

## Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi BogorFest 2023

Eka Maulidyarto Khoiron<sup>1</sup>, Moehammad Gafar Yoedtadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: eka.915200194@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: gafary@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-06-2023, revisi tanggal: 07-07-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-08-2023

---

### Abstract

*The Bogor Regency Government is once again organizing BogorFest, the largest annual event that features various exciting activities such as exhibitions and music concerts. The Bogor Regency Government promote this event through Instagram with various content uploads. Instagram is used in promoting BogorFest 2023 because it has various features and conveniences, making it suitable for promotional purposes. The purpose of promoting BogorFest on Instagram is to make the public aware of the development results in the Bogor Regency and also to demonstrate economic recovery post the Covid-19 pandemic. This research employs a qualitative descriptive approach with a case study method. The data collection techniques utilized are interviews and observations. The subjects in this study are the Head of Public Information Section, Instagram Admin of Bogor Regency, and followers of Bogor Regency's Instagram. This study aims to understand the strategies used in promoting BogorFest 2023 on Instagram by linking the researched phenomenon with the concept of government social media management, POST. The results is, Diskominfo Kabupaten Bogor has implemented these four points effectively. The strategy used to promote BogorFest 2023 involves using the tagline "Semua Ada di BogorFest" and "Enjoy BogorFest. Unfortunately, Diskominfo Kabupaten Bogor still prioritizes quantity over the quality of content, resulting in many shortcomings in the promotional content for BogorFest 2023 on Instagram.*

**Keywords:** *BogorFest, communication strategy, Instagram, The Governement of Bogor Regency*

### Abstrak

Pemerintah Kabupaten Bogor kembali mengadakan BogorFest, sebuah *event* tahunan terbesar yang menghadirkan berbagai macam kegiatan menarik seperti pemeran dan konser musik. Kegiatan ini dipromosikan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor melalui Instagram dengan berbagai unggahan kontennya. Instagram dipakai dalam promosi BogorFest 2023 karena memiliki berbagai fitur dan kemjudahan, sehingga cocok untuk media promosi. Tujuan dari promosi BogorFest di Instagram adalah agar masyarakat mengetahui hasil pembangunan yang ada di Kabupaten Bogor dan juga menunjukkan pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara dan observasi. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Seksi Informasi Publik, Admin Instagram Kabupaten Bogor, dan pengikut Instagram Kabupaten Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dipakai dalam promosi BogorFest 2023 di Instagram dengan mengaitkan fenomena yang diteliti dengan konsep pengelolaan media sosial pemerintah, POST. Hasilnya adalah Diskominfo Kabupaten Bogor sudah mengimplementasikan keempat poin tersebut secara baik. Strategi yang dipakai dalam mempromosikan BogorFest 2023 adalah menggunakan *tagline* "Semua Ada di BogorFest" dan "Enjoy BogorFest." Hasil penelitian juga menunjukkan Diskominfo Kabupaten Bogor masih lebih mementingkan kuantitas

dibanding kualitas konten, sehingga masih banyak kekurangan dalam konten promosi BogorFest 2023 di Instagram.

**Kata Kunci:** BogorFest, Instagram, Pemerintah Kabupaten Bogor, strategi komunikasi

## 1. Pendahuluan

Pada tahun 2023, Pemerintah Kabupaten Bogor kembali menyelenggarakan kegiatan BogorFest, sebuah event tahunan terbesar yang menghadirkan berbagai kegiatan di dalamnya. Berbagai kegiatan yang diselenggarakan dalam perhelatan BogorFest 2023 adalah pelayanan publik, bazar UMKM, festival kuliner, hingga panggung musik. Lebih dari 600 stand hadir dalam acara ini (Diskominfo Kabupaten Bogor, 2023).

Pada bulan Januari 2023, terdapat 119 juta pengguna internet di tanah air, 167 juta diantaranya mengakses internet untuk media sosial. Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial dalam sehari selama 3 jam 18 menit (Widi, 2023).

Salah satu *platform* media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta jiwa. Angka ini menobatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram keempat terbanyak di Indonesia (Rizaty, 2023)

Dalam mendukung suksesnya acara ini, Diskominfo Kabupaten Bogor mempromosikan acara ini melalui media Instagram. Media Instagram memiliki beragam kemudahan dalam menunjang kegiatan promosi, diantaranya dapat terkoneksi dengan media sosial lain serta f dapat diakses secara Cuma-Cuma dan mudah (Risanti, 2023).

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mempromosikan BogorFest 2023 di Instagram. Untuk menjawab terkait rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis mengaitkan kegiatan promosi BogorFest 2023 di Instagram dengan empat poin pengelolaan media sosial pemerintah yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 mengenai Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Lingkungan Pemerintahan, yaitu POST (*people, objectives, strategy, technology*) (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Monique Heink, et.al. (Haryono, 2020) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai penelitian dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang spesifik seperti wawancara, observasi, *focus group discussion*, metode virtual, dan analisis riwayat hidup. Lebih lanjut pendekatan ini bertujuan untuk menjabarkan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam (Kriyantono, 2014). Pendekatan ini dipakai disebabkan karena fenomena ini membutuhkan penyajian data yang relevan dengan karakteristik dari pendekatan kualitatif. Selain itu, strategi komunikasi tidak bisa dijelaskan melalui teknik olah data yang paten.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu proses penelitian dengan memperhatikan poin penting dalam pengumpulan data, seperti

kedalaman, detail, kelengkapan, dan terstruktur mengenai individu, peristiwa, maupun kelompok sosial melalui berbagai teknik dan sumber informasi (Yusuf, 2014). Metode ini dipilih dengan tujuan untuk mengetahui strategi Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mempromosikan BogorFest 2023.

Subjek dalam penelitian ini adalah bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) Diskominfo Kabupaten Bogor, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi dan pengelolaan Instagram Kabupaten Bogor selama promosi BogorFest 2023. Adapun teknik yang dipakai dalam mengumpulkan data penelitian adalah wawancara dan observasi. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Ilham, Kepala Seksi Pengelolaan Informasi Publik Diskominfo Kabupaten Bogor. Informan utama dalam penelitian ini adalah Lucky Paramita Putri dan Muhammad Edwan Utama, selaku admin Instagram Kabupaten Bogor, dan informan pendukung dalam penelitian ini adalah pengikut Instagram Kabupaten Bogor, yaitu Muhammad Dindin Surya Hartawan. Teknik analisis data Miles dan Huberman dipakai untuk menganalisis data. Dan teknik triangulasi dipakai dalam pengujian keabsahan data.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil temuan yang penulis peroleh selama proses penelitian, dikaitkan dengan konsep POST dan informasi pendukung lainnya.

Promosi BogorFest 2023 dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Bogor bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP), sebuah satuan kerja di lingkungan Diskominfo Kabupaten Bogor yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan, evaluasi, pelaporan pengelolaan informasi, komunikasi publik, kemitraan, dan media.

Dalam komunikasi pemasaran, terdapat beberapa prinsip yang harus dikedepankan agar proses komunikasi berjalan mulus, sehingga konsumen dapat terpengaruh dengan pesan yang disampaikan. Terdapat dua prinsip dasar dari komunikasi pemasaran, yaitu nilai bagi konsumen (*consumer value*) dan sistem penghantaran nilai (*value delivery system*) (Sitaniapessy, 2021).

Hardiansah, dkk. mendefinisikan *customer value* sebagai nilai yang diterima konsumen, dimana nilai tersebut haruslah optimal dari sisi waktu, tenaga, produk, dan dukungan. Nilai-nilai tersebut didapat dengan keterlibatan dari konsumen (Sitaniapessy, 2021).

Dalam hal ini, implementasi dari *customer value* yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mempromosikan BogorFest 2023 di Instagram adalah dengan menghadirkan berbagai kebutuhan yang sedang dicari oleh masyarakat Kabupaten Bogor melalui unggahan Instagramnya, didukung pula dengan antusiasme masyarakat yang tinggi. Namun sayang, pelaksanaan BogorFest 2023 masih dirasa kurang cukup oleh masyarakat. Kurangnya tenaga ahli dalam pengelolaan Instagram selama BogorFest 2023 juga menjadi perhatian penting.

Selanjutnya terkait sistem penghantaran nilai (*value delivery system*). Poin ini dibagi menjadi tiga fase diantaranya penentuan nilai, penyediaan nilai, dan mengkomunikasikan nilai. Setiap fase memiliki tujuan yang berbeda-beda. Pada saat penentuan nilai, perusahaan harus sudah menentukan nilai apa yang akan dikomunikasikan kepada konsumen. Pada saat penyediaan nilai, perusahaan akan menyediakan nilai dalam bentuk *output* yang akan diterima oleh konsumen. Setelah

nilai tersebut disediakan, maka nilai tersebut pun disalurkan kepada masyarakat. Media yang dipakai dalam penyaluran nilai sudah harus jelas, ditambah nilai ini harus berkaitan dengan semua bauran komunikasi (Sitaniapessy, 2021).

Implementasi sistem pengantaran nilai (*value delivery system*) yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mempromosikan BogorFest 2023 di Instagram tampak pada penentuan nilai konsumen yang dilakukan dengan musyawarah mengenai apa saja yang akan dihadirkan selama BogorFest 2023. Konten-konten promosi BogorFest 2023 disambut baik oleh masyarakat. Terbukti dengan banyaknya masyarakat yang menghadiri BogorFest dan juga tingginya *engagement* di Instagram.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018) menyebut bahwa ada empat poin penting dalam pengelolaan media sosial di Instansi pemerintah, diantaranya audiens (*people*), tujuan (*objectives*), strategi (*strategy*), dan teknologi (*technology*), atau disingkat POST. Poin-poin tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Sipil Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012.

### **Audiens (*People*)**

Audiens (*people*) merupakan sekelompok masyarakat yang menjadi sasaran utama dalam proses komunikasi lembaga pemerintah. Dalam penetapan poin ini juga diperhatikan terkait penyajian konten yang sesuai dengan audiens yang dituju (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018). Dalam hal ini, target dari kegiatan promosi BogorFest 2023 di Instagram menargetkan kalangan muda, khususnya milenial, tetapi promosi ini juga menargetkan kalangan lain.

*“BogorFest itu kan pesta rakyat ya, pesta rakyat, jadi berhubung kalau kita udah pesta rakyat itu ya semua golongan, artinya ada kalangan anak-anak, di sana kan ada juga permainan anak-anak, ada juga kalangan-kalangan muda, ada band, ada juga kalangan pengusaha atau kalangan pengusaha, tujuannya agar mereka oh ternyata di sana berniat untuk investasi di Kabupaten Bogor. Dan ada juga kalangan mungkin ya kalangan ibu rumah tangga di sana kan banyak produk-produk ibu rumah tangga jadi tujuan kita mau memilih semua kalangan itu atau di level semua segmen usia itu ya, kita membuktikan bahwa inilah hasil pembangunan Kabupaten Bogor, wajib diketahui oleh masyarakat.” - Informan kunci*

### **Tujuan (*Objectives*)**

Tujuan sebuah lembaga dalam menggunakan media sosial merupakan hal yang krusial. Jika tujuan dalam bermedia sosial tidak ada, maka pesan yang dikomunikasikan dalam media sosial tidak dapat tersampaikan dengan baik. Secara umum, tujuan penggunaan media sosial di instansi pemerintahan dibagi empat, yaitu berbagi informasi, mengajak masyarakat untuk turut serta dalam menyukseskan program kerja, kerjasama, dan juga pencegahan risiko (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018).

Dalam hal ini, tujuan dari kegiatan promosi BogorFest 2023 di Instagram adalah selain untuk mengajak masyarakat adalah sebagai ajang untuk memamerkan

hasil-hasil pembangunan Kabupaten Bogor dan pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19.

*“Kalau tujuan promosinya ya pertama agar itu diketahui oleh-oleh masyarakat Kabupaten Bogor khususnya, tetapi masyarakat Indonesia pada umumnya. Yang kedua ya tujuan dari promosi ini ya menunjukkan bahwa selama ini pembangunan di Kabupaten Bogor itu, seperti ini. Keberhasilan pembangunan Kabupaten Bogor itu seperti ini, yang artinya di dalam itu dapat simpulkan bahwa dari BogorFest itu bahwa pemerintah Kabupaten Bogor itu selalu memberikan pelayanan kepada masyarakat. Terus yang ketiga bahwa promosi dari BogorFest itu ditengahkan, artinya kesejahteraan Kabupaten Bogor itu juga meningkat. Kan kita pasca pandemi, bahwa setelah pandemi Covid-19 kita udah bangkit. BogorFest itu sempat sempat vakum kan karena ada Covid, jadi menunjukkan juga bahwa setelah tahun ini kan tahun kita eranya bangkit kan, bahwa kita sudah bangkit dari pandemi tersebut, itu juga.” - Informan kunci*

Lebih lanjut, Diskominfo Kabupaten Bogor juga memanfaatkan keempat tujuan tersebut. Diantaranya, membagikan informasi tentang BogorFest pada saat sebelum, saat pelaksanaan, dan akhir acara secara berkesinambungan, mengajak masyarakat untuk aktif dalam Instagram pada saat promosi BogorFest 2023, berkolaborasi dengan berbagai dinas dan bintang tamu untuk meramaikan BogorFest 2023, dan melayani keluhan masyarakat dengan cepat.

**Gambar 1.** Salah satu kegiatan yang dipromosikan melalui kolaborasi dengan Diskominfo Kabupaten Bogor



Sumber: Instagram @kabuapten.bogor (2023)

### Strategi (Strategy)

Penentuan pesan utama merupakan hal terpenting dalam menyusun strategi komunikasi instansi pemerintah. Penentuan pesan utama ini dimaksudkan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima masyarakat dengan baik, tanpa adanya miskomunikasi (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018). Dalam hal ini, strategi yang

dihadirkan Diskominfo Kabupaten Bogor menargetkan kalangan anak muda, dengan pesan utama berupa *tagline* “Semua Ada di BogorFest” dan “Enjoy BogorFest.”

*“Semua Ada di BogorFest.” Maksudnya itu BogorFest adalah pameran dan memamerkan hasil-hasil pembangunan, nah semua-semuanya itu sudah kita mencakup meskipun mungkin tidak maksimal ya. Tapi maksudnya ini, di situ ada pelayanan, di situ juga ada kulinernya, di situ juga ada band musiknya yang menampilkan artis-artis, di BogorFest juga ada-ada kegiatan sosialnya, seperti itu. Dan enjoy, kita mengharapkan enjoy ini masyarakat di sana juga sekalian bisa kuliner, sekalian juga mereka ibaratnya bisa enjoy lah bisa ibaratnya mereka bertamasya ke sana, artinya mereka bisa bersama keluarga, rekreasi lah di sana.” - Informan kunci*

*“Iya, karena diharapkan BogorFest ini kan wadahnya ya, jadi semuanya tuh ada di situ, mulai dari kuliner, mulai dari fashion-nya, mulai dari otomotifnya, mulai 44 dari adminduknya, terus mulai dari orang-orang yang suka hewan-hewan satwa tuh terus semuanya. Pokoknya apa namanya, properties juga ada, disitu terus Kecamatan, dinas-dinas semua terlibat semua lapisan masyarakat tuh terlibat. Makanya kita bilanganya tuh semuanya tuh ada di BogorFest.” - Informan utama 1*

*“Nah, karena tagline itu kita gencarkan, karena “Semua Ada di BogorFest” itu memang semua ada, mulai dari pekerjaan, mulai dari UMKM, mulai dari promosi wisata, mulai dari setiap SKPD mempunyai kegiatan kegiatannya, ada semua. Diskominfo kemarin buka booth kaitan dengan masalah internet, terus juga misalnya disbudpar dia masalah wisata, ada BPBD kaitannya masalah gimana mencegah bencana, yang kemarin kan ada yang unik lagi tuh dari DPKPP, dia seperti apa membuat rumah dan juga perizinan dalam bisa melakukan perizinan di hari itu juga. Di booth itu juga ada Distanhorbun yang bisa kita melihat tanaman, membeli tanaman dan juga membeli kopi di situ. Jadi taglinenya itu, yang pasti kenapa disebut tagline itu namanya “Semua Ada di BogorFest” memang semua ada disitu, dari ujung barat, ujung timur, ujung selatan, ujung utara, sama tengah mereka bersatu di situ. Terus kenapa disebut “Enjoy,” “Enjoy” itu supaya kita menikmati. Karena kita tidak harus lagi jalan-jalan ke lokasi yang harus kita tentukan. jadi langsung di situ ada semua, kaitan dengan masalah apapun ada di situ semua ” -Informan utama 2*

### **Teknologi (Technology)**

Penentuan teknologi yang dipakai dalam pembuatan konten juga merupakan hal penting dalam pembuatan konten media sosial pemerintah. Penentuan teknologi ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu perangkat keras (*hardware*) yang mencakup peralatan yang dipakai selama pembuatan konten, dan perangkat lunak (*software*), mencakup *platform* media sosial yang dipakai dalam mendistribusikan konten (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018).

Dalam hal ini, Diskominfo Kabupaten Bogor memakai perangkat yang sederhana dalam membuat konten, seperti ponsel pintar untuk mengambil dan laptop/komputer untuk mengedit konten yang akan diedarkan. Dalam hal pemilihan

*software*, Instagram dipilih sebagai media penyalur konten promosi BogorFest 2023. Tidak ada promosi berbayar yang digunakan dalam penyaluran konten.

*“Ya, dalam pembuatan Instagram itu kan tentu membutuhkan peralatan ya, mungkin dari handphone dari itu sekarang kan handphone juga kan tidak sembarang handphone. Kan udah udah banyak yang canggih ya, udah banyak, lebih canggih. Kita juga dalam mengumpulkan konten itu kan ada kadang-kadang kan konten itu kita pakai videotron. Bukan hanya itu, jadi kita sesuai dengan kebutuhan aja, sesuai kebutuhan. Tapi peralatan kita ya mulai dari peralatan pengambilan gambar kita juga tidak mengandalkan handphone. Kan handphone itu kan biasanya kalau jarak jauh agak kurang ya, ada-ada itunya. Ada kamera, ada videotron dan itunya sesuai dengan kebutuhannya ya.” - Informan kunci*

*“Nah, fitur Instagram kita nggak pakai Instagram yang berbayar gitu nggak ya. Nggak pakai yang berbayar yang beriklan gitu kita enggak. Paling kita collab. Kolaborasinya tuh sama artis-artis gitu loh pengisi acara. Dan alhamdulillah kan meledak ya kalau misalnya mau lihat insight-nya, insight festival, eh insight BogorFest itu kayak benar-bener meledaknya tuh bisa sampai 300 ribuan lebih. Itu karena kita dibantu sama para-para artis itu. Jadi mereka sekali nge post tuh uh langsung tersebar ke para fans-nya ya, para followers-nya.” - Informan utama 1*

Sementara itu, salah satu pengikut Instagram Kabupaten Bogor berpendapat bahwa konten yang disajikan sudah menarik dan dapat dipahami secara mudah. Namun, penyajian konten promosi BogorFest 2023 di Instagram masih terdapat kekurangan, mislanya saja dalam hal kurangnya nilai edukasi kepada masyarakat, adanya konten yang kurang rapi, dan masih mementingkan kuantitas dibanding kualitas konten

*“Coba untuk postingan-postingannya tersebut itu memiliki sifat edukasi ataupun literatur yang cukup gitu, untuk apa? Untuk mencerdaskan orang yang melihat Instagram ini ataupun melihat event ini. Seperti kayak tadi misalkan, kalau memang di konser ya disebutkan gitu kan sejarahnya ataupun riwayatnya yang di mana titik ini di Kotak misalkan contoh udah menjadi band besar. Karena itu bisa menjadi edukasi untuk kaum-kaum pemuda ataupun generasi-generasi yang akan datang yang memang berbakat ataupun memiliki hobi di musik gitu. Terus selanjutnya untuk videonya ya ataupun isi dalam hasil kegiatannya ditata ulang lagi gitu. Ini kan terlalu main posting aja ya, maksudnya yang ini kegiatan naikin, kegiatan naikkan. Memang bagus informasi lebih cepat gitu kan, tapi alangkah baiknya lebih diperhitungkan kembali agar apa? Agar kan Instagram itu sebetulnya seseorang kadang mengaksesnya itu di saat waktu-waktu yang luang gitu ataupun waktu-waktu yang memang lagi enjoy gitu kan, nggak pada saat kegiatan itu langsung diposting kan menurutku dari segi membuka instagramnya ataupun melihatnya juga ya ini kapan gitu, kok ini gini banget, ini apa sih gitu kan.” - Informan pendukung*

Berdasarkan pada berbagai hasil temuan, Diskominfo Kabupaten Bogor sudah mengimplementasikan berbagai aspek komunikasi dengan cukup baik. Misalnya saja dalam hal implementasi prinsip dasar dari komunikasi pemasaran seperti nilai konsumen (*customer value*) dan sistem penghantaran nilai (*value delivery system*), Diskominfo Kabupaten Bogor sudah mengimplementasikannya dengan baik melalui konten promosi BogorFest yang menghadirkan berbagai kebutuhan masyarakat Kabupaten Bogor. Selanjutnya, Diskominfo Kabupaten Bogor juga sudah mengimplementasikan prinsip sistem pengantaran nilai melalui proses promosi yang dilakukan di Instagram, meliputi pemilihan nilai, penyediaan nilai, dan juga mengkomunikasikan nilai tersebut.

Hapsari menyebutkan bahwa dalam kegiatan promosi ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, antara lain kejelasan dan kepadatan pesan promosi, keunikan pesan promosi, serta penerapan promosi berkesinambungan (Hapsari, 2017). Dalam hal ini, informasi yang disampaikan dalam konten promosi yang dibuat oleh Diskominfo Kabupaten Bogor sudah cukup padat dan jelas. Informasi mengenai apa saja yang dihadirkan dalam kegiatan BogorFest 2023 sudah tersampaikan dengan jelas dan padat. Di satu sisi, promosi yang dilakukan bukan hanya promosi semata, melainkan juga harus terdapat nilai-nilai lain yang menunjang konten promosi tersebut, seperti nilai edukasi.

Dalam hal promosi berkesinambungan, Diskominfo Kabupaten Bogor melakukan promosi BogorFest 2023 sejak dua bulan sebelum acara hingga akhir acara. Selama tiga hari pelaksanaan BogorFest, Diskominfo Kabupaten Bogor selalu mempromosikan berbagai acara yang dihadirkan selama BogorFest 2023 berlangsung.

Selanjutnya, Diskominfo Kabupaten Bogor juga telah mengimplementasikan keempat poin POST (*people, objectives, strategy, dan technology*) dengan baik. Yang pertama, terkait dengan implementasi poin audiens (*people*), Diskominfo Kabupaten Bogor sudah mengupayakan agar konten promosi BogorFest 2023 di Instagram dapat dikonsumsi oleh kalangan anak muda, misalnya saja desain dan juga *caption* dari unggahan konten promosi BogorFest 2023 sudah disesuaikan dengan karakteristik audiens yang ingin dicapai. Selain itu, Diskominfo Kabupaten Bogor juga mempromosikan BogorFest secara rutin agar masyarakat mengetahui pagelaran BogorFest 2023.

Yang kedua, Diskominfo Kabupaten Bogor sudah mengimplementasikan poin tujuan (*objectives*) dengan sangat baik. Dalam hal ini, Diskominfo Kabupaten Bogor mempromosikan BogorFest 2023 dengan memberikan informasi terkait acara BogorFest 2023, mulai dari apa itu BogorFest, bintang tamu dan kegiatan yang dihadirkan, hingga tanggapan masyarakat mengenai BogorFest 2023. Disamping itu, Diskominfo Kabupaten Bogor juga memberi ruang kepada masyarakat untuk aktif dalam menyukseskan pagelaran BogorFest 2023, diantaranya memberi komentar, *like*, serta interaksi melalui *direct message*.

Selain itu, Diskominfo Kabupaten Bogor berkolaborasi dengan berbagai dinas yang turut serta meramaikan acara BogorFest 2023. Selain dengan dinas terkait, kolaborasi juga dilakukan dengan bintang tamu yang hadir.

Yang ketiga, implementasi dari poin strategi (*strategy*) juga sudah diterapkan dengan baik oleh Diskominfo Kabupaten Bogor. Melalui tagline BogorFest 2023 “Semua Ada di BogorFest” dan “Enjoy BogorFest,” Pemerintah Kabupaten Bogor selalu hadir dalam melayani kebutuhan masyarakatnya, melalui kegiatan BogorFest 2023. Diharapkan juga, dalam kegiatan BogorFest 2023 ini masyarakat bisa menikmati semua hal yang ada di Kabupaten Bogor tanpa harus pergi ke masing-masing daerah.



Yang terakhir, Diskominfo Kabupaten Bogor juga sudah mengimplementasikan poin teknologi (*technology*) dengan baik melalui penggunaan perangkat keras seperti ponsel pintar dan laptop, serta penggunaan perangkat lunak seperti aplikasi editor dan aplikasi Instagram.

Penulis juga mengaitkan fenomena ini dengan penelitian serupa yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Fenomena serupa pernah diteliti oleh Agnela dan Yoedtadi (2022) mengenai pemanfaatan TikTok sebagai media sosialisasi program Kampus Merdeka, serta Miharja dan Yoedtadi (2022) yang membahas mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi program Kampus Merdeka.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dirjen Dikti) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sudah mengimplementasikan keseluruhan poin POST tersebut, namun konten yang disajikan masih jauh dari kesempurnaan, terutama mengenai kelengkapan informasi. Konten yang masih mementingkan kuantitas dibanding kualitas juga menjadi sorotan dalam penelitian ini (Agnela & Yoedtadi, 2023).

Disamping itu, pengelolaan Instagram di lingkungan LLDikti Wilayah III Jakarta sudah mengimplementasikan konsep dan teori yang sudah dikaitkan oleh peneliti. Namun, terdapat kekurangan dalam hal konten sosialisasi Kampus Merdeka, seperti informasi yang disajikan kurang lengkap serta terdapat istilah yang kurang dipahami dan kurang mendetail (Miharja & Yoedtadi, 2022).

Sementara itu, pembuatan konten promosi BogorFest 2023 di Instagram sudah mengimplementasikan keempat poin dari konsep POST ini. Namun, terdapat beberapa kekurangan dalam promosi BogorFest 2023 di Instagram, seperti kurangnya nilai edukasi dalam konten serta ada beberapa informasi yang belum disajikan secara lengkap.

#### **4. Simpulan**

Dari temuan dan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Diskominfo Kabupaten Bogor sudah dapat mengimplementasikan keempat poin POST dengan baik. Terlihat dari sudah ditentukannya target audiens, tujuan yang ingin dicapai dan penerapannya, strategi yang dipakai, dan juga penggunaan teknologi. Lebih lanjut, strategi yang dipakai dalam promosi BogorFest 2023 adalah dengan mengedepankan pesan utama yang ingin disampaikan melalui *tagline* “Semua Ada di BogorFest” dan “Enjoy BogorFest.” Disatu sisi, terdapat beberapa kekurangan dalam penyajian konten promosi BogorFest 2023 di Instagram. Diskominfo Kabupaten Bogor lebih mementingkan kecepatan dan jumlah *engagement* dibanding kualitas konten

#### **5. Ucapan Terima Kasih**

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

#### **6. Daftar Pustaka**

Agnela, T., & Yoedtadi, M. G. (2023). Tiktok Sebagai Sarana Promosi Program Kampus Merdeka Tiktok Sebagai Sarana Promosi Program Kampus Merdeka. *Prologia*, 7(2), 277–284.

- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Diskominfo Kabupaten Bogor. (2023). *Bogor Fest 2023 Kembali Hadir*. <https://jabarprov.go.id/berita/bogor-fest-2023-kembali-hadir-10078>
- Hapsari, N. T. (2017). *Seluk Beluk Promosi & Bisnis: Cerdas Beriklan untuk Usaha Kecil & Menengah*. Yogyakarta: A-Plus Books.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: Jejak.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Miharja, A. V., & Yoedjadi, M. G. (2022). Strategi Penyajian Konten di Instagram LLDikti Wilayah III dalam Menginformasikan Program MBKM. *Koneksi*, 6(1), 198–204.
- Risanti, S. (2023). *Catat! Ini Kelebihan dan Kekurangan Instagram untuk Bisnis*. <https://www.fortuneidn.com/business/surti/kelebihan-dan-kekurangan-instagram?page=all>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>
- Sitaniapessy, R. H. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Teori, Konsep, dan Strategi*. Batu: Literasi Nusantara.
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.