

ANALISIS ISI POSTINGAN INSTAGRAM @DISBUDPARJATIMPROV

Nabilla Alhawa Miadinar

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
nabilla.21079@mhs.unesa.ac.id

Fitri Norhabiba

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
fitrinorhabiba@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk isi postingan akun Instagram @disbudparjatimprov pada periode Juni hingga Desember 2024. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan teori *Uses and Gratification* sebagai landasan teori. Data diperoleh dari enam postingan festival budaya yang dikode oleh enam coder menggunakan 26 indikator yang terbagi ke dalam kategori *gratification sought* dan *gratification obtained*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan dengan konten visual kuat dan ajakan partisipatif memiliki pengaruh lebih tinggi. Uji reliabilitas Holsti menunjukkan tingkat kesepakatan antar coder yang tinggi, dengan nilai tertinggi sebesar 97% pada postingan “Pekan Kebudayaan Daerah”, dan nilai terendah sebesar 80% pada postingan “Reog Ponorogo”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam bidang komunikasi digital serta rekomendasi praktis bagi pengelola akun @disbudparjatimprov dalam merancang strategi konten yang lebih interaktif dan menarik.

Kata Kunci: Analisis isi, Disbudpar Jatim, Teori *Uses and Gratifications*.

Abstract

This study aims to analyze the content forms of posts on the Instagram account @disbudparjatimprov during the period from June to December 2024. The research employs a quantitative content analysis method, grounded in the Uses and Gratification theory. Data were collected from six cultural festival posts, coded by six coders using 26 indicators categorized into gratification sought and gratification obtained. The results indicate that posts with strong visual content and participatory calls to action have a greater impact. The Holsti reliability test showed a high level of agreement among coders, with the highest score of 97% found in the “Regional Cultural Week” post, and the lowest score of 80% in the “Reog Ponorogo” post. This study is expected to contribute academically to the field of digital communication and offer practical recommendations for the management of the @disbudparjatimprov account in designing more interactive and engaging content strategies.

Keywords: Content analysis, Disbudpar Jatim (East Java Tourism and Culture Office), *Uses and Gratifications Theory*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya pergeseran pola komunikasi dari media konvensional menuju komunikasi berbasis internet. Media sosial menjadi salah satu wujud utama dari perubahan tersebut karena memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, serta membangun identitas diri secara daring

(Nasrullah, 2015). Dalam konteks komunikasi publik, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media promosi, edukasi, serta pembentukan citra dan kepercayaan publik suatu instansi (Susanto, 2017).

Tingginya intensitas penggunaan media sosial tercermin dari data global yang menunjukkan bahwa pada April 2025

terdapat 5,31 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia atau setara dengan 64,7% populasi global, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 4,7% (Kemp, 2025). Di Indonesia, penetrasi internet mencapai 74,6% dengan jumlah pengguna media sosial sebesar 143 juta akun, yang menegaskan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat (Kemp, 2025). Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai kanal strategis bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada publik secara cepat, luas, dan interaktif.

Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah juga didukung oleh kebijakan pemerintah pusat melalui pedoman penggunaan media sosial bagi instansi pemerintah sejak tahun 2012 (Kementerian PANRB, 2012). Salah satu *platform* yang banyak digunakan untuk komunikasi publik adalah Instagram, yang mengedepankan kekuatan visual serta menyediakan fitur interaktif seperti komentar, pesan langsung, dan berbagi konten. Instagram memungkinkan terjadinya pola komunikasi *multistep*, di mana pesan tidak hanya disampaikan oleh instansi, tetapi juga diteruskan dan dimaknai ulang oleh pengguna lain (Pratiwi et al., 2021).

Dalam konteks ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi digital untuk mempromosikan budaya, destinasi wisata, serta berbagai *event* daerah. Akun resmi @disbudparjatimprov secara aktif mengunggah konten bertema festival budaya, seni tradisional, dan pariwisata yang dikemas secara visual dan naratif. Urgensi penelitian pada akun ini semakin kuat mengingat @disbudparjatimprov baru memperoleh status verifikasi resmi (*verified account*) pada Februari 2024, yang menandai babak baru profesionalitas pengelolaan informasi publik digital di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur (Nasrullah, 2015).

Beberapa unggahan, seperti konten Jatim Phoria, menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi, yang tercermin dari jumlah *likes* dan komentar. Tingginya interaksi tersebut mengindikasikan bahwa konten budaya yang relevan, informatif, dan disertai ajakan partisipatif mampu menarik perhatian serta membangun keterlibatan audiens. Meskipun demikian, terdapat fluktuasi *engagement* yang signifikan pada periode awal tahun, di mana tingkat interaksi cenderung rendah namun mengalami lonjakan pesat pada semester kedua tahun 2024. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menganalisis bagaimana pola pesan yang dikonstruksi mampu memicu respons audiens secara masif pada periode tertentu.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya analisis terhadap isi pesan yang disampaikan melalui media sosial pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif untuk mengkaji karakteristik konten Instagram @disbudparjatimprov secara objektif dan sistematis. Analisis isi dipandang relevan karena mampu mengidentifikasi pola pesan, kecenderungan komunikasi, serta hubungan antara isi konten dan respons audiens (Eriyanto, 2011; Krippendorff, 2012).

Penelitian ini juga menggunakan kerangka teori *Uses and Gratifications* yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan mereka (Katz et al., 1974; Kriyantono, 2006). Dalam teori ini, kebutuhan audiens direpresentasikan melalui konsep *Gratification Sought* (GS), yaitu harapan audiens sebelum mengonsumsi media, dan *Gratification Obtained* (GO), yaitu tingkat kepuasan yang diperoleh setelah mengonsumsi media. Dengan mengombinasikan analisis isi kuantitatif dan teori *Uses and Gratifications*, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

sejauh mana isi postingan Instagram @disbudparjatimprov mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan audiens pada periode Juni–Desember 2024. Pemilihan periode Juni–Desember 2024 didasarkan pada tingginya frekuensi agenda kebudayaan tahunan di Jawa Timur yang mendominasi unggahan serta menjadi puncak keterlibatan audiens tertinggi sepanjang tahun tersebut (Susanto, 2017).

Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan media sosial pemerintah, serta memberikan rekomendasi praktis bagi instansi dalam merancang strategi komunikasi budaya yang lebih efektif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi dipilih karena mampu mengkaji pesan komunikasi secara objektif, sistematis, dan terukur, khususnya pada konten media sosial yang memadukan unsur visual dan teks (Eriyanto, 2011). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi kecenderungan isi pesan serta pola komunikasi yang ditampilkan oleh akun Instagram @disbudparjatimprov.

Objek penelitian adalah akun Instagram resmi @disbudparjatimprov dengan populasi penelitian mencakup seluruh unggahan terkait *event* budaya dan pariwisata Jawa Timur pada periode Juni hingga Desember 2024 (total 464 postingan). Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dipilih 6 postingan sebagai sampel berdasarkan kriteria: (1) konten festival budaya/pariwisata, (2) format *feed* (foto/video), dan (3) memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi. Teknik *purposive sampling* digunakan agar sampel yang diambil benar-

benar representatif dalam menjawab tujuan penelitian mengenai pemenuhan kebutuhan audiens melalui konten yang paling interaktif (Kriyantono, 2006).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah isi pesan yang terkandung dalam setiap unggahan Instagram, baik pada aspek visual maupun teks (*caption*) (Eriyanto, 2011; Krippendorff, 2012). Isi pesan tersebut diklasifikasikan ke dalam 26 indikator yang disusun berdasarkan teori *Uses and Gratifications*. Indikator-indikator tersebut terbagi ke dalam dua dimensi utama, yaitu GS (kebutuhan atau motif audiens dalam menggunakan media) dan GO (kepuasan yang diperoleh audiens setelah mengonsumsi media).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik pengodean menggunakan *coding sheet* yang telah disusun secara sistematis. Pengodean dilakukan oleh enam orang *coder* yang memiliki latar belakang dan pengalaman di bidang kebudayaan dan pariwisata, antara lain pengelola media sosial cagar budaya, seniman museum, pegiat seni tradisional, anggota komunitas Cak dan Ning Jawa Timur, pemilik sanggar seni, serta penyelenggara festival seni. Pelibatan lebih dari satu *coder* bertujuan untuk menjaga objektivitas dan meminimalkan subjektivitas penilaian. Hal ini sejalan dengan prinsip analisis isi bahwa keandalan data sangat bergantung pada konsistensi penilaian antar pengkode yang memiliki pemahaman mendalam terhadap materi yang dianalisis (Krippendorff, 2012).

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Rumus Holsti untuk mengukur tingkat kesepakatan antar *coder*. Menurut Lestari (2023), nilai reliabilitas minimum yang dapat diterima dalam rumus Holsti adalah 0,7 atau 70%. Instrumen pengukuran dinilai andal apabila mencapai nilai di atas batas tersebut, sedangkan nilai di bawah 0,7 menunjukkan bahwa alat ukur, termasuk lembar kode, belum dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, tingkat reliabilitas antar pengkode diukur untuk

memastikan bahwa instrumen koding mampu menghasilkan data yang stabil dan tidak bias (Eriyanto, 2011).

Data yang telah dikode selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan isi postingan serta kategori gratifikasi yang paling dominan. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mengaitkan temuan empiris dan kerangka teori *Uses and Gratifications* guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas konten Instagram @disbudparjatimprov.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi penilaian antar *coder* terhadap setiap postingan yang dianalisis (Eriyanto, 2011). Reliabilitas diukur menggunakan rumus Holsti dengan melibatkan enam *coder*. Nilai reliabilitas kemudian dirata-ratakan untuk setiap postingan agar diperoleh gambaran umum tingkat kesepakatan *coder* secara menyeluruh. Tabel 1 berikut menyajikan nilai rata-rata reliabilitas antar *coder* pada masing-masing postingan Instagram @disbudparjatimprov.

Tabel 1. Rata-Rata Nilai Reliabilitas

Postingan	Rata-Rata Reabilitas
Pertunjukan Seni Reog Ponorogo	0.800
Festival Kopi & Ekonomi Kreatif	0.846
Pagelaran Seni Ludruk	0.846
Malang Flower Carnival	0.896
Pekan Kebudayaan Daerah	0.973
Jatim Phoria	0.946

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa rata-rata reliabilitas dari enam postingan diatas nilai minimum yaitu 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengodean yang digunakan dalam penelitian ini bersifat andal dan konsisten. Rata-rata

tertinggi yaitu di postingan 5 (Pekan Kebudayaan Daerah) dengan 0.973, sedangkan postingan 1 (Pertunjukan Seni Reog Ponorogo) memiliki rata-rata terendah dengan 0.800, namun masih berada dalam kategori reliabel.

Perbedaan nilai reliabilitas antarposting ini secara signifikan dipengaruhi oleh variasi tingkat kejelasan elemen konten dan kompleksitas pesan yang disampaikan. Postingan "Pekan Kebudayaan Daerah" mencapai tingkat konsistensi tertinggi karena elemen visual dan narasinya tersaji secara sistematis serta eksplisit, sehingga hampir tidak menimbulkan perbedaan interpretasi di antara penilai. Sementara itu, skor pada postingan "Pertunjukan Seni Reog Ponorogo" dipengaruhi oleh karakteristik konten yang sarat akan simbol, warna, dan detail budaya yang kompleks. Hal ini memicu variasi interpretasi terhadap unit analisis *manifest*, yang mengindikasikan bahwa konten dengan tingkat simbolisme tinggi memerlukan strategi komunikasi visual yang lebih kontekstual agar pesan budaya dapat dipahami secara seragam (Krippendorff, 2012).

Data hasil pengodean juga menunjukkan distribusi frekuensi yang bervariasi pada 26 indikator yang diteliti. Pada dimensi GS, indikator kebutuhan informasi dan identitas sosial menunjukkan kecenderungan skor tinggi pada konten "Pekan Kebudayaan Daerah" dan "Jatim Phoria". Hal ini menandakan bahwa mayoritas *coder* sepakat bahwa postingan tersebut mampu memicu ekspektasi audiens terhadap informasi budaya yang lengkap dan menarik. Sementara itu, pada dimensi GO, indikator kepuasan visual dan ketertarikan emosional mendominasi postingan "Malang Flower Carnival", yang dibuktikan dengan tingginya kesepakatan *coder* pada kategori "Setuju" dan "Sangat Setuju" terhadap kualitas estetikanya.

Selain data reliabilitas, penelitian ini juga memetakan dominasi pemenuhan kebutuhan dan kepuasan audiens

berdasarkan karakteristik tiap konten. Tabel 2 berikut merangkum kategori gratifikasi (GS dan GO) yang paling menonjol pada masing-masing sampel penelitian.

Tabel 2. Dominasi Gratifikasi Berdasarkan Karakteristik Konten

Postingan	Karakteristik Utama	Dominasi GS	Dominasi GO
Pertunjukan Seni Reog Ponorogo	Simbolis dan tradisional	Informasi budaya	Estetika visual
Festival Kopi & Ekonomi Kreatif	Eksplisit dan modern	Gaya hidup dan inspirasi	Kepuasan visual dan partisipasi
Pagelaran Seni Ludruk	Lokal dan humor	Hiburan dan budaya lokal	Kepuasan suasana dan pertunjukan
Malang Flower Carnival	Estetik dan megah	Hiburan visual dan inspirasi	Kepuasan estetika parade
Pekan Kebudayaan Daerah	Struktur jelas dan edukatif	Edukasi dan informasi	Pengalaman visual lengkap
Jatim Phoria	Dinamis dan interaktif	Hiburan dan interaksi	Integrasi sosial

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa konten dengan struktur yang jelas seperti Pekan Kebudayaan Daerah berhasil memenuhi kebutuhan edukasi sekaligus memberikan kepuasan pengalaman visual yang lengkap. Sementara itu, Jatim Phoria unggul dalam menciptakan kepuasan integrasi sosial melalui formatnya yang dinamis.

Tingginya konsistensi penilaian ini juga tidak terlepas dari peran enam orang *coder* yang memiliki latar belakang kepakaran di bidang seni dan budaya Jawa Timur, mulai dari pengelola media sosial cagar budaya hingga praktisi seni tradisional. Kompetensi para *coder* dalam memahami karakteristik unit analisis memastikan bahwa proses pengodean terhadap 26 indikator—baik pada dimensi GS maupun GO—berjalan secara objektif dan sistematis. Hal ini membuktikan bahwa

coding sheet yang disusun telah mampu menangkap esensi pesan promosi pariwisata dan pelestarian budaya secara presisi (Eriyanto, 2011). Perspektif para ahli ini, seperti tinjauan kritis dari penyelenggara festival seni rupa dan apresiasi dari pemilik sanggar seni, memberikan kedalaman pada data angka yang dihasilkan, di mana keselarasan antara visualisasi budaya dan energi pelestarian telah diakui secara profesional.

Selain itu, temuan data menunjukkan bahwa keterpaduan antara narasi teks dan elemen visual memiliki korelasi positif terhadap keseragaman pemaknaan *coder*. Pada postingan dengan reliabilitas tinggi, seperti "Pekan Kebudayaan Daerah" (97%), penggunaan kalimat persuasif dan informatif yang didukung oleh kualitas gambar yang jernih memudahkan *coder* dalam mengklasifikasikan pesan ke dalam indikator gratifikasi yang tepat. Hal ini memperkuat premis bahwa efektivitas penyampaian pesan pada akun @disbudparjatimprov sangat bergantung pada kejelasan teknik penyajian pesan secara keseluruhan.

Tingginya nilai reliabilitas menunjukkan bahwa indikator yang digunakan telah dirumuskan secara jelas dan mudah dipahami oleh para *coder*. Dengan demikian, data hasil pengodean layak digunakan untuk analisis lebih lanjut mengenai pemenuhan kebutuhan audiens berdasarkan teori *Uses and Gratifications*.

B. Pembahasan

Hasil dan pembahasan penelitian ini didasarkan pada analisis terhadap enam postingan Instagram yang diunggah oleh akun resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur (@disbudparjatimprov). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif untuk mengkaji pesan visual dan teks (*caption*) yang disajikan dalam setiap unggahan secara sistematis. Analisis isi dipilih karena mampu memberikan

gambaran objektif mengenai karakteristik pesan media melalui proses pengodean yang terstruktur dan terukur (Eriyanto, 2011).

Analisis isi kuantitatif dipilih karena mampu menganalisis berbagai bentuk pesan komunikasi media secara objektif dan terukur, baik berupa teks, gambar, maupun video (Eriyanto, 2011). Metode ini berakar dari kajian media cetak dan berkembang melalui teknik *symbol coding* yang diperkenalkan oleh Harold D. Lasswell, yaitu pencatatan simbol atau pesan secara sistematis untuk kemudian diinterpretasikan (Ahmad, 2018). Dalam konteks penelitian ini, analisis isi diterapkan untuk mengidentifikasi karakteristik konten Instagram serta keterkaitannya dengan respons audiens.

Postingan pada akun @disbudparjatimprov mencakup beragam tema, mulai dari event budaya, festival daerah, destinasi wisata, hingga pengumuman resmi. Konten disajikan dalam bentuk foto, video, dan *caption* yang memiliki karakteristik berbeda dalam menarik perhatian audiens. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melihat pola hubungan antara karakteristik pesan dengan keterlibatan audiens, baik dalam bentuk *likes*, komentar, maupun interaksi lainnya.

Penelitian ini juga mengintegrasikan analisis isi kuantitatif dengan teori *Uses and Gratifications* (UGT). Teori ini memandang audiens sebagai pihak aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan integrasi sosial (Kriyantono, 2006). Dalam kerangka ini, terdapat dua dimensi utama, yaitu GS yang merujuk pada motif awal penggunaan media, dan GO yang menunjukkan tingkat kepuasan setelah mengonsumsi media. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa dimensi GS pada akun @disbudparjatimprov sangat didominasi oleh kebutuhan informasi faktual terkait jadwal dan lokasi festival, sementara dimensi GO tertinggi dicapai

melalui konten yang mampu membangkitkan kebanggaan identitas budaya lokal.

Secara spesifik, dari 26 indikator yang diuji, indikator yang berkaitan dengan kualitas estetika visual dan kejelasan informasi jadwal kegiatan mencatat frekuensi persetujuan tertinggi dari para *coder*. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens memiliki ekspektasi yang sangat terukur terhadap fungsionalitas akun @disbudparjatimprov sebagai panduan wisata digital. Sementara itu, indikator yang berkaitan dengan kedalaman nilai filosofis menunjukkan variasi data yang lebih lebar, terutama pada konten-konten yang bersifat tradisional-klasik.

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berlandaskan paradigma postpositivisme, yang menekankan penggunaan data numerik yang dianalisis secara sistematis untuk menjawab permasalahan penelitian (Sugiyono, 2017). Data penelitian bersifat kuantitatif karena dapat dihitung, diukur, dan disajikan dalam bentuk angka yang objektif, sejalan dengan pandangan Muin (2023) mengenai penelitian kuantitatif sebagai proses terstruktur yang memungkinkan generalisasi temuan.

Dalam penelitian ini, proses *coding* menjadi tahap utama untuk mengidentifikasi indikator GS dan GO pada setiap postingan. Data mentah berupa *caption*, visual, dan interaksi audiens diterjemahkan ke dalam bentuk angka frekuensi yang selanjutnya dianalisis secara statistik. Untuk menjaga objektivitas dan konsistensi hasil, uji reliabilitas antar-*coder* dilakukan menggunakan rumus Holsti. Reliabilitas antar-*coder* penting untuk meminimalkan subjektivitas dalam interpretasi pesan media (Eriyanto, 2011).

Hasil perhitungan reliabilitas Holsti menunjukkan bahwa keenam postingan memiliki tingkat kesepakatan antar-*coder* yang cukup baik hingga sangat tinggi, dengan nilai berkisar antara 80% hingga

97%. Nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,7 atau 70%, sehingga hasil pengodean dinyatakan konsisten dan valid. Variasi skor reliabilitas dipengaruhi oleh tingkat kompleksitas simbol budaya, kejelasan visual, dan kekuatan narasi yang disajikan dalam masing-masing konten.

Postingan pertama bertema Reog Ponorogo memperoleh nilai reliabilitas sebesar 80%, yang termasuk kategori cukup baik. Variasi penilaian antar *coder* dipengaruhi oleh tingginya unsur simbolisme budaya, seperti atribut kostum, warna, dan ekspresi visual yang memerlukan pemahaman kontekstual. Hal ini terlihat dari perbedaan persepsi yang cukup signifikan pada beberapa pasangan *coder*, di mana elemen yang bersifat simbolis seperti makna filosofis gerakan atau hiasan kepala Singo Barong memicu tafsir yang beragam. Dalam kerangka *Uses and Gratifications*, audiens menunjukkan GS berupa kebutuhan informasi budaya. Namun, GO belum sepenuhnya merata karena kompleksitas simbol budaya menyebabkan perbedaan tingkat pemahaman, baik di kalangan *coder* maupun audiens. Temuan ini mengindikasikan bahwa audiens kemungkinan mengharapkan narasi yang lebih komprehensif atau elemen interaktif seperti *call to action* untuk menjembatani pemahaman simbol tersebut.

Postingan kedua mengenai Festival Kopi dan Ekonomi Kreatif menunjukkan peningkatan reliabilitas menjadi 84%. Visual yang ditampilkan, seperti produk kopi, pameran UMKM, dan aktivitas pengunjung, relatif mudah dipahami sehingga meminimalkan perbedaan interpretasi. Peningkatan ini terjadi karena sifat konten yang lebih eksplisit dan langsung, di mana elemen visual seperti stan pameran dan proses penyeduhan kopi memiliki makna yang jelas bagi seluruh *coder*. Dari perspektif *Uses and Gratifications*, GS audiens berupa kebutuhan gaya hidup, kuliner, dan inspirasi ekonomi kreatif dapat terpenuhi.

GO tercermin dari meningkatnya kepuasan audiens yang didukung oleh visual menarik dan narasi persuasif yang mendorong partisipasi.

Postingan ketiga yang mengangkat Pagelaran Seni Ludruk juga memperoleh reliabilitas sebesar 84%. Meskipun Ludruk merupakan seni tradisional dengan unsur humor dan improvisasi, penggunaan bahasa daerah dan simbol budaya tertentu masih menimbulkan variasi pemaknaan. Sifat Ludruk yang multi-interpretatif, terutama pada unsur improvisasi aktor, menjadi tantangan tersendiri dalam pengodean. Namun demikian, konten ini tetap mampu memenuhi GS audiens berupa kebutuhan hiburan dan pemahaman budaya lokal. GO terlihat dari kepuasan audiens terhadap visual pertunjukan, ekspresi pemain, serta suasana seni tradisional yang disajikan.

Postingan keempat bertema Malang Flower Carnival menunjukkan reliabilitas tinggi sebesar 89%. Kejelasan visual, penggunaan warna yang kuat, serta komposisi yang tertata rapi memudahkan proses pengodean dan mengurangi ambiguitas. Tingginya konsistensi ini menunjukkan bahwa konten Malang Flower Carnival berhasil meminimalkan ambiguitas pesan, sehingga sangat potensial dijadikan standar model dalam pembuatan konten promosi budaya yang terstruktur. Dalam konteks *Uses and Gratifications*, GS audiens berupa ekspektasi hiburan visual dan inspirasi kreatif terpenuhi secara optimal. GO tercermin dari tingginya kepuasan audiens terhadap estetika parade dan daya tarik visual yang disajikan.

Postingan kelima mengenai Pekan Kebudayaan Daerah memperoleh reliabilitas tertinggi, yaitu 97%. Hampir seluruh *coder* mencapai tingkat kesepakatan sempurna, menunjukkan bahwa konten disajikan dengan struktur visual dan narasi yang sangat jelas. Dengan hasil yang hampir mutlak ini, Pekan Kebudayaan Daerah dapat dikategorikan sebagai model ideal dalam strategi visual

dan narasi promosi budaya di media sosial. Keberagaman aktivitas budaya yang ditampilkan, mulai dari pertunjukan seni hingga pameran kuliner, memungkinkan GS audiens yang beragam terpenuhi. GO juga tercapai secara maksimal karena konten memberikan pengalaman visual yang menarik sekaligus informasi yang lengkap dan terstruktur.

Postingan keenam bertema Jatim Phoria mencatat reliabilitas sebesar 94%, yang menunjukkan tingkat konsistensi antar *coder* sangat tinggi. Perbedaan kecil dalam penilaian disebabkan oleh elemen visual yang bersifat dinamis dan beragam. Secara keseluruhan, konten ini berhasil memenuhi GS audiens berupa kebutuhan hiburan, pengetahuan budaya, dan pengalaman baru. GO tercermin dari visual atraktif, interaksi peserta, serta narasi partisipatif yang mendorong keterlibatan audiens secara aktif. Tingkat reliabilitas di atas 90% ini membuktikan bahwa Jatim Phoria merupakan konten yang sangat efektif dalam menarik perhatian sekaligus mudah dikodekan secara objektif.

Konten yang dipublikasikan oleh akun @disbudparjatimprov terbukti berpengaruh dalam menyampaikan pesan budaya dan pariwisata kepada audiens. Hal ini tercermin dari tingginya keseragaman interpretasi antar *coder* pada indikator GS dan GO, yang menunjukkan efektivitas strategi konten. Semakin jelas dan interaktif konten yang disajikan, semakin tinggi pula keterlibatan dan keseragaman pemaknaan audiens. Keseragaman pemaknaan ini diperkuat oleh penilaian para ahli (seperti seniman museum dan praktisi kebudayaan) yang mengonfirmasi bahwa visualisasi budaya pada konten @disbudparjatimprov telah berhasil mewakili energi pelestarian budaya Jawa Timur.

Uji reliabilitas menggunakan rumus Holsti menunjukkan nilai kesepakatan antar *coder* di atas 0,7, sehingga data dinyatakan konsisten dan valid. Seluruh postingan menampilkan visual berkualitas tinggi serta *caption* persuasif yang didukung tagar dan

mention untuk memperluas jangkauan audiens.

Hasil penelitian sejalan dengan teori *Uses and Gratifications*, di mana audiens secara aktif menggunakan konten untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas budaya. Konten dengan visual yang jelas dan narasi yang komunikatif, seperti Malang Flower Carnival, Pekan Kebudayaan Daerah, dan Jatim Phoria, menunjukkan keselarasan GS dan GO yang lebih optimal dibandingkan konten dengan simbolisme budaya yang kompleks, seperti Reog Ponorogo. Secara keseluruhan, strategi konten @disbudparjatimprov dinilai efektif dalam membangun engagement audiens melalui keterpaduan teks, visual, dan pesan budaya.

Pembahasan lanjutan ini menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun komunikasi budaya yang partisipatif. Konten budaya dan pariwisata yang dikemas melalui visual berkualitas tinggi, komposisi estetik, serta narasi yang komunikatif terbukti mampu menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan budaya secara konsisten dan mudah dipahami. Audiens tidak hanya memperoleh informasi faktual mengenai kegiatan budaya dan destinasi wisata, tetapi juga merasakan pengalaman hiburan serta keterikatan emosional yang memperkuat identitas budaya daerah.

Tingginya nilai reliabilitas antar-*coder* berdasarkan perhitungan rumus Holsti, yang berada pada rentang 80% hingga 97%, menunjukkan bahwa proses analisis isi kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan secara objektif, terstruktur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Kesepakatan yang tinggi antar-*coder* mengindikasikan bahwa kategori dan indikator yang digunakan telah dirumuskan dengan jelas serta relevan dalam menangkap karakteristik pesan yang disampaikan melalui konten Instagram.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memiliki validitas yang kuat sebagai dasar untuk menganalisis pola komunikasi budaya yang diterapkan oleh akun @disbudparjatimprov.

Dalam kerangka teori *Uses and Gratifications*, penelitian ini memperlihatkan bahwa audiens media sosial pemerintah bersifat aktif dan selektif dalam mengonsumsi konten. GS audiens mencakup kebutuhan informasi budaya, hiburan visual, identitas sosial, serta pengalaman baru yang bersifat partisipatif. GO tercermin dari tingkat kepuasan audiens setelah mengonsumsi konten, yang dapat diamati melalui bentuk *engagement* seperti jumlah *likes*, komentar, dan interaksi lanjutan. Keselarasan antara GS dan GO menjadi indikator utama dalam menjelaskan efektivitas konten dan tingkat keterlibatan audiens.

Perbandingan frekuensi antar-indikator menunjukkan bahwa pemenuhan aspek integrasi sosial melalui fitur interaktif memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas audiens digital. Audiens tidak hanya mencari apa yang mereka butuhkan secara kognitif (informasi), tetapi juga secara afektif (kebanggaan identitas). Data ini mengukuhkan bahwa efektivitas akun pemerintah di era digital sangat bergantung pada kemampuannya bertransformasi dari sekadar papan pengumuman menjadi ruang komunitas budaya.

Konten dengan visual yang jelas, eksplisit, dan narasi yang komunikatif, seperti Malang Flower Carnival, Pekan Kebudayaan Daerah, dan Jatim Phoria, menunjukkan tingkat kesesuaian GS dan GO yang lebih optimal. Audiens yang memiliki ekspektasi terhadap hiburan visual dan informasi budaya memperoleh kepuasan yang sepadan melalui konten tersebut, sehingga mendorong keterlibatan yang lebih tinggi. Sebaliknya, konten dengan simbolisme budaya yang kompleks, seperti Reog Ponorogo, meskipun memiliki nilai budaya yang kuat, cenderung menimbulkan variasi interpretasi dan

tingkat kepuasan yang tidak sepenuhnya merata. Hal ini menunjukkan bahwa konten budaya dengan makna simbolik mendalam memerlukan strategi narasi dan visual yang lebih kontekstual agar dapat dipahami secara luas oleh audiens yang beragam.

Selain visual, peran caption menjadi elemen penting dalam memperkuat pemaknaan pesan. *Caption* yang informatif, persuasif, dan disertai ajakan partisipasi terbukti mampu menjembatani kesenjangan pemahaman audiens terhadap simbol budaya yang ditampilkan. Penggunaan tagar, *mention* akun terkait, serta pemilihan waktu unggah yang strategis turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan konten dan meningkatkan interaksi audiens. Dengan demikian, efektivitas konten tidak hanya ditentukan oleh aspek estetika visual, tetapi juga oleh kesesuaian pesan dengan kebutuhan dan ekspektasi audiens. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan *mention* dan tagar bukan sekadar alat teknis, melainkan elemen yang mampu memperkuat kepuasan audiens dalam aspek integrasi sosial.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa *engagement* di media sosial pemerintah tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor teknis atau algoritmik, melainkan oleh relevansi konten terhadap kebutuhan psikologis dan sosial audiens. Konten yang mampu menggabungkan unsur informatif, edukatif, dan rekreatif secara seimbang cenderung menghasilkan keterlibatan yang lebih bermakna. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga partisipan aktif dalam membangun narasi budaya daerah.

Secara keseluruhan, pembahasan ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun @disbudparjatimprov telah berjalan cukup efektif dalam membangun *engagement* dan memperkuat citra budaya Jawa Timur.

Integrasi antara analisis isi kuantitatif dan teori *Uses and Gratifications* memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara karakteristik pesan, kebutuhan audiens, dan tingkat kepuasan yang diperoleh. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi budaya di media sosial sangat bergantung pada kemampuan pengelola konten dalam memahami audiens serta merancang pesan yang relevan, menarik, dan mudah diakses.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @disbudparjatimprov telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi budaya digital yang efektif. Berdasarkan analisis terhadap enam postingan festival budaya pilihan, ditemukan bahwa dimensi GS atau ekspektasi audiens terhadap informasi dan identitas budaya sangat tinggi, yang kemudian mampu dijawab secara positif oleh dimensi GO atau kepuasan yang diperoleh audiens, terutama melalui konten yang memiliki narasi kuat dan visual representatif.

Uji reliabilitas Holsti menunjukkan tingkat konsistensi penilaian yang tinggi (80%–97%), membuktikan bahwa instrumen penelitian ini valid. Variasi nilai reliabilitas dipengaruhi oleh kompleksitas konten; postingan dengan struktur visual eksplisit seperti Pekan Kebudayaan Daerah (97%) menghasilkan keseragaman interpretasi yang jauh lebih tinggi dibandingkan postingan dengan simbolisme budaya yang kompleks seperti Reog Ponorogo (80%). Temuan ini menegaskan bahwa kejelasan teknis penyajian pesan sangat menentukan efektivitas komunikasi di media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini menguatkan relevansi teori *Uses and Gratifications* dalam konteks media sosial pemerintah, di mana audiens berperan aktif dalam memilih konten untuk memenuhi

kebutuhan informasi, hiburan, dan kebanggaan identitas daerah. Keselarasan antara ekspektasi audiens (GS) dan kepuasan yang diterima (GO) pada akun @disbudparjatimprov terbukti menjadi kunci utama dalam membangun keterlibatan (*engagement*) yang bermakna. Kesuksesan komunikasi budaya digital instansi ini sangat bergantung pada keseimbangan antara kualitas visual yang estetik dan narasi yang komunikatif serta partisipatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis isi postingan Instagram akun @disbudparjatimprov, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur.

1. Instansi diharapkan terus mengembangkan konten yang informatif, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Pengemasan pesan budaya yang kreatif, aktual, dan mudah dipahami perlu dioptimalkan agar mampu meningkatkan ketertarikan serta keterlibatan audiens secara berkelanjutan.
2. Instansi disarankan untuk melakukan evaluasi konten secara berkala guna menilai efektivitas setiap unggahan. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui analisis data interaksi pengguna, seperti jumlah likes, komentar, jangkauan, dan tingkat engagement. Hasil evaluasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap tren media sosial serta preferensi audiens.
3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata disarankan untuk memperkuat unsur storytelling dalam setiap

unggahan, terutama pada konten budaya yang memiliki simbolisme tinggi. Penyampaian narasi yang lebih kontekstual dan disertai penjelasan singkat mengenai makna budaya diharapkan dapat meminimalkan ambiguitas serta meningkatkan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

4. Penggunaan format konten yang lebih variatif, seperti video pendek, reels, carousel, dan konten interaktif, perlu ditingkatkan untuk menjaga minat audiens. Variasi format ini dapat membantu menyampaikan pesan budaya secara lebih dinamis sekaligus meningkatkan peluang keterlibatan audiens dalam bentuk komentar, berbagi konten, maupun partisipasi dalam kegiatan yang dipromosikan.
5. Instansi disarankan untuk memperluas kolaborasi dengan komunitas budaya, pelaku ekonomi kreatif, dan pembuat konten lokal. Kolaborasi ini tidak hanya berpotensi memperluas jangkauan audiens, tetapi juga dapat menghadirkan perspektif yang lebih beragam dalam penyajian konten budaya dan pariwisata Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 3, 19–32.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2012). *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial bagi Instansi Pemerintah* (No. Peraturan Menteri PANRB No. 83 Tahun 2012). Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia.
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report* [Global Overview Report]. DataReportal; We Are Social; Meltwater.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Krippendorff, K. (2012). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd edn). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lestari, T. P. (2023). Analisis Isi Komentar Netizen pada Iklan Shampoo Rejoice 3in1 x Kiki Saputri #RambutNoDrama. *The Commercio*, 6(3), 42–52.
- Muin, F. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial*. Malang: Literasi Nusantara.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, V. P., Rahmawati, D. E., & Purwaningsih, T. (2021). Akun Twitter BNPB_RI Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 7(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3).