

Instagram sebagai Media Informasi Digital Kota Bogor (Studi pada Konten Reels @Bogordailynews)

M Meyzal Kesyahda¹, Wahyu Budi Priatna²

¹⁻²IPB University, Indonesia

Email: meyzalkesyahda@apps.ipb.ac.id¹, wahyupr@apps.ipb.ac.id²

*Korespondensi penulis: meyzalkesyahda@apps.ipb.ac.id

Abstract. *The development of digital information media has changed the way people obtain information, especially in urban areas that require fast and up-to-date information. Instagram is now used not only for entertainment and social interaction but also as a digital information medium. One local media account that actively presents information about Bogor City through the Reels feature is @bogordailynews. This study aims to analyze the characteristics and types of information presented by @bogordailynews with the Reels feature and analyze the media functions reflected in the content. The study used a qualitative approach with a content analysis method. The research data consisted of Reels content uploaded by the @bogordailynews account over a certain period and collected through observation, documentation, and literature studies. The findings of this study indicate that Reels content is dominated by information about traffic conditions, social events, public policies, and community activities in Bogor City. Information is presented concisely, visually, quickly, and up-to-date, in accordance with the characteristics of digital media. Reels content demonstrates the media's function as an information provider, event explainer, and conveyor of social values. This study indicates that Instagram plays an important role as an information medium for urban communities.*

Keywords: *Content Analysis; Digital Information Media; Instagram Reels; Media Functions; Urban Information.*

Abstrak. Perkembangan media informasi digital telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh informasi, terutama di wilayah perkotaan yang membutuhkan informasi cepat dan aktual. Media sosial Instagram saat ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, melainkan juga digunakan sebagai media informasi digital. Salah satu akun media lokal yang aktif dalam menyajikan informasi Kota Bogor melalui fitur Reels adalah @bogordailynews. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan jenis informasi yang disajikan oleh @bogordailynews dengan fitur Reels serta menganalisis fungsi media yang tercermin dalam konten tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Data penelitian berupa konten Reels yang diunggah oleh akun @bogordailynews pada periode tertentu dan dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konten Reels didominasi oleh informasi mengenai kondisi lalu lintas, peristiwa sosial, kebijakan publik, hingga aktivitas masyarakat Kota Bogor. Informasi disajikan secara singkat, visual, cepat, dan aktual sesuai karakteristik media digital. Konten Reels menunjukkan fungsi media sebagai penyedia informasi, penjelas peristiwa, dan penyampai nilai sosial masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting sebagai media informasi bagi masyarakat perkotaan.

Kata kunci: Analisis Isi; Fungsi Media; Informasi Perkotaan; Instagram Reels; Media Informasi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah berkembang pesat. Kemajuan ini memberikan kemudahan dalam menjalankan berbagai tugas, pekerjaan, termasuk dalam cara memperoleh, mengelola, dan menyebarkan sebuah informasi. Era globalisasi saat ini, teknologi menjadi salah satu indikator kemajuan suatu negara. Suatu negara dianggap maju apabila memiliki penguasaan teknologi yang tinggi dan modern (Tamimi dan Munawaroh 2024). Kemajuan teknologi digital membuat informasi yang disampaikan cukup cepat, luas, dan *real-time* melalui berbagai platform internet. Adanya internet, media sosial dan berbagai platform lainnya memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Masyarakat saat ini tidak lagi bergantung sepenuhnya pada media konvensional, melainkan bergeser pada media digital sebagai sumber utama informasi sehari-hari. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 229,43 juta jiwa pada 2025. Angka tersebut naik dibandingkan tahun 2024 yang mencapai 221,56 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet terus bertambah. Penggunaan internet saat ini sebagai suatu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bagi masyarakat yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari. Terdapat perubahan signifikan yang mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi disebabkan oleh teknologi informasi di era digital saat ini (Widjaja 2025).

Perubahan ini melahirkan yang disebut media baru. *New media* atau media baru adalah media komunikasi yang menggunakan internet dan teknologi digital sebagai mediumnya (Hasan *et al.* 2023). Berbeda dengan media konvensional yang bersifat satu arah, media baru bersifat digital dan mampu memberikan ruang yang lebih luas bagi penggunanya untuk tidak hanya memperoleh informasi, melainkan juga memproduksi dan menyebarkan informasi secara aktif. Melalui konteks komunikasi massa, media baru membawa perubahan terhadap cara penyebaran informasi publik. Munculnya media baru ini mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang sebelumnya pasif menjadi aktif, cepat, dan dinamis. Jaringan pada media baru pun memungkinkan penggunanya dapat mengakses informasi kapan saja dan dimana saja (Varenia dan Palguna 2022).

Media sosial adalah salah satu bentuk dari media baru yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan interaktivitas tinggi dan jangkauan yang luas. Menurut Rafiq (2020) bahwa media sosial diartikan sebagai media *online* yang memupuk interaksi sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog yang interaktif. Keunggulan media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang interaktif dan penyebaran informasi yang luas dalam waktu yang singkat. Penyebaran informasi dalam media sosial pun tidak terbatas hanya dalam sekedar teks, tetapi dapat menyajikan informasi secara visual dan menarik. Dalam pemanfaatannya, media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan atau sekedar interaksi sosial, tetapi juga sebagai media informasi publik yang saat ini cukup penting bagi kehidupan masyarakat modern. Sejalan dengan pendapat Cinneli *et al.* (2021) mengatakan bahwa platform media sosial seperti Twitter/X, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube tidak lagi berfungsi sebatas sarana hiburan atau komunikasi interpersonal, melainkan telah berevolusi menjadi ruang publik yang memungkinkan pertukaran informasi, pembentukan opini publik, serta artikulasi kepentingan masyarakat secara cepat, luas, dan masif.

Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan dan penggunanya aktif adalah Instagram. Menurut Goodstats (2024) Instagram merupakan suatu aplikasi untuk membagikan foto kepada para penggunanya, menggunakan sebuah filter digital serta memberikan ke beragam macam fasilitas jaringan sosial termasuk ke dalam instagram tersebut. Instagram berkembang dari sekedar platform berbagi foto menjadi media yang mampu menyajikan informasi secara visual, seperti foto dan video. Peran Instagram terbilang penting dalam menyajikan dan menyebarkan informasi berbasis visual dalam bentuk konten yang menarik dan mudah dicerna. Fitur-fitur yang tersedia dalam Instagram memungkinkan pengguna untuk mengolah dan menyampaikan informasi secara singkat, menarik, dan mudah dipahami. Hal ini menjadikan media sosial Instagram sebagai media yang efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan karakteristik yang beragam. Fitur pada Instagram yang paling banyak dimanfaatkan oleh pengguna dalam penyebaran informasi adalah *Reels*. Fitur *Reels* memungkinkan pengguna untuk menyuguhkan konten yang terdiri dari berbagai elemen seperti audio, teks, dan video dalam waktu singkat (Meliyanti dan Azwar 2025). *Reels* dijadikan sebagai alat yang efisien untuk menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Dalam konteks media informasi, *Reels* menjadi sarana yang potensial untuk masyarakat menyampaikan informasi faktual, khususnya di wilayah perkotaan yang memiliki kebutuhan informasi tinggi dan aktual.

Kehidupan dalam perkotaan, menjadikan informasi sebuah kepentingan bagi masyarakat untuk mengetahui informasi secara cepat dan akurat melalui media sosial. Kota sebagai pusat aktivitas masyarakat dengan beragam dinamika kehidupan, seperti kondisi lalu lintas, lingkungan, cuaca, layanan publik, peristiwa sosial dan aktivitas warga yang membutuhkan informasi secara terus-menerus. Media sosial menjadi suatu rujukan utama masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai kondisi dan situasi kota secara aktual. Tingkat kecepatan dan kemudahan aksesnya, media sosial menjadi sebuah media informasi utama di era digital saat ini yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja.

Kota Bogor salah satu kota dengan tingkat aktivitas dan mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Letaknya yang strategis sebagai kota penyangga Ibu Kota Jakarta menjadikan Bogor sebagai kota yang masyarakatnya padat dan berbagai dinamika perkotaan yang kompleks. Aktivitas sosial, kondisi lalu lintas, peristiwa, hingga berbagai kejadian di ruang publik merupakan sebuah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kota Bogor. Peran media sosial, khususnya Instagram menjadi penting yang mampu menyajikan informasi kondisi yang sedang terjadi di Kota Bogor secara cepat dan aktual.

Akun Instagram yang berperan penting dalam penyediaan informasi Kota Bogor salah satunya adalah @bogordailynews. Akun ini sebagai media lokal digital yang aktif dalam menyajikan berbagai informasi terkait Kota Bogor melalui konten visual, khususnya konten *Reels*. Melalui konten *Reels*, akun Instagram @bogordailynews menyampaikan informasi secara singkat dan aktual, sehingga masyarakat mudah memperoleh informasi yang sedang terjadi di Kota Bogor.

Meskipun Instagram, terutama dalam penggunaan fitur *Reels* saat ini banyak dimanfaatkan sebagai media informasi, penelitian akademik mengenai hal tersebut masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada Instagram sebagai media promosi, pembentukan citra, dan pengaruhnya terhadap persepsi audiens. Penelitian yang secara khusus mengkaji Instagram media informasi kota melalui analisis isi konten *reels* masih jarang dilakukan.

Hal tersebut, menjadi celah peneliti untuk mengkaji secara mendalam mengenai peran Instagram sebagai media informasi Kota Bogor melalui analisis isi konten *Reels* pada akun @bogordailynews. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik dan jenis informasi yang disajikan, serta bagaimana fungsi media berdasarkan teori Laswell (*surveillance, correlation, transmission of social heritage*) tercermin dalam konten *Reels* akun @bogordailynews dalam menyampaikan informasi kondisi kota kepada masyarakat. Penelitian berjudul “Instagram sebagai Media Informasi Digital Kota Bogor: Studi pada Konten *Reels* @bogordailynews” menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya mengisi kekosongan kajian mengenai media sosial sebagai penyedia informasi perkotaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak luas yang bersifat heterogen. Jangkauan yang luas memungkinkan pesan atau informasi yang dikirimkan dapat diperoleh oleh khalayak dalam jumlah besar tanpa terbatas lokasi geografis. Isi pesan dalam komunikasi massa dapat berbentuk hiburan, iklan, berita, atau informasi edukatif (Abidin 2025).

Media baru atau *new media* merupakan bentuk dari perkembangan teknologi komunikasi massa digital berbasis internet dimana para pengguna dapat melakukan interaksi melalui daring dengan visual dan suara serta dapat berinteraksi tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet. Menurut Mc Quail (2011) media baru adalah perangkat teknologi komunikasi dan informasi yang dihasilkan oleh adanya digitalisasi dan cakupan yang luas untuk penggunaannya sebagai alat komunikasi. Lahirnya internet sebagai bentuk digitalisasi

dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa perubahan signifikan pada sektor media komunikasi (Suardana 2021).

Media sosial adalah sebuah bentuk dari media baru yang bersifat interaktif tanpa batas ruang dan waktu. Media sosial menggunakan teknologi berbasis jaringan seluler dan *website* untuk menciptakan platform yang interaktif dalam komunikasi, berbagi, berkolaborasi, hingga memodifikasi konten yang dibuat. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menciptakan koneksi antar penggunanya, interaksi yang berlangsung dapat berupa tukar informasi, berita, dan lain-lain. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Yulia (2018) menjelaskan bahwa media sosial adalah platform yang dioperasikan *online* untuk terhubung dengan khalayak atau sasaran.

Instagram merupakan media sosial yang memberikan akses kepada penggunanya untuk berbagi foto dan video. Sejalan dengan hal ini, definisi Instagram dikemukakan oleh Sutrisno dan Mayangsari (2021) bahwa Instagram adalah platform media sosial yang digunakan oleh para pengguna dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video, audio, dan *caption*. Menurut data dari *We Are Social Media 2025*, pengguna Instagram khususnya di Indonesia per-Februari 2025 menunjukkan sekitar 103 juta orang yang aktif menggunakan Instagram. Temuan ini menunjukkan Instagram saat ini menjadi alat utama untuk membangun strategi komunikasi baik itu pemasaran ataupun sebagai penyedia informasi (Gogali *et al.* 2024). Instagram memiliki kekuatan di visual yang memungkinkan penggunanya berbagi foto, video, dan cerita secara *real time*. emanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan informasi tidak dapat dihilangkan di era digital saat ini, bahkan masyarakat lebih cepat mengetahui informasi secara *real time* melalui unggahan-unggahan di Instagram. Halaman pada Instagram sangat luas jangkauannya, dan informasi dari manapun memungkinkan untuk muncul pada halaman Instagram pengguna.

Informasi adalah sebuah keterangan, pernyataan, gagasan, atau pesan yang mengandung nilai atau makna. Temuan ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lumbangaol (2020) bahwa informasi merupakan hasil dari pemrosesan data yang telah diseleksi, relevan, dan memiliki manfaat bagi penggunanya.

Model komunikasi atau teori dari Harold Laswell ini dianggap sebagai teori paling awal dalam perkembangan komunikasi. Teori fungsi media yang dikemukakan oleh Harold D. Daswell (1948) mengungkapkan bahwa media massa memiliki tiga fungsi utama dalam masyarakat, diantaranya *surveillance*, *correlation*, dan *transmission*.

Pengguna media pun berhak untuk memilih dan mencari sumber media paling baik dalam memenuhi kebutuhan informasi (Riyanto, 2017). Pada teori *Uses and Gratifications*

komunikasi tidak mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi audiens. Media yang mampu memenuhi kebutuhan audiens disebut media yang efektif (Kriyantono 2017). Audiens berusaha mencari sumber media yang paling baik dan efektif dalam menyampaikan informasi atau memenuhi kebutuhannya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk menganalisis konten *Reels* yang diunggah pada akun @bogordailynews sebagai media informasi digital. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi kecenderungan jenis konten *Reels* yang diunggah @bogordailynews sebagai akun media informasi Kota Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data dan diberikan langsung kepada pengumpul data. Data primer yang dibutuhkan yaitu konten Instagram *Reels* yang diunggah pada akun @bogordailynews untuk mengetahui karakteristik dan jenis informasi apa yang kerap disajikan dan bagaimana fungsi media Harold Laswell tercermin pada konten-konten *Reels* yang diunggah. Data sekunder diperoleh melalui jurnal, artikel ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu (Sugiyono 2013). Instrumen penelitian yang digunakan adalah *coding sheet* atau tabel klasifikasi data untuk mengkategorikan jenis konten dan fungsinya.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi non-partisipasi yaitu dengan mengamati unggahan konten *Reels* yang diunggah pada akun @bogordailynews, serta dokumentasi dengan mengumpulkan berupa konten *Reels*, tanggal publikasi, dan jenis atau tema konten tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Instagram Bogor Daily News



Gambar 1. Instagram resmi Bogor Daily News, 2026.

Media sosial saat ini tidak lagi digunakan oleh akun pribadi untuk berinteraksi sosial, melainkan telah berevolusi menjadi sebuah media yang berbasis digital. Salah satu media yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi adalah @bogordailynews.

Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan dengan berbagai kemudahannya untuk diakses oleh masyarakat. Sifatnya yang visual, menjadikan Instagram sebagai media sosial yang paling efektif dalam menyampaikan sebuah informasi baik berbentuk teks, foto, video, hingga audio. Berbagai fitur didalamnya, salah satunya fitur *Reels*. Fitur ini adalah berbentuk audio visual yang dapat dibagikan pada halaman unggahan Instagram yang menjangkau pengguna dengan cukup luas. Tidak sedikit, konten *Reels* ini sifatnya lebih cepat menjangkau khalayak atau pengguna terutama untuk konten-konten yang informatif dan dibutuhkan oleh masyarakat. Akun @bogordailynews kerap kali mengunggah konten dalam format *Reels* dalam menyebarkan informasi-informasi yang terjadi di Kota Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *Reels* pada Instagram lebih efektif dalam menyampaikan isi pesan dengan kombinasi visual (video), teks, hingga audio. Berbeda dengan konten *Feeds* yang hanya berupa visual (foto) dan teks saja.

Karakteristik dan Jenis Informasi Konten *Reels* @bogordailynews

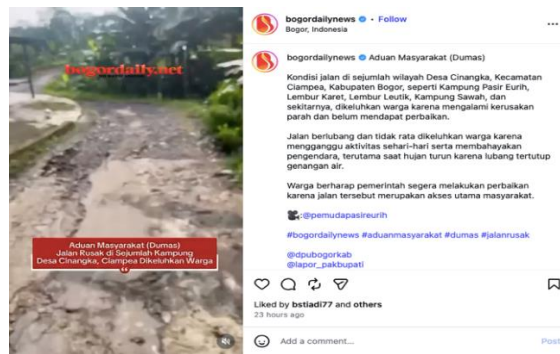
Karakteristik dan jenis konten pada akun @bogordailynews menyajikan informasi yang ada di Kota Bogor dengan fitur *Reels*. Jenis informasi dimulai dari aduan masyarakat, kondisi dan situasi Kota Bogor, aktivitas masyarakat, peristiwa, hingga *campaign* atau himbauan sosial. Penyajian informasi dilakukan secara visual, singkat, aktual, dan mudah dipahami sehingga sesuai dengan karakteristik media informasi digital.

Tabel 1. Klasifikasi Jenis Informasi Konten *Reels* @bogordailynews.

No	Jenis Informasi	Bentuk Konten	Contoh Konten
1.	Aduan Masyarakat	Video laporan warga	Jalan rusak, banjir, peristiwa
2.	Aktivitas di Kota Bogor	Dokumentasi aktivitas	Demo, acara, kebijakan pemerintah
3.	Peristiwa	Informasi kejadian	Pencurian, kecelakaan, kebakaran
4.	Situasi dan kondisi Kota	Informasi terkini	Lalu lintas, kemacetan, cuaca
5.	Promosi	Informasi wisata dan kuliner	Rekomendasi wisata dan tempat kuliner

Konten Aduan Masyarakat

Jenis konten informasi ini berisi laporan dari masyarakat yang mengirimkan video kemudian diunggah di akun @bogordailynews terkait kondisi fasilitas publik di Kota Bogor, seperti jalan rusak, sampah, dan kemacetan. Informasi yang disampaikan cukup singkat, jelas, dan aktual dalam bentuk *Reels* dengan penjelasan teks di dalam videonya maupun *caption*.



Gambar 2. Konten *Reels* Aduan Masyarakat: Jalan Rusak.

Aktivitas Kota Bogor

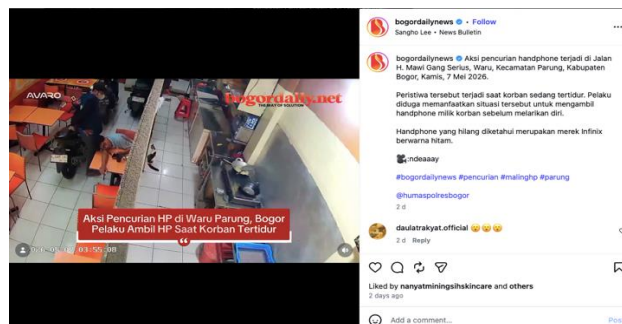
Jenis konten ini juga seringkali diunggah dalam bentuk *Reels* oleh @bogordailynews. Konten-konten yang diunggah dapat berbentuk acara yang sedang digelar di Kota Bogor seperti pagelaran seni atau budaya, pertunjukan musik, kegiatan sosial, hingga aktivitas di ruang publik.



Gambar 3. Konten *Reels* Aktivitas Kota Bogor: Kirab Budaya.

Peristiwa

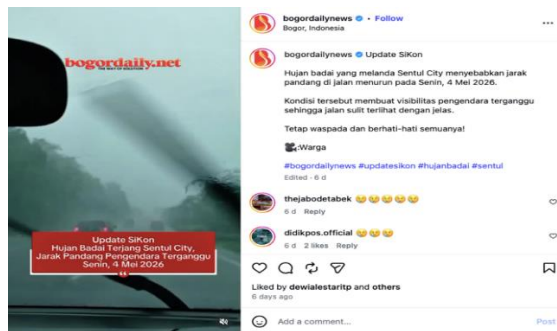
Jenis konten ini berisi informasi mengenai peristiwa atau kejadian yang terjadi di Kota Bogor. Informasi disampaikan secara cepat dan aktual di lapangan. Seperti contoh terjadi kebakaran atau kecelakaan. Namun, untuk peristiwa kejahatan seringkali diunggah melalui rekaman *cctv* yang diunggah melalui *Reels*.



Gambar 4. Konten *Reels* Peristiwa: Pencurian.

Situasi dan Kondisi Kota

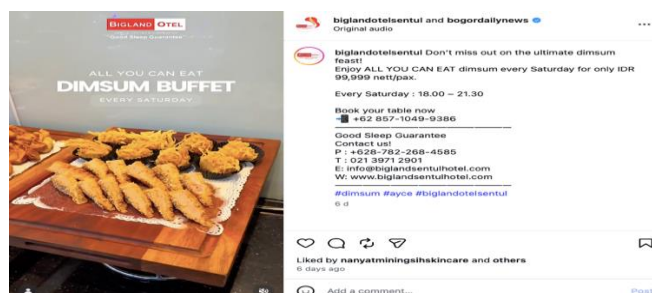
Jenis konten ini menjadi jenis informasi yang paling banyak diunggah dalam unggahan *Reels* @bogordailynews. Konten ini meliputi informasi lalu lintas, cuaca, kemacetan, hingga kondisi ruang lingkup di Kota Bogor. Penyajian jenis informasi ini menunjukkan bahwa fungsi akun Instagram sebagai media informasi lokal yang memberikan informasi terkini kondisi kota kepada masyarakat secara cepat dan aktual.



Gambar 5. Konten *Reels* Situasi dan Kondisi Kota: Hujan Badai.

Promosi

Jenis konten ini berisi rekomendasi tempat wisata, kuliner, dan lokasi populer di Kota Bogor. Penyajian kontennya seringkali di collab dengan akun pengguna atau *influencer*. Bentuk konten *Reels* dengan menampilkan suasana lokasi, menu makanan, hingga fasilitas tempat yang memberikan informasi sekaligus menarik perhatian audiens. Adanya konten promosi ini menunjukkan bahwa @bogordailynews tidak hanya berperan sebagai media informasi mengenai kondisi kota, melainkan juga sebagai media informasi digital yang memperkenalkan potensi wisata dan kuliner Kota Bogor kepada audiens.



Gambar 6. Konten *Reels* Promosi: Rekomendasi Kuliner.

Fungsi Media Model Laswell pada Konten *Reels* @bogordailynews

Fungsi media pada Konten *Reels* @bogordailynews menggunakan fungsi media model Harold Laswell (1948) yaitu *surveillance*, *correlation*, dan *transmission*. Pada konten *Reels* yang terdapat pada akun @bogordailynews ditemukan ketiga fungsi tersebut, masing-masing jenis konten *Reels* yang ada menunjukkan bahwa fungsi media tersebut tercermin pada konten-konten yang diunggah oleh @bogordailynews.

Fungsi *Surveillance* merupakan fungsi media sebagai pengawas lingkungan dan penyampai informasi kepada masyarakat mengenai kondisi yang terjadi di lingkungan. Berdasarkan hasil analisis pada akun @bogordailynews, fungsi *surveillance* paling banyak diunggah dalam konten *Reels* @bogordailynews. Konten yang termasuk dalam fungsi ini berupa informasi lalu lintas, kondisi cuaca, peristiwa, serta berbagai kejadian aktual yang ada di Kota Bogor. Konten-konten tersebut menunjukkan adanya fungsi pengawasan lingkungan sebagaimana yang dijelaskan pada teori fungsi media model Laswell.

Fungsi *Correlation* merupakan fungsi dalam media massa yang berkaitan dengan menjelaskan, atau membantu masyarakat memahami suatu peristiwa atau kondisi sosial. Konten *Reels* yang terdapat pada akun @bogordailynews yang mencerminkan fungsi *correlation* ini berupa informasi aktivitas di Kota Bogor seperti adanya kebijakan pemerintah, demo, hingga suatu acara. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat menjalankan fungsi *correlation* dengan membantu masyarakat memahami informasi dan situasi lingkungan secara lebih terarah.

Fungsi *Transmission of Social Heritage*, fungsi ini berkaitan dengan peran media dalam menyampaikan nilai sosial, budaya, dan identitas kota kepada audiens. Berdasarkan hasil analisis pada konten *Reels* @bogordailynews, ditemukan konten berupa promosi seperti rekomendasi wisata, kuliner, hingga kegiatan sosial di Kota Bogor. Konten promosi wisata dan kuliner menunjukkan upaya media dalam fungsi *transmission of social heritage* dengan memperkenalkan identitas dan potensi Kota Bogor kepada masyarakat luas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @bogordailynews sebagai media informasi digital Kota Bogor melalui unggahan-unggahan konten *Reels*-nya. Akun tersebut aktif dalam menyajikan berbagai jenis informasi lokal yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Kota Bogor. Jenis informasi yang ditemukan dalam konten *Reels* meliputi aduan masyarakat, aktivitas Kota Bogor, peristiwa, situasi dan kondisi kota, serta promosi wisata dan kuliner. Informasi disajikan melalui format video pendek atau *Reels* yang bersifat visual, singkat, cepat, dan aktual sehingga sesuai dengan karakteristik media informasi digital. Penyampaian informasi melalui fitur *Reels* juga memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai Kota Bogor secara *real-time*.

Tidak hanya itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *Reels* pada akun @bogordailynews juga mencerminkan fungsi media berdasarkan teori fungsi media dari Harold D. Laswell, yaitu *surveillance*, *correlation*, dan *transmission of social heritage*. Fungsi

surveillance menjadi fungsi yang paling dominan ditemukan seperti konten informasi mengenai kondisi lalu lintas, cuaca, dan berbagai peristiwa aktual di Kota Bogor. Fungsi *correlation* ditemukan pada konten yang berisi himbauan sosial, edukasi, dan penjelasan terhadap kondisi sosial yang terjadi di masyarakat seperti terdapat suatu acara di Kota Bogor atau adanya kebijakan pemerintah. Sementara itu, fungsi *transmission of social heritage* tercermin dalam konten promosi seperti rekomendasi wisata atau kuliner yang ada di Kota Bogor.

Saran yang diberikan kepada pengelola akun @bogordailynews dan peneliti selanjutnya adalah agar tim terus mengembangkan variasi atau ide konten yang menarik, beragam, dan seimbang. Konsistensi unggahan serta penyajian informasi yang akurat juga perlu dipertahankan agar tetap menjadi media informasi digital lokal yang dipercaya oleh masyarakat. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan metode yang berbeda, seperti analisis kuantitatif, studi resepsi audiens, atau wawancara kepada pengelola media sehingga hasil penelitian menjadi lebih dalam dan komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Abidin, S. (2025). *Komunikasi massa*. Cendekia Mulia Mandiri.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Gogali, V. A., Utomo, I. W., & Erlangga, C. Y. (2024). Strategi komunikasi content marketing Shani Amalia dalam membangun brand engagement produk @yuireofficial di Instagram. *Nivedana*, 5(4). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i4.1207>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Ramadhana, S. C. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs new media pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1).
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori public relations perspektif Barat dan lokal: Aplikasi penelitian dan praktik*. Kencana.
- Lumbangaol, M. H. (2020). Rancang bangun sistem informasi penjualan dan penyewaan properti berbasis web di Kota Batam. *Jurnal Comasie*, 1(3).
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Meliyanti, A., & Azwar, M. (2025). Efektivitas penggunaan fitur Reels Instagram terhadap budaya baca buku pada Generasi Z. *Al-Maktabah: Jurnal Kajian Ilmu dan Perpustakaan*, 10(2).
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 3(1).
- Rayyan, A., & Santosa, T. A. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai sarana komunikasi digital di kalangan milenial. *Jurnal Komunikasi Aurelia*, 5(2).

- Riyanto. (2017). Efektivitas media internet terhadap kepuasan khalayak media. *Jurnal Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33376/jk.v2i1.16>
- Suardana, I. K. P. (2021). Jurnalisme Hindu di era disrupsi media. *Communicare*, 2(2), 145–153.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, A., & Mayangsari, N. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118.
- Tamimi, F., & Munawaroh, S. (2024). Teknologi sebagai kegiatan manusia dalam era modern kehidupan masyarakat. *Saturnus: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(3).
- Ultavia, A. B., Jannati, P., & Malahati, F. (2023). Kualitatif: Memahami karakteristik penelitian sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2).
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi media baru sebagai media komunikasi dan teknologi informasi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram*, 4(1).
- Widjaja, G. (2025). Perubahan pola komunikasi masyarakat akibat penggunaan aplikasi pesan instan. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(1).
- Yulia, I. (2018). Optimasi penggunaan media sosial dalam pemasaran sosial dan komunikasi perubahan perilaku. *HEARTY: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2).
- Goodstats. (2024). *Inilah media sosial paling sering dipakai di Indonesia*. Diakses 25 April 2026, dari <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>