

INSTAGRAM @dishubkotabogor SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LALU LINTAS

Arizka Dewi Utami¹, Maria Fitriah², Agustini³

Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas
Djuanda¹²³

e-mail: arizkadewi40@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan era digital telah mengubah cara instansi pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat, salah satunya melalui media sosial. Instagram menjadi platform efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemanfaatan fitur Instagram oleh Dinas Perhubungan Kota Bogor dalam memenuhi kebutuhan informasi lalu lintas para pengikut akun @dishubkotabogor serta menguji pengaruh antara pemanfaatan fitur tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 394 responden yang merupakan pengikut akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana untuk mengukur hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur Instagram tergolong baik, dengan *feed post* menjadi fitur paling dominan dalam penyebaran informasi terkait kondisi lalu lintas, jadwal operasional kendaraan Uncal, dan layanan transportasi publik seperti BISKITA. Pemenuhan kebutuhan informasi juga berada pada kategori baik, dengan pendekatan *Current Need Approach* menunjukkan capaian tertinggi dibandingkan pendekatan lainnya. Temuan ini menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pemanfaatan fitur Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas. Artinya, media sosial berperan strategis dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik dan transparansi informasi di lingkungan pemerintahan, khususnya pada Dinas Perhubungan Kota Bogor.

Kata Kunci: *instagram, media sosial, lalu lintas, transportasi*

ABSTRACT

The digital era has transformed how government institutions communicate with the public, with social media becoming an effective medium for information dissemination. Instagram, as a visual-based platform, plays an essential role in delivering traffic-related information interactively and in real time. This study aims to analyze the utilization of Instagram features by the Bogor City Transportation Department in fulfilling traffic information needs among followers of the @dishubkotabogor account and to examine the effect of feature utilization on information fulfillment. This research employed a quantitative descriptive approach using a survey method. The sample consisted of 394 respondents, all followers of the department's official Instagram account, selected through simple random sampling. Data were analyzed using simple linear regression to determine the relationship between feature usage and the fulfillment of information needs. The results show that the use of Instagram features falls into the "good" category, with *feed posts* being the most effective feature in disseminating traffic conditions, weekend operational schedules of Uncal vehicles, and public transportation services such as BISKITA. The overall information fulfillment level was also categorized as good, with the *Current Need Approach* showing the highest level among other need approaches. These findings indicate a positive and significant influence between the utilization of Instagram features and the fulfillment of traffic information needs. Thus, social media plays a strategic

role in enhancing public communication and transparency within government institutions, particularly in the Bogor City Transportation Department.

Keywords: *instagram, social media, traffic, transportation*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi. Teknologi digital menghadirkan kemudahan akses informasi yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga komunikasi dapat berlangsung secara cepat, interaktif, dan masif. Media sosial muncul sebagai salah satu hasil nyata dari kemajuan ini, menjadi sarana utama dalam proses pertukaran pesan, promosi, dan pembentukan opini publik. Menurut Khasanah et al. (2024), media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi personal, tetapi juga telah berevolusi menjadi ruang publik digital yang memengaruhi cara berpikir, berperilaku, serta berpartisipasi dalam masyarakat. Di antara berbagai platform yang tersedia, Instagram menempati posisi istimewa karena keunggulannya dalam menyajikan kombinasi antara visualisasi estetik dan interaktivitas yang tinggi. Melalui fitur unggulan seperti *feed post*, *story*, *reels*, *highlight*, dan *direct message*, pengguna dapat membagikan foto, video, serta pesan dengan cara yang menarik dan instan (Yunita, Agustini, & Amalia, 2023). Hal ini menjadikan Instagram bukan hanya wadah ekspresi diri, melainkan juga medium yang efektif dalam menyebarkan informasi dan membentuk persepsi publik terhadap suatu isu atau lembaga.

Data statistik menunjukkan bahwa dominasi Instagram dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia semakin kuat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan *We Are Social* (Kemp, 2024), jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah melampaui 100 juta orang, atau sekitar 36,2% dari total populasi nasional. Angka ini menandakan bahwa hampir sepertiga penduduk Indonesia aktif menggunakan Instagram sebagai sumber informasi utama. Media sosial, dalam konteks ini, berperan penting dalam membentuk pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat modern. Fenomena tersebut kemudian dimanfaatkan secara luas oleh sektor publik, terutama oleh lembaga pemerintah, untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dengan warganya. Pemerintah tidak lagi dapat bergantung hanya pada media konvensional seperti surat kabar atau televisi, melainkan harus menyesuaikan diri dengan dinamika digital agar mampu menyampaikan kebijakan secara cepat, transparan, dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas (Damayanti, Riyanto, & Sarungu, 2024). Dengan demikian, media sosial telah menjadi jembatan strategis yang memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat dalam konteks pelayanan publik yang terbuka, komunikatif, dan akuntabel.

Dari sisi kebijakan, peran media sosial dalam komunikasi publik pemerintah semakin diperkuat melalui berbagai regulasi nasional. Kementerian Komunikasi dan Informatika (2024) menegaskan bahwa media sosial merupakan salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi pemerintah daerah untuk memperluas partisipasi publik dan meningkatkan transparansi. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram diarahkan agar lembaga pemerintah tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga mampu membangun dialog dua arah yang produktif dengan masyarakat. Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi sarana efektif untuk menumbuhkan kepercayaan publik dan memperkuat citra positif lembaga pemerintah (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Adriani, Ratnamulyani, dan Agustini (2016) bahkan menyatakan bahwa aktivitas kehumasan pemerintah yang dikelola dengan baik melalui media sosial dapat menciptakan persepsi positif terhadap kredibilitas lembaga serta memperkuat hubungan emosional antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah bukan sekadar tren komunikasi, tetapi

menjadi kebutuhan strategis untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang lebih partisipatif dan responsif terhadap aspirasi publik.

Dalam tataran lokal, salah satu instansi yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik adalah Dinas Perhubungan Kota Bogor. Lembaga ini memiliki peran penting dalam mengatur, mengawasi, dan menginformasikan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan transportasi dan lalu lintas di wilayah Kota Bogor. Berdasarkan *Peraturan Wali Kota Bogor Nomor 67 Tahun 2021*, Dinas Perhubungan memiliki kewenangan untuk membantu Wali Kota dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan di bidang perhubungan, termasuk penyebaran informasi publik yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dalam menjalankan fungsi tersebut, Dinas Perhubungan Kota Bogor menggunakan akun Instagram resmi @dishubkotabogor sebagai media utama untuk menyebarkan informasi terkini mengenai kebijakan lalu lintas, pengumuman layanan publik, hingga kampanye keselamatan berkendara. Hingga Maret 2024, akun ini telah memiliki lebih dari 25.000 pengikut dan ribuan unggahan yang berisi konten edukatif, informatif, serta visualisasi kondisi lalu lintas secara aktual. Kehadiran akun tersebut menunjukkan keseriusan instansi dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan pelayanan informasi dan keterbukaan publik di bidang transportasi.

Ketersediaan informasi lalu lintas yang cepat, tepat, dan mudah diakses merupakan kebutuhan mendasar bagi masyarakat perkotaan yang aktivitasnya sangat bergantung pada mobilitas. Kondisi lalu lintas yang dinamis menuntut masyarakat untuk memiliki akses terhadap informasi yang akurat agar dapat mengambil keputusan perjalanan yang efisien dan aman. Menurut Kharima dan Fanida (2021), informasi lalu lintas yang disampaikan melalui media sosial membantu masyarakat dalam menghindari kemacetan dan merencanakan rute alternatif secara real-time. Instagram, dengan kekuatan visual dan kemudahan distribusi kontennya, menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi tersebut. Melalui unggahan foto, video, dan fitur *story*, masyarakat dapat memperoleh pembaruan kondisi lalu lintas secara cepat dan menarik. Selain itu, fitur interaktif seperti *comment section* dan *direct message* memungkinkan pengguna memberikan tanggapan langsung terhadap konten yang dibagikan, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang lebih partisipatif antara instansi pemerintah dan masyarakat (Ilhami & Sudradjat, 2024). Hal ini menandakan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai medium untuk membangun kedekatan sosial dan kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah.

Berbagai penelitian terdahulu juga mengonfirmasi efektivitas media sosial, khususnya Instagram, dalam memenuhi kebutuhan informasi publik di tingkat daerah. Daulay dan Alfikri (2022) menemukan bahwa konten yang disajikan oleh lembaga publik melalui Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasi lokal masyarakat, terutama jika konten tersebut disampaikan secara kontekstual dan mudah dipahami. Fajari dan Diana (2023) menambahkan bahwa kombinasi antara desain visual yang menarik dan pesan informatif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta memperkuat pemahaman masyarakat terhadap isu yang diangkat. Meskipun demikian, penelitian yang menyoroti secara spesifik penggunaan Instagram oleh instansi pemerintah daerah, terutama dalam konteks penyebaran informasi lalu lintas seperti yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Bogor, masih sangat terbatas. Keterbatasan literatur inilah yang menjadi dasar munculnya *research gap* dalam penelitian ini, yakni kurangnya kajian empiris mengenai efektivitas komunikasi digital pemerintah daerah dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara langsung melalui media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana Dinas Perhubungan Kota Bogor memanfaatkan berbagai fitur Instagram—seperti *feed post*, *story*, dan *highlight*—dalam memenuhi kebutuhan informasi lalu lintas masyarakat. Fokus penelitian ini tidak hanya pada bentuk dan frekuensi penyampaian informasi, tetapi juga

pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap konten yang diunggah oleh akun @dishubkotabogor. Melalui pendekatan tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas komunikasi digital pemerintah dalam konteks pelayanan publik. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi publik berbasis media sosial yang lebih interaktif, partisipatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan informasi masyarakat urban yang semakin kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif dan strategi asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas. Metode yang digunakan adalah survei, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online (*Google Form*) kepada responden yang merupakan *followers* akun Instagram Dishub Kota Bogor. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu (*followers*) yang aktif mengikuti akun tersebut.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan prosedur *simple random sampling*. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh 394 responden dari total populasi 25.700 *followers*. Data penelitian terdiri atas data primer (hasil kuesioner) dan data sekunder (dokumen dan publikasi). Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara pendahuluan, dan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan skala Likert lima poin. Uji instrumen meliputi uji validitas ($r \geq 0,3$) dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$. Data kemudian diuji melalui uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas), dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh antar variabel serta uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan IBM SPSS versi 30.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan pembahasan mengenai data yang dikumpulkan serta analisis yang berkaitan dengan berbagai variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Proses pengukuran sampel dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS for Windows versi 30.0, yang digunakan untuk menganalisis dan mengolah data secara lebih mendalam. Tujuan utama dari penggunaan program ini adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata nilai dari setiap variabel yang diteliti. Dengan demikian, analisis ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.

Hasil

Hasil rekapitulasi tanggapan *followers* terhadap akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor menunjukkan sejauh mana akun tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi para *followers*. Tanggapan yang diberikan menggambarkan bagaimana akun tersebut berperan dalam menyampaikan informasi terkait lalu lintas yang dibutuhkan oleh *followers*.

Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Jawaban *Followers* Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi

No	Variabel	Indikator	Rata-rata	Keterangan
1	Pemenuhan	<i>Current Need Approach</i>	4,13	Baik

	kebutuhan informasi	<i>Everyday Need Approach</i>	4,02	Baik
		<i>Exhaustic Need Approach</i>	4,04	Baik
		<i>Catching up Need Approach</i>	3,93	Baik
	Rata-rata		4,03	Baik

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Berdasarkan Tabel 1, *current need approach* mendapatkan skor tertinggi sebesar 4,13 dan *catching up need approach* mendapatkan skor terendah sebesar 3,93. Untuk hasil rekapitulasi variabel pemenuhan kebutuhan informasi menunjukkan rata-rata nilai sebesar 4,03, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemenuhan kebutuhan informasi di akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor sudah berhasil menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan informasi yang bersifat mendesak, rutin, maupun yang lebih komprehensif, sehingga dapat dikatakan berada pada tingkat yang baik. Dengan nilai rata-rata tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum, informasi yang disampaikan melalui akun Instagram tersebut sudah berhasil memenuhi ekspektasi dan kebutuhan *followers* dalam memperoleh informasi terkait lalu lintas. Pemenuhan yang baik ini menunjukkan bahwa *followers* merasa cukup terbantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan, baik itu informasi terkini mengenai kondisi lalu lintas, jadwal transportasi, maupun informasi mendalam yang berkaitan dengan kebijakan atau peraturan lalu lintas yang berlaku di Kota Bogor.

Pada indikator *current need approach* yang mendapatkan skor tertinggi pada pendekatan ini menunjukkan bahwa *followers* sangat mengandalkan informasi terbaru yang disediakan oleh akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor. Kebutuhan akan informasi terkini, seperti kondisi lalu lintas *real-time*, rekayasa arus, serta perubahan kebijakan transportasi, menjadi prioritas utama bagi *followers*. *Followers* cenderung menggunakan informasi yang diperbarui secara berkala untuk mendukung mobilitas harian mereka, baik dalam perencanaan perjalanan maupun dalam menghindari hambatan lalu lintas.

Pada indikator *everyday need approach* ini mengukur sejauh mana akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan *followers* dalam aktivitas harian mereka. Dengan skor 4,02, *followers* menilai bahwa akun ini telah membantu mereka dalam menyesuaikan rencana perjalanan sehari-hari berdasarkan kondisi lalu lintas yang diinformasikan. *Followers* mencari informasi seperti jadwal dan rute transportasi umum, kebijakan lalu lintas harian, serta himbauan terkait keselamatan berkendara. Informasi yang diberikan membantu mereka dalam memilih rute tercepat, menghindari kemacetan, serta mengetahui jalur-jalur alternatif untuk perjalanan harian.

Pada indikator *exhaustic need approach* ini menilai seberapa dalam dan lengkap informasi yang diberikan oleh akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor. Skor 4,04 menunjukkan bahwa *followers* merasa konten yang disajikan sudah cukup mendetail dan informatif, meskipun masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut. *Followers* mencari informasi yang lebih spesifik, seperti kebijakan transportasi yang lebih mendalam, aturan jalan, serta panduan teknis mengenai peraturan lalu lintas. *Followers* juga tertarik dengan penjelasan tentang proyek infrastruktur jalan, perubahan regulasi transportasi, serta informasi tentang tarif angkutan umum.

Pada indikator *catching up need approach* ini menilai sejauh mana akun Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor mampu memberikan informasi dalam bentuk ringkasan atau informasi cepat bagi *followers* yang tidak selalu mengikuti *update* secara berkala. Dengan skor 3,93 (nilai terendah di antara keempat indikator), dapat disimpulkan bahwa meskipun akun ini

memberikan informasi yang cukup ringkas, *followers* lebih cenderung mencari informasi yang lebih mendalam dan tidak hanya sekadar ringkasan. *Followers* yang jarang mengecek akun tetap merasa terbantu dengan rekapitulasi informasi lalu lintas dalam bentuk infografis atau ringkasan di *story highlight*. Format penyajian informasi yang lebih visual dan langsung ke inti permasalahan (seperti notifikasi lalu lintas cepat di *story*) dinilai cukup membantu *followers* yang hanya ingin melihat sekilas informasi penting.

Meskipun hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan informasi telah terpenuhi dengan baik, masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Salah satunya adalah pentingnya menjaga konsistensi dalam penyajian informasi secara rutin dan terjadwal, agar *followers* tidak merasa kebingungan atau ketinggalan informasi. Upaya ini dapat membantu penyampaian informasi menjadi lebih tepat sasaran dan mudah dipahami oleh *followers*.



Gambar 1. Foto Kondisi Lalu Lintas Terkini di Fitur Feeds Instagram @dishubkotabogor

Berdasarkan Gambar 1, *followers* menilai bahwa informasi yang disajikan dalam *feed post* mudah diakses kembali, lebih permanen dibandingkan fitur lain yang bersifat sementara, dan dapat dibaca secara mendetail. Konten dalam *feed post* sering digunakan untuk memberikan informasi tentang pengumuman lalu lintas, kebijakan transportasi baru, rekayasa jalan, serta edukasi keselamatan berkendara. Fitur *story* memungkinkan pengguna mendapatkan informasi secara cepat dan *real-time*. *Followers* merasa fitur ini berguna untuk mendapatkan *update* terkini mengenai kondisi lalu lintas, perubahan rute, serta himbauan singkat dari Dinas Perhubungan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan fitur Instagram memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,87, yang termasuk kategori baik. Nilai ini mencerminkan bahwa akun @dishubkotabogor secara umum telah menggunakan berbagai fitur yang tersedia di Instagram secara efektif sebagai sarana penyebaran informasi publik, khususnya mengenai lalu lintas. Dalam konteks komunikasi publik digital, nilai tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium utama penyebaran informasi yang transparan, cepat, dan mudah dijangkau. Dari seluruh fitur yang dianalisis, Feed Post memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,97, sedangkan Carousel mencatat skor terendah sebesar 3,81. Perbedaan skor ini menandakan adanya variasi efektivitas dalam penyampaian pesan, di mana Feed Post dinilai paling optimal karena bersifat permanen, mudah diakses kembali, dan mampu memuat informasi visual maupun teks secara lengkap. Hasil ini mendukung temuan Fajari dan Diana (2023) yang menyebutkan bahwa konten visual

di Feed Instagram lebih efektif dalam membangun kepercayaan publik karena memberikan persepsi kredibilitas tinggi dan memancing perhatian audiens secara emosional maupun informatif.

Dalam penerapan di lapangan, fitur Feed Post sering digunakan untuk menyampaikan berbagai bentuk informasi, mulai dari kondisi lalu lintas terkini, jadwal operasional kendaraan Uncal, pengumuman kebijakan transportasi, hingga konten edukatif mengenai keselamatan berkendara. Fitur Story dan Story Highlight juga berperan besar dalam memperluas jangkauan informasi karena memungkinkan penyampaian berita bersifat real-time dan responsif terhadap peristiwa yang sedang terjadi. Hal ini sejalan dengan temuan Sutrisno dan Mayangsari (2021) yang menegaskan bahwa media sosial pemerintah memiliki fungsi strategis dalam penyebaran informasi dinamis, terutama melalui fitur yang bersifat sementara tetapi memiliki daya jangkau tinggi. Meskipun bersifat temporal, Instagram Story terbukti efektif untuk menyampaikan informasi mendesak, seperti pengalihan arus lalu lintas atau peringatan keselamatan berkendara, sedangkan Story Highlight berfungsi sebagai arsip digital yang memungkinkan masyarakat mengakses ulang informasi penting secara berkelanjutan. Dengan demikian, fitur-fitur tersebut mampu mendukung prinsip transparansi dan aksesibilitas informasi publik secara optimal.

Selanjutnya, fitur IGTV berperan dalam menyediakan ruang bagi konten video berdurasi panjang yang memungkinkan penyampaian pesan lebih komprehensif dan edukatif. Fitur ini sering digunakan untuk menjelaskan program kerja, kebijakan publik, serta kampanye keselamatan transportasi. Menurut Ilhami dan Sudradjat (2024), konten video pada media sosial memiliki keunggulan karena mampu menjelaskan isu kompleks secara visual dan menarik, sehingga meningkatkan pemahaman publik terhadap kebijakan pemerintah. Selain itu, fitur Carousel yang memungkinkan pengunggahan beberapa gambar sekaligus juga memberikan kontribusi dalam menyampaikan informasi secara bertahap, misalnya panduan keselamatan berkendara, prosedur pelayanan transportasi, atau informasi kebijakan baru. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kadiasti dan Mukaromah (2022) bahwa Carousel Post efektif menarik perhatian audiens karena menghadirkan visualisasi berurutan yang mendorong keterlibatan pengguna untuk memahami pesan secara utuh. Dengan demikian, seluruh fitur Instagram memiliki karakteristik tersendiri yang bila dioptimalkan dapat memperkuat strategi komunikasi publik instansi pemerintah.

Fenomena pemanfaatan fitur-fitur tersebut juga berkaitan dengan teori presentasi diri (self-presentation) di media sosial sebagaimana dikemukakan oleh Ulfah, Ratnamulyani, dan Fitriah (2016), yakni bagaimana individu atau institusi berupaya membentuk citra tertentu di ruang digital melalui pengelolaan konten. Dalam hal ini, Dinas Perhubungan Kota Bogor memanfaatkan Instagram sebagai sarana pembentukan citra institusional yang informatif, responsif, dan profesional. Dengan konsistensi unggahan dan desain pesan yang terarah, lembaga ini mampu menampilkan karakter komunikasi publik yang modern dan terpercaya. Pandangan ini didukung oleh Anisyahrini dan Bajari (2019) yang menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang efektif harus mampu menyampaikan pesan yang relevan, menarik, dan berkesinambungan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Melalui strategi ini, akun @dishubkotabogor berhasil memperkuat persepsi publik terhadap profesionalitas dan kredibilitas lembaga.

Variabel pemenuhan kebutuhan informasi juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,03, yang tergolong dalam kategori baik. Pendekatan Current Need Approach memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,13, sedangkan Catching-Up Need Approach mencatat nilai terendah yaitu 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengikut akun @dishubkotabogor mengutamakan informasi yang bersifat aktual, faktual, dan relevan dengan situasi terkini.

Hasil ini mendukung model perilaku pencarian informasi yang dijelaskan oleh Alhusna dan Masruroh (2021), bahwa pengguna media sosial lebih cenderung mencari informasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan saat ini (current needs) dibandingkan dengan informasi historis. Selanjutnya, penelitian Daulay dan Alfikri (2022) juga menegaskan bahwa konten media sosial milik lembaga pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi daerahnya. Oleh karena itu, konsistensi penyajian informasi aktual menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan ketergantungan publik terhadap akun resmi pemerintah.

Lebih jauh lagi, hasil penelitian Adriani, Ratnamulyani, dan Agustini (2016) menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi digital lembaga publik bergantung pada kemampuan mengidentifikasi tren, preferensi, dan kebutuhan audiens secara berkelanjutan. Strategi ini terbukti diterapkan oleh Dinas Perhubungan Kota Bogor melalui manajemen konten yang adaptif terhadap isu-isu transportasi yang berkembang, seperti perubahan rute, gangguan lalu lintas, atau pembaruan layanan BISKITA Trans Pakuan. Dengan demikian, akun @dishubkotabogor tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi satu arah, tetapi juga sebagai media partisipatif yang memungkinkan masyarakat terlibat secara aktif dalam memahami dinamika lalu lintas di kotanya.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh persamaan $Y = 47,284 + 0,409X$, yang berarti peningkatan pemanfaatan fitur Instagram berbanding lurus dengan peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan fitur Instagram berpotensi meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,409 satuan. Hasil uji F ($304,378 > 3,87$) dengan tingkat signifikansi ($0,01 < 0,05$) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Agustine dan Prasetyawati (2020), Amalia (2023), serta Oktavian et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas konten visual dan kekuatan pesan persuasif di Instagram dapat membangun persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah.

Lebih lanjut, nilai koefisien korelasi ($r = 0,661$) mengindikasikan hubungan yang cukup kuat antara pemanfaatan fitur Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi, sedangkan nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,437$) menunjukkan bahwa sebesar 43,7% variasi dalam kebutuhan informasi dapat dijelaskan oleh penggunaan fitur Instagram. Adapun sisanya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti media komunikasi alternatif, pengalaman pengguna, serta faktor personal seperti preferensi dan literasi digital. Hal ini sesuai dengan pandangan Damayanti, Riyanto, dan Sarungu (2024) yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi publik digital tidak hanya bergantung pada kualitas media, tetapi juga pada konsistensi pesan, kecepatan respon, dan daya tarik visual konten yang disampaikan.

Penelitian ini juga mendukung pandangan Sari dan Rina (2022) serta Khasanah et al. (2024) bahwa komunikasi visual yang menarik, disertai pesan yang jelas dan relevan, mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memenuhi kebutuhan informasi secara lebih efektif. Kharima dan Fanida (2021) juga menegaskan bahwa inovasi digital dalam pelayanan publik, khususnya transportasi, merupakan langkah penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi dan transparansi pemerintahan. Hal ini sejalan dengan strategi Dinas Perhubungan Kota Bogor yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Musfiyah dan Christiani (2020) yang menjelaskan bahwa keberhasilan media digital dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat sangat bergantung pada relevansi konten, kredibilitas sumber, serta kemudahan akses pengguna terhadap informasi tersebut. Sementara itu, Latifa, Lutfie, dan Agustini (2023)

menambahkan bahwa konten edukatif, seperti tutorial atau panduan publik di media sosial, mampu memengaruhi perilaku pengguna secara positif, terutama dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya keselamatan berkendara dan kepatuhan terhadap aturan lalu lintas.

Akhirnya, hasil penelitian Siahaan (2025) memberikan perspektif tambahan bahwa perilaku pengguna media sosial dalam mengonsumsi informasi sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, kebutuhan psikologis, serta kecenderungan untuk melakukan self-disclosure. Dengan demikian, strategi komunikasi digital Dinas Perhubungan Kota Bogor perlu terus menyesuaikan gaya penyajian konten agar tetap relevan dengan karakteristik dan ekspektasi pengguna media sosial modern.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa fitur-fitur Instagram memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi publik terkait lalu lintas. Semakin optimal strategi pengelolaan konten melalui fitur Feed Post, Story, Story Highlight, IGTV, dan Carousel, semakin besar pula dampaknya terhadap keterpenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Dengan pendekatan komunikasi visual yang inovatif dan berbasis data, akun @dishubkotabogor menjadi contoh konkret bagaimana instansi pemerintah dapat mengimplementasikan media sosial secara efektif untuk mendukung prinsip transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan publik berbasis digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa, fitur Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor telah dimanfaatkan dengan baik untuk menyebarkan informasi kepada *followers-nya*. Secara spesifik, fitur *feed post* menunjukkan kinerja yang paling optimal, yang menunjukkan bahwa *followers* lebih banyak mengakses dan mengandalkan *feed post* sebagai sumber utama informasi karena penyajiannya yang lebih terstruktur, informatif, dan mudah diakses kapan saja. *Feed post* juga memungkinkan konten disimpan permanen dan ditinjau ulang oleh *followers*. *Followers* mendapatkan foto kondisi lalu lintas terkini, foto kegiatan pemberitahuan jadwal kendaraan Uncal yang beroperasi hari *weekend* dan mendapatkan video mengenai transportasi perhubungan yang disediakan Pemerintah Kota Bogor, yaitu BISKITA di fitur *feeds* Instagram @dishubkotabogor.

Pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas bagi *followers* Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor telah terpenuhi dengan baik. Pada kategori *current need approach* menunjukkan hasil yang lebih optimal, hal ini dapat diartikan bahwa informasi yang disampaikan lebih banyak sesuai dengan kebutuhan mendesak atau terkini yang lebih dirasakan oleh *followers*, seperti *followers* mendapatkan informasi lalu lintas terkini (*up to date*), informasi transportasi terkini (*up to date*), akun @dishubkotabogor selalu mengemas informasi mengikuti perkembangan terbaru atau sesuai dengan perubahan kebijakan transportasi yang berlaku, informasi lalu lintas pada akun @dishubkotabogor selalu berdasarkan fakta yang aktual di lapangan, yaitu adanya pengalihan arus lalu lintas akibat pohon tumbang sehingga tidak bisa dilalui sementara oleh pengemudi serta *followers* mendapatkan informasi transportasi pada akun @dishubkotabogor selalu berdasarkan fakta yang aktual di lapangan, yaitu adanya pemberhentian sementara layanan BISKITA Trans Pakuan pada 1 Januari sampai dengan maksimal 30 hari kerja.

Fitur Instagram Dinas Perhubungan Kota Bogor berpengaruh kuat dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas bagi *followers*. Hubungan ini mengindikasikan bahwa semakin optimal penggunaan fitur-fitur Instagram, seperti *feed post*, *story*, *story highlight*, *IGTV* dan *carousel*, semakin besar pula kontribusinya dalam membantu *followers* memperoleh informasi yang dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur

yang disediakan mampu menjembatani kebutuhan komunikasi antara instansi dan masyarakat, serta memudahkan followers dalam mengakses informasi lalu lintas yang relevan, akurat, dan mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, F., Ratnamulyani, I. A., & Agustini, A. (2016). Efektivitas Kegiatan Humas Pemerintah Kota Bogor dan Citra Humas Dimata Publik Eksternal. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 2(1). <https://doi.org/10.30997/jk.v2i1.201>
- Agustine, M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit. *PROfesi Humas*, 5(1), 82-97. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23966>
- Alhusna, F. N., & Masruroh, S. (2021). Model perilaku pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi: Kajian literatur. *IJAL (Indonesian Journal of Academic Librarianship)*, 5(1), 19–28. Retrieved from <https://www.journals.apptisjatim.org/index.php/ijal/article/view/100>
- Alqatras, M. D., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ Metrotv Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. *eProceedings of Management*, 10(6).
- Amalia, N. (2023). Pengaruh Visualisasi Pesan Persuasif Kampanye# Pakaisampaihabis Terhadap Perubahan Perilaku Followers Mengonsumsi Produk Kecantikan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(2), 134-142. <https://doi.org/10.30997/jsh.v14i2.9807>
- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran pengelola clothing line di Instagram. *PROfesi Humas*, 3(2), 237-254. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>
- Damayanti, S., Riyanto, B., & Sarungu, L. M. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen. *Solidaritas*, 8(1). Diambil dari <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/9998>
- Daulay, A. N., & Alfikri, M. (2022). PENGARUH KONTEN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ jayalabuseL DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAERAH PENGIKUT (FOLLOWERS). *Kabillah: Journal of Social Community*, 7(2), 589-598. <https://doi.org/10.35127/kabillah.v7i2.214>
- Fajari, N., & Diana, K. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Ilhami, H., & Sudradjat, R. H. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ internship_dbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.13704>
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Ranggawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 79–89. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i1.2586>
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2019). Kontruksi Identitas melalui stories highlight Instagram kalangan kelas menengah. *Jurnal Aspikom*, 4(1), 26-44. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/40169/>
- Kharima, K. D., & Fanida, E. H. (2021). Inovasi Aplikasi Transportasiku Di Dinas Perhubungan Kota Surabaya. *Publika*, 199-214. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n1.p199-214>

- Khasanah, U., Fitriah, M. ., Assyifaturrohman, N. ., Nadhifa, N. A. ., Marshanda, G. ., Triwandi, M. E. ., & Azhar, A. . (2024). Pengaruh Komunikasi Visual Animasi Stop Motion Instagram @aulion Terhadap Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3802–3819. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12296>
- Latifa, S. F., Lutfie, M., & Agustini. (2023). PENGARUH KONTEN TUTORIAL KECANTIKAN DALAM VIDEO DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU ATENSI REMAJA DI KABUPATEN BOGOR . *JURNAL KOMUNIKATIO*, 9(1), 49–58. <https://doi.org/10.30997/jk.v9i1.7969>
- Musfiyah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(4), 425-439. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.4.425-439>
- Oktavian, T. R. ., Amalia, N. ., Hardi, B. B. ., Anugerah, R. ., Aminullah, B. ., Abdullah, H. H. ., Santoso, A. ., & Fitriah, M. . (2024). Persepsi Mahasiswa Kota Bogor Terhadap Visualisasi Postingan Akun Instagram @Cretivox (Studi Kasus Terhadap Postingan Bertagat #Cretivoxzodiac). *Karimah Tauhid*, 3(2), 1893–1910. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.11967>
- Sari, N. P., & Rina, N. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 470-474. <https://www.neliti.com/publications/562811/pengaruh-konten-media-sosial-instagram-laakfkb-terhadap-pemenuhan-kebutuhan-info>
- Siahaan, K. Z. (2025). Makna Perilaku Sosial Pengguna Instagram Story Mahasiswa FISIPOL UNESA: Fenomenologi dengan Konteks Self-Disclosure. *Jurnal Dialektika Pendidikan IPS*, 5(1), 69-82. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/PENIPS/article/view/65496>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram@ Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). Fenomena penggunaan foto outfit of the day di instgram sebagai media presentasi diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman). *Jurnal Komunikatio*, 2(1). <https://doi.org/10.30997/jk.v2i1.193>