisis sesuai tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram @kantahkotasurakarta sebagai sarana komunikasi publik oleh Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota

Surakarta. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori 4C yang dikemukakan Chris Heuer, yaitu *Context, Communication, Collaboration*, dan *Connection*. Data diperoleh melalui wawancara dengan tim pengelola media sosial, observasi langsung terhadap akun, serta dokumentasi aktivitas konten dan interaksi audiens.

Context

Hasil observasi menunjukkan bahwa konten Instagram @kantahkotasurakarta disusun dengan gaya visual edukatif dan bahasa sederhana. Admin menjelaskan:

"Kami berusaha membuat konten dengan bahasa sederhana, visual yang menarik, dan sesuai tren digital. Kalau informasinya kaku, masyarakat malas membacanya." (Wawancara, 2025) Contoh konten adalah infografis prosedur pendaftaran tanah dan reels mengenai sertifikat elektronik. Dengan pendekatan ini, informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami.

Communication

Instagram memungkinkan komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat. Akun ini aktif merespons komentar dan pertanyaan melalui *direct message*. Salah satu informan menyebutkan:

"Kalau tanya lewat DM, biasanya cepat dijawab. Rasanya lebih praktis daripada datang ke kantor." (Wawancara dengan followers, 2025) Respons cepat tersebut membangun kedekatan dan meningkatkan

kepercayaan publik.

Collaboration

Kolaborasi merupakan salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi digital. Akun @kantahkotasurakarta tidak berjalan sendiri, tetapi sering membagikan konten dari Kementerian ATR/BPN maupun Kantor Wilayah. Misalnya, dalam kampanye sertifikat elektronik, BPN Surakarta mengunggah konten resmi dari kementerian sekaligus menyesuaikannya dengan konteks lokal di Surakarta. Selain itu, kolaborasi juga terjalin dengan komunitas masyarakat, seperti kelompok tani atau organisasi lokal, untuk menyebarluaskan informasi terkait program sertifikasi tanah. Dengan demikian, kolaborasi ini memperluas jangkauan pesan dan memperkaya variasi konten.

Connection

Koneksi jangka panjang dengan audiens dibangun melalui konsistensi unggahan dan pemanfaatan fitur highlight. Konten yang bersifat penting, seperti prosedur layanan atau pengumuman resmi, disimpan dalam highlight sehingga dapat diakses kapan saja oleh masyarakat. Berdasarkan dokumentasi akun, jumlah followers meningkat signifikan dalam tiga tahun terakhir.

Tabel 1:

Pertumbuhan Followers Akun Instagram @kantahkotasurakarta

Tahun	Jumlah Followers	Engagement (%)
2022	± 5.000	3,1
2023	± 8.500	4,2

2024	± 12.000	5,0
2025	± 15.000	6,3

Sumber: Dokumentasi Akun
@kantahkotasurakarta (2025)

Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital BPN Surakarta berhasil membangun koneksi yang berkelanjutan dengan masyarakat.

Analisis Temuan

Hasil penelitian ini sejalan dengan Puspitarini dan Nuraeni (2019) yang menegaskan bahwa media sosial efektif dalam komunikasi publik. Penelitian ini juga memperkuat temuan Hanifah dan Dzuhrina (2024) mengenai pentingnya literasi digital. Kebaruan penelitian ini adalah penerapan teori 4C pada lembaga pertanahan, yang memperlihatkan bahwa strategi komunikasi berbasis media sosial dapat memperkuat transparansi dan partisipasi publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram @kantahkotasurakarta oleh Kantor Pertanahan Kota Surakarta merupakan strategi komunikasi digital yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi publik yang cepat, transparan, dan mudah dipahami. Konten yang disajikan dalam bentuk infografis, reels, dan unggahan visual lainnya terbukti mampu menyederhanakan informasi yang kompleks terkait pertanahan, sehingga masyarakat lebih mudah memahami prosedur layanan. Interaksi dua arah melalui

kolom komentar, pesan langsung, serta fitur interaktif lainnya memperlihatkan adanya hubungan komunikasi yang partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga terlibat aktif dalam proses komunikasi. Kolaborasi dengan kementerian, kantor wilayah, maupun komunitas lokal semakin memperkuat kredibilitas pesan dan memperluas jangkauan audiens. Sementara itu, konsistensi unggahan serta pemanfaatan data insight Instagram membantu lembaga dalam menjaga kedekatan jangka panjang dengan pengikutnya. Dengan demikian, keberhasilan pengelolaan akun ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan, kedekatan emosional, dan partisipasi publik. Dari sisi akademis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital dengan menegaskan relevansi teori 4C dalam konteks lembaga publik, sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi instansi pemerintah lainnya dalam mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2019). *Media Sosial dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Hanifah, D., & Dzuhrina, I. (2024). Literasi digital dan komunikasi publik di era media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 12–23.

- Mahmudah, N., & Rahayu, S. (2020). Pemanfaatan hashtag dalam strategi komunikasi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 145–156.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. London: Sage.
- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial untuk komunikasi publik. *Jurnal Komunikasi Massa*, 3(2), 45–56.
- Rini, A. (2018). Instagram sebagai media eksplorasi kreativitas generasi milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 33–42.
- Susetyarsi, T., & Harminingtyas, R. (2021). Pengaruh strategi promosi melalui social media (Context, Communication, Collaboration, Connection) terhadap minat beli konsumen (Studi kasus Old Man Store, Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 13(1), 21–34. <https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/498/318>
- Wasono Adi, & Handini Prabawati. (2019). Engagement media sosial: strategi komunikasi di era digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 67–78.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com>