

Analisis Media Sosial Instagram di Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut

Analysis Of Instagram Social Media At The Garut Regency Tourism And Culture Office

Reska Septia Nugraha¹, Ida Jalilah Fitria²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Narahubung : Reska Septia.N¹, Email : reska10322014@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 27/07/2025
Diterima: 27/07/2025
Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci :
Instagram, kebudayaan, media sosial, Garut

Keywords:
Instagram, culture, social media, Garut

This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362
p – ISSN: 2614-6681

A B S T R A K

Penelitian ini membahas analisis pemanfaatan media sosial Instagram pada bidang kebudayaan di Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, dengan fokus pada tingkat aktivitas yang rendah dan kurangnya optimalisasi media sosial sebagai sarana pelestarian serta promosi budaya lokal. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial seperti Instagram memiliki peran strategis dalam memperkenalkan kekayaan budaya daerah kepada masyarakat luas, terutama generasi muda. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram yang dikelola untuk kepentingan bidang kebudayaan di Kabupaten Garut tidak menunjukkan aktivitas yang signifikan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui analisis konten terhadap akun resmi Instagram dinas dan wawancara dengan pihak terkait. Temuan ini menunjukkan bahwa belum ada strategi komunikasi digital yang jelas dalam bidang kebudayaan, serta terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang media sosial. Penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan kapasitas pengelola media sosial, pembuatan kalender konten budaya, serta penguatan kerja sama dengan komunitas budaya lokal untuk menghidupkan kembali media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi kebudayaan daerah.

A B S T R A C T

This study discusses the analysis of the use of Instagram social media in the cultural sector at the Garut Regency Tourism and Culture Office, with a focus on the low level of activity and the lack of optimization of social media as a means of preserving and promoting local culture. Amid the rapid development of information technology, social media such as Instagram has a strategic role in introducing regional cultural wealth to the wider community, especially the younger generation. However, the results of the study show that Instagram accounts managed for cultural interests in Garut Regency do not show significant activity. The research method used is a qualitative approach through content analysis of the official Instagram account of the office and interviews with related parties. These findings indicate that there is no clear digital communication strategy in the cultural sector, as well as limited human resources who have competence in the field of social media. This study recommends the need to increase the capacity of social media managers, create a cultural content calendar, and strengthen cooperation with local cultural communities to revive social media as a means of education and promotion of regional culture.

1. Pendahuluan

Promosi melalui media sosial (*social media marketing*) adalah strategi pemasaran yang menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan produk, layanan, dan merek serta membangun hubungan dengan *audiens* yang lebih luas. Pemasaran media sosial melibatkan berbagai teknik dan pendekatan untuk menciptakan keterlibatan, meningkatkan kesadaran merek, dan akhir mendorong penjualan atau konversi. Pemasaran digital kini sangat penting di hampir semua aspek kehidupan dan bisnis terutama karena, pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan dalam perilaku konsumen. Beberapa alasan mengapa pemasaran digital menjadi sangat penting saat ini diantaranya, perubahan perilaku konsumen, biaya yang lebih efisien, jangkauan yang lebih luas, pengukuran dan analisis yang akurat, personalisasi dan *targeting*, interaksi langsung dengan konsumen, keunggulan kompetitif, dan ketersediaan berbagai saluran pemasaran. Penggunaan media sosial dalam berbagai kasus di luar negeri telah menunjukkan berbagai *platform* ini menjadi alat yang sangat efektif untuk berbagai tujuan, mulai dari pemasaran, aktivisme, hingga hubungan masyarakat. Salah satu kasus penggunaan media sosial Instagram di luar negeri ialah, kasus Walmart yang bekerja dengan *influencer* di Instagram untuk mempromosikan produk mereka melalui konten yang lebih autentik dan *relatable*. *Influencer* ini sering kali membagikan pengalaman mereka menggunakan produk Walmart dan berbagai kode diskon khusus untuk *audiens* mereka. Dan hasilnya kampanye ini memungkinkan Walmart untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih suka mengikuti *influencer* dari pada iklan tradisional ini menunjukkan bagaimana merek besar dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran langsung yang lebih personal.

Latar belakang ini berfokus pada bagaimana media sosial ini sangat penting di dunia pemasaran karena media massa memungkinkan pesan pemasaran untuk dijangkau oleh *audiens* yang lebih luas. Dengan akses ke berbagai *platform* seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet, perusahaan dapat menjangkau konsumen di berbagai lokasi dan demografi. Khususnya Instagram yang digunakan oleh lembaga pemerintahan atau instansi terkait untuk mempromosikan pariwisata dan kebudayaan. Media sosial khususnya instagram, telah menjadi *platform* penting dalam pemasaran, promosi destinasi wisata, dan penyebaran objek budaya. Dengan fitur visual seperti foto dan video, memberikan peluang besar bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk memperkenalkan budaya, situs wisata, serta beberapa kegiatan yang ada di suatu daerah. Berdasarkan data dari NapoleonCat (Elisabeth Windiana Jayanti, 2024) pada Januari 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia diperkirakan mencapai 90.183.200, yang setara dengan 31,6% dari total populasi. Mayoritas pengguna adalah wanita, dengan proporsi 54,2%. Kelompok usia 25 hingga 34 tahun mendominasi jumlah pengguna, dengan sekitar 36.000.000 pengguna (*upgraded*, 10 februari 2025).

Instagram ini memiliki potensi besar untuk memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan lokal, seni, dan tradisi yang ada di Kabupaten Garut. Instagram dengan kekuatan visualnya dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan karya seni, acara kebudayaan, dan destinasi wisata yang berhubungan dengan budaya. Namun, meskipun media sosial ini sangat potensial, banyak akun yang dikelola oleh instansi atau Lembaga Kebudayaan yang tidak aktif atau tidak maksimal dalam penggunaannya. Beberapa Dinas yang bagus dalam penggunaan media sosial yaitu Dinas Pendidikan sering menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi terkait pendidikan, program-program pemerintah, serta pengumuman terkait ujian atau kelulusan. Media sosial juga digunakan untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan memberikan tips pembelajaran serta informasi terkait pendidikan. Contoh:

Instagram dan Twitter Dinas Pendidikan di berbagai daerah. Adapun Kemenkes memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi penting mengenai kesehatan masyarakat, seperti pencegahan penyakit, vaksinasi, dan isu kesehatan lainnya. Media sosial juga menjadi saluran untuk kampanye kesehatan dan edukasi masyarakat. Contoh: Akun Instagram dan Twitter Kemenkes.

Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Garut tidak berhasil memanfaatkan media sosial dengan optimal ini bisa melibatkan analisis kurangnya interaksi, rendahnya *engagement audiens*, atau kesalahan dalam penyajian konten yang tidak menarik perhatian Masyarakat dan juga bagaimana inisiatif digitalisasi artefak budaya atau situs warisan budaya oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan tidak berhasil mencapai tujuan pelestarian atau promosi yang diinginkan. Misalnya, masalah teknis, kurangnya aksesibilitas, atau konten tidak cukup menarik untuk Masyarakat luas.

Beberapa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau Lembaga Kebudayaan mungkin tidak memaksimalkan penggunaan Instagram untuk berbagai alasan. Ini bisa meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengelola akun secara efektif, atau kurangnya strategi konten yang terarah. Ketidakaktifan ini bisa mengurangi potensi media sosial sebagai alat untuk menjaga dan mempromosikan kebudayaan. Salah satu utama mengapa Instagram tidak aktif dalam bidang kebudayaan adalah kurangnya konten yang menarik atau relevan dengan audiens target. Lembaga Kebudayaan mungkin belum berhasil menyusun strategi visual yang mampu menarik perhatian pengguna Instagram.

2. Kajian Teori

a. Media Sosial

Banyak media sosial tools yang tersedia saat ini, mungkin cukup sulit untuk mengetahui darimana kita harus memulainya. Beberapa tips yang kita perlukan untuk mengefektifkan penggunaan media sosial adalah:

1. Membuat *content plan*

Dengan menyusun *content planning* atau perencanaan konten, anda dapat dengan mudah memosting konten secara konsisten dengan topik yang lebih terarah. *Content plan* yang baik juga dapat membantu kita tetap terorganisir dan menghindari kebuntuan ide. Memposting konten yang berkualitas secara konsisten juga tentu dapat membantu meningkatkan jumlah *followers* kita.

2. Membangun keterikatan dengan audiens

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi bisnis, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan kedekatan emosional atau hubungan personal dengan audiens yang dituju. Untuk memperkuat hubungan positif dengan para pengikut, segera respon setiap komentar maupun pesan yang diterima. Selain itu, Anda juga dapat meminta feedback atau masukan yang konstruktif dari mereka guna pendukung perkembangan bisnis Anda.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa konten visual cenderung memiliki kinerja yang lebih baik di media sosial dibandingkan dengan konten berbasis teks saja. Menambahkan elemen visual seperti foto, video, atau infografis dalam unggahan dapat menjadikan konten lebih menarik dan lebih mudah diperhatikan oleh audiens.

3. Manfaatkan *hashtag*

Hashtag atau tagar merupakan salah satu cara efektif untuk memperluas jangkauan audiens dan memudahkan mereka dalam menemukan konten yang Anda buat. Lakukan riset terlebih dahulu untuk memilih tagar yang relevan dengan niche atau bidang usaha Anda.

Nugraha & Dami dalam (Elisabeth Windiana Jayanti, 2024), Media sosial merupakan salah satu perkembangan paling menonjol di era digital saat ini, yang telah mengubah secara drastis cara manusia berkomunikasi, menyebarkan informasi, dan berinteraksi secara global. Seiring kemajuan teknologi, media sosial telah berevolusi dari sekadar alat komunikasi sederhana menjadi ekosistem yang kompleks, mencakup berbagai jenis konten, interaksi, serta komunitas daring. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, dan lainnya masing-masing menghadirkan fitur serta pengalaman yang berbeda. Kehadiran media sosial telah memberikan dampak besar di berbagai bidang kehidupan, mulai dari hubungan personal hingga dunia bisnis dan politik.

Rosmalina dalam (Elisabeth Windiana Jayanti, 2024), Media sosial adalah platform berbasis internet yang memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi serta menjalin hubungan dengan orang lain secara daring atau virtual.

b. Instagram

Secara terminologi, nama "Instagram" berasal dari gabungan dua kata, yakni "Insta" yang merujuk pada kata "instan" dan terinspirasi dari kamera polaroid yang dapat mencetak foto seketika, serta "gram" yang diambil dari kata "telegram", media yang dikenal mampu mengirimkan informasi dengan cepat. Nama ini mencerminkan fungsi utama Instagram sebagai platform untuk berbagi foto dan

video secara instan melalui jaringan internet. Saat ini, banyak orang lebih akrab menyebutnya dengan sebutan singkat seperti IG atau Insta.

Secara umum, Instagram dapat diartikan sebagai aplikasi jejaring sosial yang dirancang untuk membagikan foto dan video. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengambil gambar atau merekam video, lalu memindahkannya dengan berbagai filter agar terlihat lebih menarik. Meskipun Instagram lebih difokuskan untuk perangkat seluler seperti Android dan iOS, aplikasi ini juga tetap dapat diakses melalui browser dalam bentuk web app, meski dengan fitur yang lebih terbatas.

Sama seperti jejaring media sosial lainnya, [Instagram](#) memiliki konsep interaksi antar pengguna dengan mengikuti (*following*) atau pengikut (*follower*). Pengguna juga dapat menambahkan komentar pada foto maupun video, menyukai, mengirim, hingga menyimpannya dalam sebuah akun.

Menurut Rama Kertamukti dalam jurnal profetik Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, volume 8, no 1 halaman 58 (Syariffudin, 2020) nama Instagram berasal dari gabungan kata "insta" dan "gram". Kata "insta" merujuk pada kata "instan", sedangkan "gram" diambil dari orang lain dengan cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain. Instagram dapat mengunggah foto dan video dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

Menurut Reni Felitasari (2018:39), Instagram merupakan aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menambahkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer, khususnya di kalangan generasi muda, karena dianggap sebagai ruang untuk bersosialisasi secara digital. Kemajuan teknologi turut memberikan kemudahan dalam berinteraksi melalui media sosial, di mana pengguna dapat memperluas jaringan tanpa perlu bertemu langsung. Kemudahan inilah yang menjadi salah satu keunggulan penggunaan media sosial seperti Instagram.

c. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dan rinci. Metode ini tidak berfokus pada pengukuran angka atau pengujian teori semata, melainkan pada pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana dan mengapa suatu hal terjadi. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali makna, nilai, serta perspektif yang melatarbelakangi objek yang sedang diteliti.

Dalam pelaksanaannya, peneliti benar-benar terlibat secara mendalam dengan subjek yang diamati. Mereka tidak hanya mencatat apa yang terjadi, tetapi juga berusaha menelusuri alasan dan motivasi di balik suatu tindakan atau kejadian. Sebagai contoh, ketika meneliti perilaku manusia dalam situasi tertentu, peneliti tidak hanya mengamati tindakan yang dilakukan, melainkan juga mencoba memahami pikiran atau perasaan yang memicu perilaku tersebut. Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif memberikan peluang untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap fenomena yang diteliti.

d. Hasil Dan Pembahasan

penelitian ini mengkaji tentang media sosial Instagram, Media sosial Instagram adalah *platform* yang saat ini banyak digunakan oleh banyak kalangan, salah satunya Bidang Kebudayaan Dinas pariwisata dan Kebudayaan yang menggunakan media sosial Instagram. Untuk meningkatkan keberhasilan dalam menggunakan media sosial Instagram, bidang kebudayaan menggunakan fitur Instagram seperti *reels*, *feed*, postingan dan *stories* untuk mengunggah foto dan video supaya bisa memperlihatkan kebudayaan yang ada di kabupaten garut kepada seluruh pengguna *platform* Instagram.

Bidang kebudayaan menggunakan fitur *reel* untuk membuat konten seperti kegiatan pagelaran kebudayaan misalnya atraksi kesenian atau festival lokal di Kabupaten Garut maupun di luar Kabupaten

Garut. *Reels* ini juga sebagai informasi kepada seluruh pengguna Instagram tentang cagar alam dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Garut. Fitur *feeds* juga seringkali digunakan bidang kebudayaan untuk membuat konten tentang cagar alam dan kebudayaan di Kabupaten Garut, semakin banyak orang yang mengetahui konten yang dibuat Bidang Kebudayaan semakin banyak like dan komen di konten *feeds* tersebut maka konten itu bisa di bilang luas jangkauannya.

Fitur postingan juga sangat mempengaruhi berjalan atau tidaknya *platform* Instagram tersebut, karena jika berjalan akun Instagram bidang kebudayaan itu akan memposting beberapa kegiatan tentang event-event budaya yang ada di Kabupaten Garut maupun di luar Kabupaten Garut. Dalam postingan juga orang yang mengelola akun Instagram juga harus bisa mengikuti tema yang dibuat panitia event maupun tema tahunan yang dibuat bupati Garut.

Bidang kebudayaan menggunakan fitur *stories* karena saat memposting foto atau video di fitur *stories* itu akan cepat dan lebih *update*, saat kita membuat *stories* maka informasi yang kita berikan mengenai cagar alam dan kebudayaan di Kabupaten Garut akan lebih cepat tersampaikan lebih mudahnya staff yang mengelola akun instagram itu tidak akan banyak mengedit foto atau video yang sudah di dokumentasikan. Seperti Jika di suatu event ada beberapa orang yang ingin melihat event tersebut tapi mereka tidak bisa hadir, maka orang-orang itu bisa melihat kegiatan event tersebut di *stories* bidang kebudayaan.

Pada saat ini akun Instagram yang dikelola bidang kebudayaan di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Garut pasif atau tidak aktif, pada saat diwawancarai Rabu 12 Juni 2025 staff kebudayaan menjelaskan ketidakaktifan Instagram tersebut karena kurangnya faktor sumber daya manusia (SDM) atau kurangnya staff yang bisa mengelola *platform* media sosial Instagram, karena bidang kebudayaan belum mempunyai staff inti untuk mengelola media sosial tersebut maka media sosial Instagram itu pasif.

Staff bidang kebudayaan juga menjelaskan tidak hanya kekurangan sumber daya manusia (SDM) yang mengelola akun Instagram, bidang kebudayaan juga mempunyai faktor lain seperti keterbatasan *device* menjadi faktor utama tidak berjalannya media sosial Instagram. Misalnya dalam hal dokumentasi bidang kebudayaan saat mendokumentasikan sesuatu itu masih menggunakan barang pribadi milik staff seperti *handphone* maupun kamera. Seperti saat staff bidang kebudayaan menggunakan fitur *stories* pada suatu event, *stories* itu tidak berjalan sempurna karena *handphone* atau kamera yang digunakan untuk mendokumentasikan mempunyai kapasitas memori sedikit, karena *handphone* dan kamera itu milik staff bidang kebudayaan.

e. Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1) Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut menggunakan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi dan pemberitahuan kepada seluruh khalayak tentang kegiatan budaya dan menginformasikan tentang cagar Budaya yang ada di Kabupaten Garut. Beberapa fitur Instagram yang digunakan oleh Bidang kebudayaan yaitu *reels*, *feeds*, *stories*, dan postingan. 2) Pada saat ini Instagram yang dikelola bidang kebudayaan menjadi tidak aktif atau pasif. Hal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia (SDM) , kurangnya *device* untuk dokumentasi karena sampai saat ini mendokumentasikan suatu kegiatan masih menggunakan *device* milik staff.

Rekomendasi yang diberikan antara lain: 1) Bagi bidang kebudayaan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Untuk bidang kebudayaan diharapkan dapat menambah sumber daya manusia (SDM) khususnya sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai sosial media *specialist* yang baik seperti fokus pada pengembangan dan pelaksanaan strategi media sosial, termasuk pembuatan konten, penjadwalan posting, interaksi dengan *audiens* dan analisis performa. Mereka juga harus memahami *trend* terbaru di media sosial dan mampu beradaptasi dengan dengan perubahan algoritma. 2) bidang kebudayaan juga bisa mengadakan pelatihan khusus kepada staff bidang kebudayaan tentang bagaimana cara menggunakan media sosial, manfaat media sosial, strategi konten, keamanan akun terutama dalam pengelolaan media sosial supaya dapat terus berjalan.

f. Ucapan Terimakasih

Saya ucapkan terima kasih kepada Dinas Parawisata Dan Kebudayaan Kabupaten Garut, Bidang Kebudayaan, kepada semua pihak yang terlibat. Terima kasih telah membantu menyelesaikan penelitian ini hingga selesai semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi semuanya termasuk bagi yang membaca artikel ini.

g. Referensi

- Arifin, R. D. (2023). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll. *dianisa.com*.
- Felitasari, R. (2018). Instagram Sebagai Media Sosial Digital : Studi pada pengguna Android. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- IJ Fitria. T Qurahman. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Smart Phone Oppo. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 18 (1), 26-37
- LK Soleha, MF Amrulloh (2024). Analisis Disiplin Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi) 1 (7)*, 775-78
- Literasi guru (2024). Penelitian Kualitatif Menurut Para ahli. *Litersiguru.com*
- Merdeka.com. (2021). Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya. *Merdeka.com*.
- O Feriyanto, RS Amanda, C Rahayu, L Lusiana, O Kusmayanti (2024). Penerapan Sistem Akutansi Pada PT Mitra Perkasa Harapan. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina 2 (1)*, 94-104
- RD Marselina, AS Adha, ASM Anandhita, D Febriyan, S Maesaroh (2024). Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia Dan Manajemen Hubungan Industrial Pada Karyawan Admistrasi Di RSUD Bandung Kiwari. *Manajemen Kreatif Jurnal 2 (1)*, 137-150
- R Hadithya (2024). Evaluasi Strategi Lokasi Dalam Pengembangan Usaha Kafe Di Daerah Suburban: Kasus Kafe KoboCoffe Di Kecamatan Majalaya. *Jurnal Bina Manajemen 13 (1)*, 41-51
- Rudi Dian Arifin (2023). Pengentian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll. *Dianisa.Com*