



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 6448-6458

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Peran Instagram @BPAD\_Jakarta Dalam Penyebaran Informasi dan Edukasi Publik Oleh Badan Pengelola Aset Daerah

Lina Apriyana<sup>1</sup>, Liliyana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta

<sup>2</sup>Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta

[linaapriyana23@yahoo.co.id](mailto:linaapriyana23@yahoo.co.id), <sup>2</sup> [liliyana.lya@bsi.ac.id](mailto:liliyana.lya@bsi.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong instansi pemerintah untuk mengadaptasi strategi komunikasi publik yang lebih terbuka, interaktif, dan berbasis media digital. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu platform strategis yang dimanfaatkan pemerintah dalam menyampaikan informasi, edukasi, serta membangun keterlibatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran akun Instagram @bpad\_jakarta dalam penyebaran informasi dan edukasi publik terkait pengelolaan aset daerah dengan menggunakan teori 4C, yaitu Content, Context, Connectivity, dan Continuity. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi terhadap konten Instagram @bpad\_jakarta, serta studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pengelola media sosial dan humas BPAD Jakarta. Analisis data dilakukan dengan mengkaji strategi komunikasi BPAD berdasarkan keempat elemen teori 4C. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPAD Jakarta telah memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi publik secara cukup efektif. Dari aspek Content, BPAD menyajikan informasi pengelolaan aset daerah secara edukatif dengan pengemasan visual yang konsisten dan informatif. Pada aspek Context, pesan disusun dengan bahasa yang lebih komunikatif dan disesuaikan dengan karakteristik audiens, khususnya generasi muda, guna meminimalkan ambiguitas makna. Aspek Connectivity tercermin melalui pemanfaatan fitur interaktif Instagram serta koordinasi lintas instansi, meskipun interaksi dua arah dengan audiens masih perlu ditingkatkan. Sementara itu, aspek Continuity menunjukkan adanya perencanaan konten jangka panjang dan penjadwalan unggahan yang terstruktur, meskipun konsistensi unggahan masih dipengaruhi oleh dinamika kegiatan internal instansi.

**Kata kunci:** Komunikasi Publik, Media Sosial, Instagram, Teori 4C, Pengelolaan Aset Daerah, BPAD Jakarta

### 1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara signifikan cara instansi pemerintah menyampaikan informasi kepada publik. Perubahan ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi baru, tetapi juga berdampak pada perilaku masyarakat dalam mengakses, memproses, dan menanggapi informasi. Dalam era digital, masyarakat cenderung menuntut informasi yang cepat, mudah dijangkau, serta dikemas secara menarik, kondisi ini mendorong pemerintah untuk menyesuaikan diri dengan pola komunikasi yang lebih adaptif, responsif, dan interaktif. Pada masa Revolusi Industri 4.0, media sosial memegang peranan strategis dalam komunikasi publik karena mampu menjangkau *audiens* yang luas dengan cepat serta memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang lebih intens dibandingkan media konvensional seperti surat kabar atau penyiaran. Melalui media sosial, pemerintah dapat menyajikan informasi secara lebih inovatif dengan memanfaatkan visual, video singkat, infografis, serta narasi yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai lapisan Rahman et al. (2017).

Selain itu, kehadiran media sosial memungkinkan terwujudnya komunikasi dua arah yang tidak dapat difasilitasi oleh media konvensional. Masyarakat memiliki kesempatan untuk secara langsung memberikan tanggapan, mengajukan pertanyaan, serta menyampaikan kritik, keluhan, maupun saran yang dapat segera direspons oleh instansi pemerintah. Pola interaksi yang lebih aktif dan terbuka ini berperan dalam

meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintahan. Seiring perkembangan tersebut, pemerintah dan berbagai institusi publik semakin memanfaatkan platform digital,

termasuk Instagram, sebagai sarana strategis untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan mendistribusikan informasi penting terkait kebijakan, program, serta layanan publik. Instagram dipilih karena keunggulan visualnya yang mampu menyampaikan pesan secara singkat namun tetap efektif, sehingga membantu instansi pemerintah menjangkau generasi muda maupun masyarakat umum yang aktif di media sosial. Melalui fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *live*, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai wadah interaksi, edukasi, dan sosialisasi kebijakan publik yang selaras dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial dengan tingkat popularitas tinggi di Indonesia memiliki beragam fitur visual yang kuat, seperti unggahann foto dan video, *carousel*, *story*, *reels*, serta kolom komentar yang mendukung terjadinya interaksi dua arah antara instansi pemerintah dan masyarakat. Variasi fitur ini memberikan keleluasaan bagi lembaga pemerintah untuk menyesuaikan cara penyampaian pesan sesuai dengan komunikasi, baik untuk kebutuhan publikasi resmi, penyampaian edukasi, maupun kampanye visual yang menarik. Sebagai contoh, fitur *story* dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi yang bersifat singkat dan terkini, sedangkan *feed* dan *carousel* digunakan untuk menampilkan infografis atau penjelasan yang lebih rinci mengenai kebijakan tertentu. Adapun *reels* memungkinkan penyampaian materi edukatif dalam bentuk video pendek yang lebih kreatif dan mudah dipahami, khususnya oleh kalangan generasi muda Martini & Syabilla (2022).

Selain dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi, Instagram juga memiliki peran strategis dalam membentuk citra positif lembaga pemerintah. Konten yang dikemas dengan tampilan visual yang menarik dan profesional dapat meningkatkan pandangan masyarakat terhadap kredibilitas serta kinerja instansi terkait. Penyajian visual aktivitas lapangan, dokumentasi layanan publik, hingga publikasi capaian, penghargaan, atau inovasi lembaga mampu menegaskan kesan bahwa instansi tersebut bersifat aktif, terbuka, dan tanggap terhadap kebutuhan publik. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi elemen penting dalam strategi pencitraan dan branding institusi pemerintah Anggraini Katry & Wahidah Rachmah Nur (2021).

Di sisi lain, pemanfaatan Instagram oleh pemerintah juga berkontribusi terhadap peningkatan keterbukaan informasi publik, karena masyarakat dapat memperoleh informasi secara langsung dan terkini tanpa bergantung pada perantara media massa. Berbagai informasi terkait kebijakan, program kerja, pemanfaatan anggaran, maupun aktivitas pengelolaan aset daerah dapat disajikan secara lebih terbuka, sehingga masyarakat memiliki kesempatan untuk memantau kinerja pemerintah secara mandiri. Tingkat transparansi ini tidak hanya memperkuat kepercayaan publik, tetapi juga mendorong terciptanya praktik pemerintahan yang lebih bertanggung jawab dan akuntabel.

Lebih jauh lagi, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam berbagai persoalan publik. Melalui beragam fitur interaktif seperti kolom komentar, jajak pendapat, kotak pertanyaan, serta pesan langsung, masyarakat memiliki ruang yang lebih mudah dan santai untuk menyampaikan pandangan, kritik, maupun masukan. Bentuk interaksi ini membantu pemerintah dalam memahami kebutuhan, pandangan, dan aspirasi masyarakat secara lebih mendalam, sehingga kebijakan yang dirumuskan dapat menjadi lebih tepat dan relevan. Oleh karena itu, Instagram berperan sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat, yang mampu mempererat hubungan secara lebih terbuka, dekat, dan partisipatif dalam mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang inklusif dan responsif.

Salah satu lembaga pemerintah yang memiliki peran strategi dalam pengelolaan informasi publik adalah Badan Pengelola Aset Daerah (BPAD). BPAD bertugas mengelola aset milik pemerintah daerah agar penggunaannya optimal, efisien dan bermanfaat bagi pembangunan serta kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, banyak masyarakat yang belum memahami secara mendalam apa itu aset daerah, bagaimana pengelolaannya, dan apa manfaatnya bagi publik. Kurang pemahaman ini dapat disebabkan oleh terbatasnya komunikasi antara BPAD dan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi publik yang mampu menjembatani informasi dari pemerintahan kepada masyarakat secara terbuka, mudah dipahami, dan menarik untuk diikuti.

Dalam konteks komunikasi publik di lingkungan pemerintahan, akun Instagram @bpad\_jakarta menjadi salah satu contoh nyata pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintahan daerah. Akun dikelola oleh Pusdatin Badan Pengelola Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta sebagai sarana untuk penyebaran informasi dan edukasi publik mengenai pengelolaan aset daerah. Melalui akun tersebut, BPAD Jakarta membagikan berbagai konten seperti informasi kegiatan lembaga, pengelolaan aset milik daerah, inovasi digitalisasi aset, hingga ajakan untuk berpartisipasi dalam menjaga aset publik. Kehadiran akun ini menunjukkan adanya BPAD untuk lebih dekat dengan masyarakat melalui komunikasi digital yang lebih terbuka dan mudah diakses.

Namun demikian, penting untuk dikaji sejauh mana peran akun Instagram @bpad\_Jakarta dalam menjalankan fungsi komunikasi publik tersebut. Apakah akun ini sudah efektif dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan aset daerah? Apakah strategi konten dan interaksi yang

dilakukan sudah mampu mendorong partisipasi publik secara aktif? Pernyataan-pernyataan tersebut menjadi dasar penting untuk dilakukan penelitian.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis peran akun Instagram @bpad\_Jakarta dalam penyebaran informasi dan edukasi publik tentang pengelolaan aset daerah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas komunikasi publik yang dijalankan BPAD melalui media sosial, sekaligus menjadi acuan bagi lembaga pemerintahan lainnya dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan transparansi, edukasi, dan partisipasi, masyarakat dalam pengelolaan aset daerah.

## 2. Metode Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan sistematis yang menggambarkan langkah-langkah dan produser yang dilakukan peneliti dalam proses pengumpulan, analisi, dan interpretasi data untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam bagaimana Badan Pengelola Aset Daerah (BPAD) Provinsi DKI Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saran komunikasi publik dalam penyebaran informasi dan edukasi kepada Masyarakat Khoiron Ahmad Mustamil (2019)

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak bermaksud untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan kausal antar variable, melainkan berfokus pada proses komunikasi, strategis penyampaian pesan, serta bentuk interaksi yang terjadi antara BPAD dengan masyarakat melalui akun Instagram @bpad\_Jakarta. Deskriptif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada konteks alamiah yang spesifik Khoiron Ahmad Mustamil (2019).

Desain penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap utama, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, yang menggambarkan keseluruhan proses komunikasi publik BPAD melalui media sosial Instagram:

- a. Tahap Perencanaan  
Pada tahap ini, peneliti menganalisis bagaimana BPAD merancang strategi komunikasi publik melalui Instagram. Kegiatan ini mencakup penentuan tujuan komunikasi, identifikasi target audiens, perencanaan konten informasi dan edukasi, serta penentuan gaya komunikasi yang digunakan. Penelitian juga mengamati bagaimana BPAD menyusun pesan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan sejalan dengan fungsi lembaga pengelolaan aset daerah.
- b. Tahap Pelaksanaan  
Tahap ini menekankan pada implementasi strategi komunikasi yang dilakukan BPAD melalui berbagai fitur Instagram seperti Feed, Stories, Reels, dan Live Streaming. Peneliti mengamati bagaimana BPAD menyampaikan pesan informative dan edukatif melalui unggahan visual seperti infografis, video pendek, serta caption yang komunikatif. Selain itu, interaksi anatara BPAD dan masyarakat melalui kolom komentar, pesan langsung (direct message), serta respon terhadap umpan balik masyarakat juga menjadi fokus pengamatan dalam tahap ini.
- c. Tahap Evaluasi  
Pada tahap ini, peneliti menilai efektivitas komunikasi publik yang dilakukan BPAD melalui analisi tingkat keterlibatan audiens (engagement), seperti jumlah likes, comment, shares, serta peningkatan jumlah pengikut akun Instagram @bpad\_Jakarta. Evaluasi juga dilakukan melalui wawancara dengan pengelola akun dan beberapa pengikut akun untuk memperoleh gambaran tentang persepsi masyarakat terhadap kualitas pesan, kejelasan informasi, dan daya Tarik konten yang disampaikan.

Selain itu, penelitian ini mengacu pada teori S-M-C-R (Source-Message-Channel-Receiver) dalam jurnal yang berjudul “Pemahaman dan penguasaan model-model komunikasi (Studi Empiris terhadap mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Pattimura)” sebagai landasan analisis Berlo (1960). Dalam konteks ini, BPAD berperan sebagai source atau pengirim pesan, pesan yang disampaikan mencakup informasi dan edukasi publik, channel yang digunakan adalah Instagram sebagai media komunikasi digital, dan receiver atau penerima adalah masyarakat DKI Jakarta yang menjadi pengikut akun @bpad\_Jakarta. Analisis teori ini membantu peneliti memahami bagaimana proses komunikasi publik berlangsung secara menyeluruh dan bagaimana setiap unsur saling berpengaruh dalam menciptakan efektivitas penyampaian pesan.

Dengan demikian, desain penelitian kualitatif deskriptif ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran Instagram dalam aktivitas komunikasi publik BPAD. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya memaparkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan, tetapi juga menafsirkan makna di

balik praktik komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah dalam membangun transparan, edukasi, dan kedekatan dengan masyarakat

Teknik analisis data merupakan proses sistematis untuk mengorganisasikan, mengelompokkan, serta menafsirkan data yang diperoleh dari hasil penelitian sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk memahami secara mendalam peran akun Instagram @bpad\_jakarta dalam penyebaran informasi dan edukasi publik terkait pengelolaan aset daerah.

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data kualitatif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahapan tersebut dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan selama proses penelitian berlangsung.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, serta transformasi data kasar yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu strategi komunikasi BPAD melalui Instagram dalam penyebaran informasi dan edukasi publik. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan konsep 4C (*Content, Context, Connectivity, dan Continuity*). Unggahan Instagram, hasil wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi pendukung dianalisis dengan cara mengelompokkan temuan-temuan yang berkaitan dengan:

- 1) Content, yaitu bentuk, jenis, dan kualitas isi pesan yang disampaikan BPAD melalui Instagram;
- 2) Context, yaitu kesesuaian pesan dengan karakteristik audiens, situasi, serta makna yang ingin disampaikan;
- 3) Connectivity, yaitu bentuk interaksi dan hubungan yang terbangun antara BPAD dan masyarakat melalui fitur Instagram;
- 4) Continuity, yaitu konsistensi dan kesinambungan penyajian konten serta perencanaan komunikasi jangka panjang

b. Penyajian Data

Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau matriks analisis yang sistematis. Penyajian data bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melihat pola, hubungan, serta kecenderungan dari praktik komunikasi publik yang dilakukan BPAD melalui akun Instagram @bpad\_jakarta. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan hasil observasi konten Instagram, kutipan hasil wawancara informan, serta dokumentasi visual yang relevan. Data tersebut kemudian diinterpretasikan berdasarkan kerangka teori 4C sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi BPAD dalam menyampaikan informasi dan edukasi publik.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses penafsiran makna terhadap data yang telah disajikan. Kesimpulan ditarik berdasarkan temuan-temuan penelitian yang telah dianalisis secara mendalam dengan mengaitkannya pada rumusan masalah dan tujuan penelitian. Verifikasi dilakukan secara terus-menerus selama proses analisis untuk memastikan keabsahan dan konsistensi data. Peneliti membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (triangulasi data) guna memperkuat validitas temuan penelitian. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai peran Instagram sebagai media komunikasi publik BPAD Jakarta dalam penyebaran informasi dan edukasi pengelolaan aset daerah.

### 3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi publik Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta melalui media sosial Instagram tidak dilakukan secara spontan dan kebetulan, melainkan dilaksanakan melalui proses yang terencana, terstruktur dan terkoordinasi secara internal. Pemanfaatan Instagram yang digunakan sebagai media komunikasi publik diposisikan sebagai bagian dari strategi kelembagaan dalam penyampaian informasi yang bersifat resmi kepada Masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan aset daerah, kegiatan instansi, dan upaya edukasi publik terkait fungsi dan pemanfaatan aset milik daerah

Media Instagram ini digunakan oleh Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta sebagai kanal komunikasi yang dinilai mampu untuk menjangkau Masyarakat secara luas, cepat, dan tervisualisasikan. Melalui platform ini, Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta tidak menyampaikan informasi yang hanya satu arah, melainkan juga berupaya untuk membangun pemahaman publik terhadap peran dan tanggung jawab instansi dalam pengelolaan aset daerah. Informasi yang disampaikan ini mencakup dokumentasi kegiatan, penyampaian kebijakan, penyampaian program kerja, dan juga memberikan konten bersifat edukatif yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan aset daerah yang tertib, aman dan juga akuntabel

Berdasarkan temuan dilapangan yang didapatkan melalui wawancara dengan Pegawai Pengelola Media dan Publikasi, serta Pegawai Analisis Komunikasi Media Massa (Humas) Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta, diketahui bahwa pengelolaan akun Instagram @bpad\_jakarta dilakukan dengan pertimbangan terkait perencanaan konten, pengemasan isi pesan, dan koordinasi dengan pimpinan instansi. Setiap kontem yang akan dilakukan publikasi tidak hanya disusun berdasarkan kebutuhan informasi sesaat, namun kiha dilakukan penyesuaian dengan agenda kegiatan instansi, kebijakan komunikasi pemerintah daerah, dan karakteristik audiens media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik di Badan Pengelolaan Aset Daerah melalui Instagram merupakan bagian dari strategi komunikasi institusional yang memiliki arah dan juga tujuan yang jelas

Kemudian, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi di Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta melalui Instagram telam mencerminkan dalam penerapan empat elemen utama dalam komunikasi digital, yaitu *content* (isi pesan), *context* (makna pesan), *connectivity* (hubungan), dan *continuity* (kesinambungan). Keempat elemen tersebut tidak berdiri sendiri, namun saling berkaitan dan mendukung dalam mebuat suatu efektivitas penyampaian informasi publik. *Content* berkaitan dengan bagaimana suatu pesan dikemas dan disajikan dalam bentuk visual dan informatif, *context* berkaitan dengan bagaimana suatu pesan dapat dimaknai oleh audiens, *connectivity* berhubungan dengan bagaimana upaya dalam membangun interaksi dan keterhubungan dengan Masyarakat, kemudian *continuity* ini memiliki kaitan dengan konsistensi dan kesinambungan suatu komunikasi yang dilakukan dari waktu ke waktu

Penemuan pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan keempat elemen tersebut dipengaruhi oleh dinamika pada internal instansi, seperti intensitas kegiatan di Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta, adanya kebijakan-kebijakan pimpinan, dan koordinasi dengan Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi DKI Jakarta sebagai pengampu komunikasi pemerintah daerah di DKI Jakarta. Meskipun memiliki beberapa keterbatasan seperti konsistensi unggahan yang masih bergantung pada aktivitas kegiatan kedinasan, secara umum Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta telah menunjukkan upaya secara nyata dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media komunikasi publik yang terencana, informatif, dan juga bertanggung jawab

Sehingga hasil penelitian ini memberikan Gambaran bahwa Instagram tidak hanya digunakan oleh Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta sebagai media publikasi kegiatan, namun juga sebagai sarana strategis dalam penyampaian informasi public, membangun pemahaman pada Masyarakat, dan mendukung prinsip transparansi dan akuntabilitas pengelolaan aset daerah

### **Content (Konten)**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pegawai Pengelola Media dan Publikasi, serta Pegawai Analisis Komunikasi Media Massa (Humas) Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta, pada aspek *content* ini merupakan elemen utama dalam pengelolaan komunikasi publik melalui Instagram @bpad\_jakarta. *Content* tidak hanya dipahami sebagai suatu informasi yang disampaikan kepada Masyarakat, namun juga mencakup bagaimana pesan tersebut dirancang, dikemas, dan disajikan secara visual juga structural agar memiliki karakteristik yang khas, mudah dikenali dan mampu menyampaikan makna secara efektif sesuai dengan tujuan komunikasi dari instansi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta memiliki perhatian khusus terhadap penggunaan elemen visual dan grafis dalam setiap konten yang dipublikasikan. Penggunaan elemen visual ini dianggap sebagai faktor yang sangat berpengaruh dalam membedakan konten Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta dengan konten instansi pemerintah lainnya

Salah satu temuan utama dalam aspek *content* ini Adalah pada penggunaan warna biru dan oranye secara konsisten dalam setiap unggahan Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta. Konsistensi pada warna tersebut merupakan bagian dari strategi pembentukan identitas visual instansi. Warna biru dan oranye ini merupakan warna yang mendominasi pada logo resmi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta,

sehingga penerapannya dalam konten Instagram memiliki tujuan dalam memperkuat citra instansi dan menciptakan asosiasi visual di benak Masyarakat

Lebih lanjut, perencanaan content dilakukan secara sistematis melalui penyusunan *timeline* konten tahunan, bulanan, dan harian. Setiap konten yang akan dipublikasikan terlebih dahulu melalui proses perencanaan, penyusunan materi, serta persetujuan pimpinan. Hal ini menunjukkan bahwa content Instagram BPAD Jakarta merupakan hasil dari proses komunikasi yang terstruktur dan terkoordinasi, serta disesuaikan dengan kebijakan komunikasi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui Diskominfotik

Berdasarkan temuan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan content (isi pesan) pada Instagram @bpad\_jakarta merupakan fondasi utama dalam strategi komunikasi publik BPAD Provinsi DKI Jakarta. Content dimanfaatkan bukan sekadar untuk menyampaikan informasi, tetapi sebagai sarana strategis dalam membangun identitas kelembagaan, memperjelas posisi BPAD sebagai sumber informasi resmi, serta meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan aset daerah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsistensi visual, khususnya penggunaan warna biru dan oranye yang merepresentasikan identitas logo BPAD, berperan sebagai penanda institusional yang memudahkan masyarakat mengenali dan membedakan konten BPAD dari konten instansi pemerintah lainnya. Identitas visual ini memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan, sehingga informasi yang diterima masyarakat memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi sebagai informasi resmi lembaga.

Kemudian adanya pemanfaatan konten edukatif, seperti program Jejaka (Jelajah Aset Jakarta), menunjukkan bahwa Instagram digunakan BPAD tidak hanya sebagai media publikasi kegiatan, tetapi sebagai media edukasi publik yang memberikan nilai informasi dan manfaat nyata bagi masyarakat. Konten tersebut berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai pemanfaatan dan pengelolaan aset daerah, sekaligus mencerminkan akuntabilitas institusi dalam menjalankan tugasnya

Selain temuan kualitatif berdasarkan hasil wawancara diatas, juga didapatkan bahwa efektivitas aspek *content* pada Instagram @bpad\_jakarta juga dapat dilihat dari data kuantitatif yang diperoleh melalui fitur Interaksi Instagram

Berdasarkan periode 10 November hingga 31 Desember 2025 didapatkan bahwa total tayangan konten mencapai 116.926 tayangan dengan komposisi audiens sebesar 61,6% yang berasal dari non-pengikut dan 38,4% dari akun pengikut. Data tersebut menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan tidak hanya menjangkau audiens internal atau pengikut setia saja, melainkan juga berhasil menjangkau Masyarakat yang lebih luas di luar pengikut akun. Hal tersebut menunjukkan bahwa perancangan konten, baik dari sisi visual maupun substansi pesan memiliki daya Tarik yang cukup kuat, sehingga mampu meningkatkan eksposur informasi terkait Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta kepada publik secara lebih luas

Kemudian berdasarkan jenis konten, unggahan berbentuk *postingan* didapatkan lebih mendominasi dengan kontribusi sebesar 64,5% terhadap total tayangan kemudian diikuti oleh konten *reels* sebesar 23% dan *story* sebesar 12,5%. Temuan ini menunjukkan bahwa konten visual statis yang dikemas secara informatif dan formal seperti ucapan selamat, apresiasi pejabat menjadi abstrak, dan informasi instansi menjadi format yang efektif dalam menyampaikan pesan. Hal ini sejalan dengan karakteristik audiens instansi pemerintah yang cenderung mencari informasi resmi, jelas, dan mudah dipahami

Dari data Interaksi Instagram ini menunjukkan bahwa beberapa konten yang memperoleh perhatian yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten lainnya berupa konten ucapan selamat dan apresiasi terhadap pejabat daerah. Konten tersebut tercatat mampu menjangkau puluhan hingga ratusan pengikut baru dalam waktu yang singkat. Tingginya Tingkat perhatian pada konten tersebut mengindikasikan bahwa pesan yang bersifat apresiatif dan simbolik kemudian dikemas dengan identitas visual yang konsisten akan memiliki daya Tarik emosional dan memperkuat citra instansi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta sebagai bagian dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta

Selain pencapaian tayangan konten, pada Instagram @bpad\_jakarta juga dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah pengikut akun. Berdasarkan data dari fitur pengikut tersebut bahwa pada periode 10 November sampai dengan 31 Desember 2025 jumlah pengikut Instagram @bpad\_jakarta tercatat sebanyak 5.419 akun, dengan pertumbuhan bersih sebesar 147 pengikut. Pertumbuhan tersebut terdiri dari 219 akun yang mulai mengikuti dan 72 akun yang berhenti mengikuti dalam periode yang sama. Data ini menunjukkan bahwa secara umum akun Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta mengalami tren pertumbuhan positif

Pertumbuhan pengikut ini mengindikasikan bahwa konten yang dipublikasikan memiliki daya tarik dan relevansi bagi audiens, sehingga mendorong masyarakat untuk mengikuti akun sebagai sumber informasi resmi terkait pengelolaan aset daerah. Meskipun terdapat sejumlah akun yang berhenti mengikuti, jumlah pengikut baru yang

lebih besar menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan mampu menjangkau dan menarik minat audiens baru secara berkelanjutan

Peningkatan pertumbuhan pengikut yang terlihat dalam grafik harian menunjukkan adanya dinamika respon audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Peningkatan jumlah pengikut pada waktu tertentu dapat dikaitkan dengan unggahan konten yang memperoleh perhatian tinggi, seperti konten apresiasi pejabat dan informasi kelembagaan yang dikemas dengan identitas visual yang konsisten. Hal ini memperkuat temuan bahwa aspek content, baik dari sisi visual maupun substansi pesan, berperan penting dalam meningkatkan eksposur akun serta membangun ketertarikan publik terhadap informasi yang disampaikan oleh BPAD Provinsi DKI Jakarta

Dengan demikian berdasarkan hasil wawancara dan temuan data kuantitatif dari fitur Interaksi dan Pengikut Instagram ini dapat disimpulkan bahwa aspek *content* pada Instagram @bpad\_jakarta telah dirancang dan dikelola secara strategis, sehingga konten yang dipublikasikan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, namun juga sebagai instrument untuk memperluas jangkauan komunikasi public, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperkuat legitimasi dan citra instansi di ruang digital

### **Context (Makna Pesan)**

Aspek *Context* (makna pesan) dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pesan yang disampaikan melalui Instagram @bpad\_jakarta dipahami, dimaknai, dan ditafsirkan oleh audiens yang memiliki latar belakang, kebutuhan, serta karakteristik yang beragam. *Context* tidak hanya berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan, tetapi lebih menekankan pada proses penerimaan dan pemaknaan pesan oleh publik. Oleh karena itu, perhatian utama dalam aspek ini terletak pada kejelasan makna pesan, potensi terjadinya perbedaan penafsiran, serta upaya komunikator dalam meminimalkan ambiguitas agar pesan dapat diterima secara tepat sesuai dengan tujuan komunikasi institusi

Berdasarkan hasil wawancara, pengelola media sosial Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menunjukkan kesadaran bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap individu. Perbedaan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan tingkat literasi informasi masyarakat menjadi faktor yang memengaruhi proses pemaknaan pesan. Oleh karena itu, instansi berupaya memastikan bahwa informasi yang disampaikan bersifat lugas, jelas, dan tidak menimbulkan ambiguitas, khususnya dalam penyampaian informasi yang bersifat teknis dan administratif terkait pengelolaan serta pengeluaran aset daerah

Dengan demikian, keseluruhan teks yang dianalisis secara konsisten merepresentasikan elemen *Context* (Makna Pesan), karena fokus pembahasan terletak pada bagaimana pesan dipahami, ditafsirkan, dan dimaknai oleh audiens berdasarkan latar belakang, kebutuhan, serta situasi penerima pesan. Penekanan pada kejelasan makna, penyesuaian gaya bahasa, serta upaya meminimalkan ambiguitas menunjukkan bahwa konteks pesan menjadi aspek penting dalam strategi komunikasi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta melalui media sosial, guna memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima publik secara tepat dan sesuai dengan tujuan komunikasi institusi

### **Connectivity (Hubungan)**

Aspek *Connectivity* (hubungan) dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial Instagram dimanfaatkan oleh Badan Pengelolaan Aset Daerah (BPAD) Provinsi DKI Jakarta untuk membangun, menjaga, dan memperkuat hubungan komunikasi dengan publik serta dengan instansi pemerintah lainnya. *Connectivity* tidak hanya dimaknai sebagai keberadaan akun media sosial, tetapi lebih pada sejauh mana akun tersebut mampu menciptakan interaksi, keterlibatan audiens, dan keterhubungan yang berkelanjutan dalam proses komunikasi publik

Peran Diskominfo DKI Jakarta sebagai koordinator utama semakin memperkuat dimensi connectivity. Arahan terpusat, penyediaan materi visual dan caption pada momen tertentu, serta kewajiban unggahan serentak oleh berbagai instansi menunjukkan adanya sistem hubungan komunikasi yang terstruktur dan terkoordinasi. Pola kerja ini memungkinkan informasi publik tersebar secara cepat, seragam, dan merata melalui jaringan akun media sosial pemerintah daerah. Dengan demikian, keseluruhan yang dianalisis secara konsisten merepresentasikan elemen *Connectivity* (Hubungan), baik dalam konteks hubungan antara instansi dan publik maupun dalam konteks jejaring komunikasi antarlembaga pemerintah. Penekanan pada interaksi dua arah, peningkatan engagement, responsivitas, serta koordinasi lintas instansi menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai sarana strategis untuk membangun, memperkuat, dan memelihara hubungan komunikasi yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan

### **Continuity (Kekinambungan)**

Aspek Continuity (kesinambungan) dalam penelitian ini berfokus pada kemampuan Badan Pengelolaan Aset Daerah (BPAD) Provinsi DKI Jakarta dalam menjaga keberlangsungan komunikasi publik melalui pengelolaan Instagram secara konsisten, terencana, dan berkelanjutan. Continuity tidak hanya dimaknai sebagai frekuensi unggahan semata, tetapi juga mencakup kesinambungan pesan, relevansi informasi, konsistensi kualitas konten, serta stabilitas pengalaman komunikasi yang diterima audiens dari waktu ke waktu. Dalam konteks komunikasi publik, kesinambungan menjadi penting karena berpengaruh terhadap keterikatan audiens, kepercayaan publik, serta keberlanjutan hubungan komunikasi antara instansi dan masyarakat

Perencanaan jangka panjang yang dilakukan oleh BPAD Jakarta menunjukkan bahwa kesinambungan komunikasi melalui Instagram tidak bersifat insidental atau reaktif terhadap situasi tertentu, melainkan dirancang secara sistematis dan terkontrol. Perencanaan ini mencakup penyusunan timeline konten tahunan yang disesuaikan dengan agenda kerja dan fokus kegiatan instansi pada periode tertentu. Penyesuaian konten dengan kegiatan tahunan, seperti proses inventarisasi aset tetap, memperlihatkan adanya kesinambungan yang jelas antara aktivitas internal organisasi dengan informasi yang disampaikan kepada publik. Informasi mengenai kegiatan tersebut tidak disampaikan secara terputus, tetapi disajikan secara bertahap sesuai dengan perkembangan pelaksanaan di lapangan. Pola penyampaian informasi yang berkelanjutan ini memungkinkan masyarakat memperoleh gambaran yang utuh, runtut, dan berkesinambungan mengenai aktivitas serta kinerja BPAD Jakarta dalam pengelolaan aset daerah.

Selain konten tematik tahunan, BPAD Jakarta juga secara konsisten memproduksi konten harian dan program komunikasi lainnya, seperti podcast internal. Keberadaan konten rutin ini berfungsi untuk menjaga kesinambungan kehadiran instansi di media sosial, sehingga akun Instagram BPAD Jakarta tetap aktif dan relevan di mata audiens. Konten harian dan program komunikasi berkala tersebut juga berperan dalam menjaga keterikatan audiens, karena masyarakat tidak hanya menerima informasi pada momen tertentu, tetapi secara terus-menerus memperoleh pembaruan informasi dari instansi. Proses persiapan konten yang meliputi perencanaan materi, pengemasan pesan, persetujuan pimpinan, hingga evaluasi kelayakan sebelum publikasi menunjukkan adanya mekanisme kontrol internal yang kuat. Mekanisme ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan memiliki kualitas yang konsisten, sesuai dengan kebijakan institusi, serta mendukung keberlanjutan komunikasi publik.

Keberadaan akun Instagram instansi yang telah memperoleh tanda verifikasi (centang biru) juga memperkuat dimensi kesinambungan dalam komunikasi digital. Verifikasi akun menunjukkan komitmen instansi dalam menjaga keaslian, kredibilitas, dan kepercayaan publik terhadap sumber informasi secara berkelanjutan. Dalam konteks maraknya penyebaran informasi hoaks di media sosial, akun terverifikasi berperan sebagai rujukan informasi resmi yang dapat diandalkan oleh masyarakat. Kepercayaan publik yang terbentuk melalui konsistensi kualitas informasi dan kejelasan sumber merupakan bagian integral dari continuity, karena mendorong audiens untuk terus mengikuti dan mengandalkan akun tersebut dalam jangka panjang. Akun Instagram BPAD Jakarta diarahkan untuk menjadi salah satu sumber informasi resmi terkait pengelolaan aset dan kegiatan instansi. Tujuan tersebut tidak dapat dicapai secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang berlangsung secara konsisten, berkelanjutan, dan terjaga kualitasnya. Dengan demikian, kesinambungan komunikasi tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan eksistensi akun di media sosial, tetapi juga untuk membangun loyalitas audiens serta memperkuat posisi akun sebagai media komunikasi publik yang kredibel dan berkelanjutan.

## **4. Kesimpulan**

### **Content (Isi Pesan)**

Berdasarkan hasil temuan penelitian, pada aspek *Content* (Isi Pesan) dalam pengelolaan Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menunjukkan bahwa strategi komunikasi berfokus pada pengemasan pesan yang terintegrasi antara substansi informasi dan elemen visual. Isi pesan tidak hanya berupa teks informatif, tetapi dikonstruksi melalui kombinasi pesan verbal dan nonverbal yang diwujudkan dalam bentuk desain grafis, tata letak, struktur informasi, dan konsistensi tampilan konten.

Temuan menunjukkan bahwa penggunaan warna biru dan oranye ini selaras dengan identitas visual instansi yang diterapkan secara konsisten dalam setiap unggahan. Konsistensi ini berfungsi sebagai pembentuk karakter konten sekaligus memperkuat identitas dan daya ingat publik terhadap akun Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta. Visual tidak hanya menjadi unsur estetika, namun menjadi bagian dari isi pesan yang merepresentasikan identitas, profesionalitas, dan kredibilitas institusi sebagai sumber informasi resmi terkait pengelolaan aset daerah.

Dari sisi substansi, konten yang dipublikasikan mencakup informasi sensus aset, penjelasan Kartu Inventaris Barang (KIB), data aset daerah, serta konten kolaboratif seperti program Jajaka. Ragam konten tersebut menunjukkan orientasi pada penyampaian informasi yang informatif dan edukatif guna meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan aset daerah. Struktur penyajian informasi dibuat ringkas, sistematis, dan menyesuaikan karakteristik Instagram sebagai media komunikasi visual. Selain itu, penerapan pedoman visual dari Diskominfotik DKI Jakarta yang digunakan secara konsisten menunjukkan bahwa pengelolaan content dilakukan secara terstandar dan terencana. Hal ini memperkuat temuan bahwa aspek Content dalam strategi komunikasi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta tidak disusun secara spontan, melainkan dirancang secara strategis untuk mendukung tujuan komunikasi organisasi.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa aspek *Content* pada Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menekankan pada kualitas substansi informasi yang dipadukan dengan konsistensi visual sebagai strategi utama dalam membangun citra institusi, meningkatkan keterpahaman publik, serta memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan mudah dikenali. Kesimpulan ini selaras dengan hasil temuan pada Bab 4 yang menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikemas dan ditampilkan.

### **Context (Makna Pesan)**

Kemudian pada aspek *Context* (makna pesan), berdasarkan dari hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa dalam pengelolaan Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya terletak pada isi informasi, tetapi pada bagaimana pesan tersebut dipahami dan dimaknai oleh audiens. Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menyadari bahwa perbedaan latar belakang pendidikan, tingkat literasi, dan pengalaman masyarakat berpotensi menimbulkan perbedaan penafsiran, khususnya pada informasi yang bersifat teknis seperti pengelolaan dan pengeluaran aset daerah.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa setiap konten yang dipublikasikan telah melalui proses penyusunan yang menekankan pada akurasi, kejelasan, dan tanggung jawab informasi. Prinsip kejelasan dan kelugasan menjadi upaya preventif untuk meminimalkan ambiguitas makna serta memastikan pesan diterima sesuai dengan tujuan komunikasi organisasi. Dengan demikian, konteks audiens menjadi pertimbangan utama dalam perancangan pesan.

Selain itu, strategi komunikasi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta juga mempertimbangkan konteks sosial dan generasi. Persepsi bahwa akun pemerintah cenderung formal dan kaku mendorong pengelola media sosial melakukan penyesuaian gaya bahasa menjadi lebih komunikatif dan adaptif, terutama untuk menjangkau generasi Z dan generasi Alpha. Penyesuaian ini tetap dilakukan tanpa menghilangkan unsur formalitas dan kredibilitas institusi. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dalam penyusunan konten juga menjadi bagian dari adaptasi terhadap konteks digital. Namun, hasil olahan teknologi tetap melalui proses penyaringan agar sesuai dengan kebijakan dan nilai kelembagaan, sehingga makna pesan tetap terkontrol dan tidak menyimpang dari norma institusional.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa elemen *Context* dalam komunikasi Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta menekankan pada penyesuaian pesan terhadap karakteristik audiens, kejelasan makna, serta pengelolaan potensi perbedaan interpretasi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai saluran informasi, tetapi sebagai ruang komunikasi yang dirancang untuk membangun pemahaman, kepercayaan, dan persepsi positif masyarakat terhadap kinerja dan akuntabilitas Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta.

### **Connectivity (Hubungan)**

Kemudian untuk aspek *Connectivity* (Hubungan), berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah didapatkan menunjukkan bahwa Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta ini telah dimanfaatkan sebagai sarana membangun dan memelihara hubungan komunikasi antara instansi dengan publik dan antar instansi pemerintah. *Connectivity* tidak hanya dimaknai sebagai keberadaan akun di media sosial, tetapi sebagai upaya menciptakan interaksi, keterlibatan, dan hubungan komunikasi yang berkelanjutan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta telah memanfaatkan fitur interaktif seperti *QnA* pada Instagram *Story* dan *direct message* untuk membuka ruang komunikasi dua arah. Melalui fitur tersebut, audiens dapat menyampaikan pertanyaan dan kebutuhan informasi terkait pengelolaan Barang Milik Daerah. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran posisi audiens dari penerima pasif menjadi pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Responsivitas pengelola akun menjadi indikator penting dalam membangun hubungan yang dialogis. Komitmen untuk memberikan jawaban secara cepat dan tepat memperkuat rasa keterhubungan serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap keterbukaan informasi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta. Interaksi ini membentuk relasi yang lebih personal dan humanis antara institusi pemerintah dan masyarakat. Selain interaksi langsung, tingkat *engagement* terhadap konten juga mencerminkan *connectivity*. Konten terkait pengamanan dan optimalisasi aset daerah memperoleh respons yang relatif tinggi, menunjukkan adanya keterkaitan antara isu yang disampaikan dengan perhatian publik. Konsistensi dalam mengangkat isu prioritas turut memperkuat hubungan komunikasi berbasis kepentingan bersama.

Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa pola komunikasi masih cenderung dominan satu arah, sebagaimana karakter umum akun pemerintah. Meskipun demikian, peningkatan *engagement* dan munculnya komentar publik menandakan perkembangan positif menuju komunikasi yang lebih interaktif. Penyesuaian gaya bahasa yang lebih komunikatif menjadi strategi awal dalam memperkuat dimensi *connectivity*. *Connectivity* juga tercermin dalam jejaring komunikasi antarlembaga melalui partisipasi Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta dalam Forum Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Koordinasi yang difasilitasi Diskominfo DKI Jakarta mendukung penyebaran informasi lintas sektor secara terstruktur dan kolaboratif.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa aspek *Connectivity* dalam pengelolaan Instagram Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta berfokus pada pembangunan interaksi, peningkatan keterlibatan audiens, serta penguatan jejaring komunikasi institusional. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan sebagai sarana strategis dalam membangun hubungan komunikasi publik yang lebih terbuka dan berkelanjutan di era digital.

### **Continuity (Kesinambungan)**

Pada aspek *Continuity* (Kesinambungan) berdasarkan pada hasil temuan penelitian, menunjukkan bahwa bahwa Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta telah berupaya menjaga keberlangsungan komunikasi publik melalui Instagram, meskipun konsistensi unggahan masih menghadapi tantangan. *Continuity* tidak hanya dimaknai sebagai rutinitas publikasi, tetapi sebagai kesinambungan arus informasi yang konsisten, terencana, relevan, dan berkelanjutan dari waktu ke waktu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa frekuensi unggahan masih bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh dinamika dan intensitas kegiatan internal instansi. Ketergantungan pada agenda organisasi berdampak pada stabilitas publikasi konten, sehingga alur informasi kepada audiens belum sepenuhnya stabil. Hal ini menjadi tantangan dalam menjaga kesinambungan komunikasi secara optimal.

Namun, Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta telah menunjukkan komitmen untuk memperkuat *continuity* melalui perencanaan komunikasi yang lebih terstruktur. Penjadwalan unggahan tiga hingga empat kali dalam seminggu, khususnya untuk konten edukatif, mencerminkan strategi yang berorientasi pada kesinambungan informasi. Selain itu, penyusunan timeline konten tahunan yang disertai evaluasi bulanan menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial dilakukan secara sistematis dan tidak bersifat insidental.

Kesinambungan juga tercermin dari konsistensi tema konten, seperti unggahan rutin pada momen tertentu dan program berkala seperti podcast, yang membangun ekspektasi audiens terhadap ritme komunikasi instansi. Dari sisi substansi, Badan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi DKI Jakarta berupaya menjaga relevansi dan kebaruan informasi dengan tetap menyesuaikan tren digital secara selektif tanpa mengabaikan nilai dan norma kelembagaan. Keseimbangan antara adaptivitas dan konsistensi ini memperkuat identitas serta kredibilitas institusi. Selain itu, penyampaian informasi yang jelas, rinci, dan tidak ambigu, serta respons yang konsisten terhadap pertanyaan publik, turut mendukung kesinambungan komunikasi dua arah. Status akun Instagram yang telah terverifikasi juga memperkuat kepercayaan publik dan mendorong keberlanjutan hubungan komunikasi dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa meskipun stabilitas frekuensi unggahan belum sepenuhnya optimal, arah pengelolaan komunikasi Instagram BPAD Jakarta telah mengarah pada sistem yang lebih terencana, konsisten, dan kredibel. Hal ini menegaskan bahwa *continuity* menjadi elemen penting dalam membangun komunikasi publik yang berkelanjutan dan terpercaya di era digital

### **Referensi**

1. Abdilah, S., & Purnamasari, H. (2024). *EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN KARAWANG*.
2. Abdilah Syarif, & Purnamasari Hanny. (2024). Efektivitas Penyebaran Informasi Publik melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang. *Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10.
3. Ahmad Salman Farid, M. Sos. (2023). *Menguasai Seni Komunikasi Publik*. [https://www.google.co.id/books/edition/Menguasai\\_Seni\\_Komunikasi\\_Publik\\_Panduan/bEbPEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Menguasai_Seni_Komunikasi_Publik_Panduan/bEbPEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)

4. Anggraini Katty, & Wahidah Rachmah Nur. (2021). Peran Humas Sebagai Fungsi Publikasi Dalam Mensosialisasikan Kegiatan Survei Seismik Pt Elnusa Tbk. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5612>
5. Arsyilla Nadia. (2024). *Pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat*. Universitas Prof.DR.Moestopo (Beragama).
6. Bakran Sudarjat, N. (2025). PERAN HUMAS BBPPMP DALAM OPTIMALISASI MEDIA DIGITAL UNTUK PENGUATAN REPUTASI DAN CITRA LEMBAGA. *Journal Media Public Relations*, 5(2).
7. Berlo, D. K. (1960). *The Prossces of Communication: An Introduction to Theory And Practice*.
8. Christian Jan Nanda Purba, & Chontina Siahaan. (2022). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL DALAM KOMUNIKASI ANTARBUDAYA*.
9. Dr. Redi Panuju, M. Si. (2025). *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. [https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Studi\\_Ilmu\\_Komunikasi\\_Komunika/fDa2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Studi_Ilmu_Komunikasi_Komunika/fDa2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)
10. Fostin Hokianto, H. (2023). Studi Literatur Kompetensi Komunikasi di Bidang Manajemen. *COMMUNICATIONS*, 5(1), 398–417. <https://doi.org/communication5.1.7>
11. Hanifah Hanna. (2024). *Pemanfaatan konten media sosial Instagram Akun @minigoldpekanbaru.id dalam meningkatkan Insight*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
12. Hasibuan Nur. (2023). *IMPLEMENTASI PERATURAN MADRASAH DALAM MENINGKATKAN DISIPLIN SISWA DI MADRASAH TSANAWIYAH SWASTA ROBI'UL ISLAM PASAR LATONG KECAMATAN LUBUK BARUMUN KABUPATEN PADANG LAWAS*. file:///D:/Desktop%20Lina/KULIAH/SKRIPSI/REFERENSI%20BAB%203/Teknik%20Pengumpulan%20Data%20(1).pdf
13. Humas Divisi. (2016). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. [https://apm-penalaranunm.org/teknik-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif/?utm\\_source=chatgpt.com](https://apm-penalaranunm.org/teknik-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif/?utm_source=chatgpt.com)
14. Indrianita, N., Razzaq, A., & Citra Hati, P. (2025). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DISKOMINFO PALEMBANG SEBAGAI SALURAN INFORMASI PEMERINTAH KOTA. *URNAL BUANA KATA: PENDIDIKAN, BAHASA, DAN ILMU KOMUNIKASI*, 2(4), 121–131.
15. Isnazakiya. (2015). *aktivis imajinasi Metode Pengumpulan Data Kualitatif*. file:///D:/Desktop%20Lina/KULIAH/SKRIPSI/REFERENSI%20BAB%203/Metode%20Pengumpulan%20Data%20Kualitatif%20%E2%80%93%20KANALATI%20(3).pdf
16. Khoiron Ahmad Mustamil. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. <https://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf>
17. Lela Nurlela, Rudy Dwi Laksono, Loso Judijanto, & Sri Wianti. (2024). *Pengantar Komunikasi*. [https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Komunikasi/z9EKEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Komunikasi/z9EKEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)
18. Maharani Dita. (2024). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi pada humas Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
19. Martini, T., & Syabilla, A. (2022). Administrasi Perencanaan Konten Instagram Customer pada Divisi Chlorine di Perusahaan CYBERLABS. *ATRAVIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8, 162–173. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1129>
20. Mucharam, A. (2022). MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(1).
21. Rahman, A., Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Subang Jln Dewi Sartika No, Mik., Subang, K., & Diah Fatma Sjoraida, dan. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN SUBANG MENYOSIALISASIKAN GERAKAN PEMBANGUNAN UNTUK RAKYAT INFRASTRUKTUR BERKELANJUTAN. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 136–146.
22. Rahmawati, K., Anugrah, D., & Trenawaty, B. (2023). Pengelolaan Digital Public Relations Diskominfo Kabupaten Bogor (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @kabupaten.bogor). *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(4), 373–392. file:///C:/Users/LINA/Downloads/publikasiuinbandung.+2.+Rahmawati+(373-392).pdf
23. Sarinah, Mardalena, Yesi Elfisa, Mukhlis Yunus, & Angra Melina. (2025). *Perilaku Organisasi: Teori Praktis*. [https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku\\_Organisasi\\_Teori\\_Praktis/bcqcEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Organisasi_Teori_Praktis/bcqcEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)
24. Setyarso Iqbal Drs., & MM, S. (2024). *Teknologi Sosial Era Disrupa* (Ummu Tasyiah Arsa, Ed.). PT Adab Indonesia.
25. Sri Hartono. (2024). *Komunikasi Bisnis pada Era Digital*. [https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Bisnis\\_pada\\_Era\\_Digital/IP4EEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Bisnis_pada_Era_Digital/IP4EEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1)
26. Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*.
27. Sukmana Oman Jumadal Simamora, Watie Setya Dwi Errika, Susilo Joko, & Simamora Jumadal. (2025). *Teori Komunikasi (Konsep, teori dan transformasi)*. PT Star Digital Publishing.
28. Sutrisno Agnes, & Mayangsari Ira. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS . *Common*.
29. Tri Wahyuti, S. Sos. , M. S. (2025). *Komunikasi Efektif Pendekatan Teori dan Praktis*. PT Nas Media Indonesia. [https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Efektif\\_Pendekatan\\_Teori\\_Dan/rRpsEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Efektif_Pendekatan_Teori_Dan/rRpsEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
30. Witarsana Gusti I, & Tonsen Putu I. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Bisnis Perhotelan*. CV Budi Utama. [https://www.google.co.id/books/edition/Pemanfaatan\\_Media\\_Sosial\\_Facebook\\_dan\\_In/JLkkEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Pemanfaatan_Media_Sosial_Facebook_dan_In/JLkkEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)