

STRATEGI PRODUKSI KONTEN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN TRANSPARANSI INFORMASI PUBLIK : STUDI KASUS PPID DISKOMINFO KOTA SUKABUMI

Muchamad Hanif Pratama Jaya¹, Sutisna Riyanto²
nifpratama@apps.ipb.ac.id¹, sutisnariyanto@gmail.com²
IPB University

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi melalui platform Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPID telah menerapkan pendekatan komunikasi yang interaktif dan partisipatif, tidak hanya sebagai penyampai informasi administratif, tetapi juga sebagai fasilitator dialog dua arah dengan masyarakat. Strategi komunikasi yang digunakan merujuk pada teori Cangara (2020), mencakup penetapan tujuan komunikasi, penyusunan pesan kontekstual, pemilihan media visual sesuai audiens digital, serta evaluasi keterlibatan publik melalui metrik digital. PPID juga menunjukkan kemampuan adaptif terhadap tantangan struktural dan aktif merespons masukan masyarakat, mencerminkan pola komunikasi yang terbuka dan dinamis. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi digital yang partisipatif mampu memperkuat kepercayaan publik serta mendukung keterbukaan informasi di era transformasi digital.

Kata Kunci: Komunikasi Publik, Media Digital, Partisipasi Masyarakat, Keterbukaan Informasi, PPID.

ABSTRACT

This study examines the public communication strategy implemented by the Information and Documentation Management Officer (PPID) of the Department of Communication and Informatics in Sukabumi City through the Instagram platform. The findings indicate that PPID has adopted an interactive and participatory communication approach, functioning not only as an administrative information provider but also as a facilitator of two-way dialogue with the public. The communication strategy follows Cangara's (2020) theory, encompassing the determination of communication goals, contextual message construction, selection of visual media tailored to digital audiences, and evaluation of public engagement through digital metrics. PPID also demonstrates adaptability to structural challenges and actively responds to public feedback, reflecting an open and dynamic communication model. These findings suggest that participatory digital communication can strengthen public trust and support information transparency in the digital transformation era.

Keywords: Public Communication, Digital Media, Public Participation, Information Transparency, PPID.

PENDAHULUAN

Transparansi informasi publik merupakan pilar fundamental dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance). Hal ini diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yang menegaskan bahwa setiap warga negara berhak mengakses informasi publik secara mudah, cepat, dan akurat. Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik juga menuntut badan publik, termasuk pemerintah daerah, untuk menyediakan informasi secara mendalam melalui format yang mudah dipahami. Tugas dan kewajiban menyebarluaskan informasi publik ini disampaikan dengan cara yang mudah diakses dan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. Pemerintah berperan untuk menyediakan media komunikasi yang cepat dalam menanggapi masukan ataupun kritik yang membangun sebagai media informasi publik, juga sarana komunikasi dan informasi yang transparan kepada masyarakat

diumumkan secara berkala, serta-merta dan tersedia setiap saat seperti yang dinyatakan dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik No. 14/2008.

Berdasarkan Peraturan UU Keterbukaan Informasi Publik No. 14/2008, informasi publik diklasifikasikan ke dalam dua kategori yakni informasi dipublikasikan dan informasi yang dikecualikan untuk mencegah adanya salah persepsi yang mengakibatkan missinformasi dan regulasi ini menjadi panduan para instansi, namun praktiknya masih banyak pemerintah daerah yang kurang optimal dalam memanfaatkan media komunikasi modern. Sebagai contoh, informasi seringkali disajikan dalam bentuk dokumen tekstual yang monoton, sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat dengan literasi terbatas atau generasi muda yang lebih akrab dengan konten visual. Konten visual hanya memenuhi prinsip transparansi, tetapi juga meningkatkan informasi melalui penyajian yang interaktif dan menarik. Kombinasi teks, visual, dan audio dalam konten multimedia mampu meningkatkan retensi pemahaman serta ketertarikan masyarakat (Wibowo & Widyasari, 2023).

Upaya untuk mengatasi keterbatasan penyajian informasi tersebut mendorong perlunya penghubung komunikasi yang lebih terintegrasi yakni dengan komunikasi organisasi publik. Komunikasi organisasi memiliki pengaruh untuk menciptakan suatu komunikasi yang baik hingga mampu mengambil atau mendapatkan dukungan dari luar organisasi, seperti peningkatan kepercayaan serta partisipasi publik yang telah menjadi kebutuhan masyarakat masa kini. Konteks komunikasi ini sejalan dengan proses penyebaran informasi yang terjadi dalam suatu organisasi bernama Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi yang menjalankan peran komunikasi dengan strategi produksi konten informasi dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) adalah pihak yang bertanggung jawab dalam menyimpan, mencatat, menyediakan, dan/atau mendistribusikan layanan informasi di lingkungan Pemerintah Kota Sukabumi. Salah satu tugas utama PPID adalah menyediakan informasi dan dokumen kepada publik. Selain itu, PPID juga bertugas untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, mengawasi, mendorong, dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan serta pelayanan informasi di berbagai instansi pemerintahan, seperti Badan/Dinas/OPD/BLUD/BUMD di lingkungan Pemerintah Kota Sukabumi (Sukabumi, 2021). PPID Kota Sukabumi memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu perangkat terpenting dalam menjalankan tugasnya menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Youtube, dan juga website resmi, PPID Kota Sukabumi dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dan informasi publik melalui media sosial serta informasi dapat disampaikan secara lebih visual dan menarik kepada masyarakat, sehingga mereka lebih mudah memahami serta mengakses informasi yang diberikan. Konten yang relevan, jelas, dan tepat waktu diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kota Sukabumi dan membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah dan masyarakat. Fungsi utama PPID Kota Sukabumi adalah memberikan akses informasi publik kepada masyarakat dengan memastikan transparansi dan keterbukaan informasi. PPID bertanggung jawab untuk menghimpun, menata, dan menyimpan informasi publik yang berasal dari seluruh OPD di Kota Sukabumi, baik dalam bentuk digital maupun fisik. Selain itu, PPID juga melaksanakan konsultasi terkait informasi publik, termasuk informasi yang bersifat terbuka maupun yang dikecualikan, serta memberikan pendampingan dalam penyelesaian sengketa informasi. (Sukabumi, 2021).

PPID Dinas Kominfo Kota Sukabumi menjadi contoh baik dalam memproduksi informasi layanan publik kegiatan pemerintah maupun non-pemerintah secara formal dan

informal, mereka berupaya menjembatani kesenjangan informasi. PPID Dinas Kominfo Kota memilih Instagram sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh We Are Social pada tahun 2024, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan total 100,9 juta pengguna setara dengan 36,2% dari total populasi Indonesia. Media sosial Instagram telah menjadi saluran komunikasi yang berguna dan semakin penting. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan berita dan informasi, masyarakat terus menerus menggunakan dan mengandalkan media sosial, berita dan informasi disebarluaskan melalui media sosial dan jejaring sosial, pembaca media massa semakin bertambah, rujukan ke tempat berita penting banyak yang bersumber dari media sosial. (Nainggolan et al. 2018)

Instagram adalah aplikasi media yang memungkinkan pengguna mengambil, berbagi, dan membagikan foto atau video dengan fitur tambahan seperti filter digital yang digunakan di berbagai jejaring sosial. Kini, Instagram digandrungi oleh hampir semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Kehadiran Instagram diterima oleh berbagai kalangan karena tersedianya berbagai fitur menarik seperti Instagram Stories, Reels, dan lainnya. Selain itu, Instagram juga merupakan media sosial yang dapat memberikan umpan balik berupa "like" ataupun komentar terhadap unggahan.

Melalui media sosial seperti Instagram, informasi dapat dibagikan, ditransmisikan dan dipublikasikan dengan efisien sehingga komunikasi melalui saluran media tersebut dalam hal membangun pengertian bersama antara instansi dengan publik mudah dicapai pada kasus ini yakni Instagram @diskominfo_sukabumikota. PPID berupaya mengolah informasi menjadi konten yang dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap Diskominfo Kota Sukabumi yang pada gilirannya dapat menunjang keterbukaan informasi publik.

Penelitian terdahulu belum secara spesifik mengkaji implementasi strategi produksi konten Instagram oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dalam konteks UU KIP. Misalnya, studi Yakub et. al. (2023) Strategi Kreatif Konten PPID Kota Semarang hanya terfokuskan dalam pengenalan informasi pelayanan melalui konten yang diproduksi, namun tidak dengan transparansinya. Sementara itu, riset We Are Social (2024) menyajikan data penggunaan Instagram di Indonesia secara umum, tetapi tidak menghubungkannya dengan efektivitas transparansi informasi publik oleh badan pemerintah. Oleh sebab itu, penelitian ini mengisi celah akademis dengan menganalisis bagaimana PPID Diskominfo Kota Sukabumi merancang konten Instagram untuk memenuhi prinsip keterbukaan informasi, termasuk aspek kreativitas visual, frekuensi unggahan, dan respons terhadap umpan balik masyarakat. Temuan ini diharapkan melengkapi kajian sebelumnya dengan perspektif praktis tentang integrasi media sosial dalam tata kelola informasi publik.

Tugas PPID merupakan suatu unsur penting dalam menunjang keterbukaan informasi publik Kominfo Kota Sukabumi sebagai salah satu lembaga pemerintahan. Esekusi yang baik dibutuhkan untuk menjalankan tugas sebaik mungkin. Berdasarkan latar belakang ini maka disusun penelitian yang magang berjudul "Strategi Produksi Konten Instagram Dalam Meningkatkan Transparansi Informasi Publik : Studi Kasus PPID Diskominfo Kota Sukabumi".

METODOLOGI

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, yakni proses berpikir yang mengambil kesimpulan umum dari sejumlah pengamatan atau fakta-fakta

khusus dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2018). Penelitian kualitatif biasanya deskriptif dan menggunakan analisis. Proses dan makna lebih terlihat. Untuk sesuai dengan keadaan di lapangan sebagai landasan teori digunakan sebagai pedoman (Mappasere, 2019).

Metode penelitian kualitatif deskriptif adalah metode yang berlandaskan pada pemikiran yang menganggap ilmu pengetahuan bukanlah sesuatu yang pasti dan sempurna, tanpa mengubah data variabel yang diteliti melalui wawancara langsung (Bahri, 2017). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis strategi produksi konten instagram dalam meningkatkan transparansi informasi publik oleh PPID Dinas Kominfo Kota Sukabumi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi merupakan bagian penting dalam proses penyampaian pesan yang terencana dan terarah untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Menurut Cangara (2020) menyebutkan strategi komunikasi merupakan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, yang mencakup penetapan tujuan komunikasi, penyusunan dan penyampaian pesan, pemilihan media yang tepat, serta evaluasi terhadap respon khalayak. Strategi komunikasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas menyampaikan pesan, tetapi mencakup proses perencanaan sistematis yang disesuaikan dengan karakteristik audiens dan situasi komunikasi. Komponen-komponen utama dari strategi komunikasi menurut Cangara (2020) meliputi:

1. Penetapan Tujuan Komunikasi, yakni menentukan efek atau hasil apa yang ingin dicapai dari proses komunikasi.
2. Identifikasi Khalayak Sasaran, untuk menyesuaikan bentuk pesan dan media dengan karakteristik audiens.
3. Penyusunan Pesan, yang menekankan isi, gaya bahasa, dan struktur informasi agar mudah dipahami dan menarik.
4. Pemilihan Media Komunikasi, yaitu menentukan saluran atau platform yang paling efektif menjangkau audiens.
5. Evaluasi dan Umpan Balik, untuk mengetahui sejauh mana pesan diterima, dipahami, dan menimbulkan efek yang diharapkan.

Strategi produksi konten Instagram oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Diskominfo Kota Sukabumi dipahami sebagai bagian dari implementasi strategi komunikasi publik. Produksi konten tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas visualisasi informasi, melainkan sebagai proses penyusunan pesan publik yang memperhatikan tahapan strategis di atas.

Tahapan produksi konten dimulai dari pengumpulan informasi dan identifikasi isu, dilanjutkan dengan penyusunan narasi yang sesuai dengan karakter pesan publik, lalu dituangkan dalam bentuk visual seperti infografis, foto, atau video. Pemilihan Instagram sebagai media utama mencerminkan pemahaman terhadap preferensi khalayak sasaran, yakni masyarakat digital yang cenderung responsif terhadap konten visual.

Evaluasi keberhasilan komunikasi dilakukan melalui pengamatan terhadap engagement publik (likes, shares, komentar) dan pemantauan rutin oleh pihak internal, sehingga memungkinkan adanya penyesuaian strategi berdasarkan hasil evaluasi. Hal ini memperkuat posisi strategi produksi konten sebagai bagian integral dari strategi komunikasi pemerintah dalam membangun keterbukaan informasi publik secara efektif dan adaptif. Sproduksi konten yang dilakukan oleh PPID Kota Sukabumi dapat dipahami sebagai manifestasi nyata dari strategi komunikasi, khususnya dalam konteks pelayanan informasi publik berbasis digital.

Strategi produksi konten Instagram yang dilakukan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan narasumber kepala bidang PPID yakni Riksan Satyaprawira, peneliti memperoleh gambaran mengenai tahapan strategi komunikasi yang digunakan dalam konteks digital, terutama melalui media sosial Instagram. Hasil ini kemudian dianalisis dan dibahas dengan mengacu pada konsep strategi komunikasi dan prinsip keterbukaan informasi publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. Landasan teori strategi komunikasi menurut Cangara (2020) yang terkait (2020) sebagai berikut :

Strategi Perencanaan dan Produksi Konten

PPID Kota Sukabumi melaksanakan strategi perencanaan dan produksi konten Instagram melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari pengumpulan data informasi yang relevan hingga pembentukan narasi pesan yang akan disampaikan kepada publik. Proses ini mencerminkan perencanaan komunikasi terstruktur yang menekankan pentingnya penyusunan pesan berdasarkan tujuan komunikasi, karakteristik audiens, serta pemilihan media yang sesuai.

Data yang akan dijadikan konten diambil melalui peliputan langsung oleh tim pranata humas, hasil penelusuran dari sumber resmi, atau dari agenda kegiatan pemerintah daerah yang sedang atau akan berlangsung. Setelah data dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah menyusun narasi informasi dengan mempertimbangkan pesan utama yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dalam tahap ini, PPID tidak hanya menyusun informasi secara tekstual, tetapi juga menentukan bentuk visualisasi yang paling tepat untuk menyampaikan pesan tersebut secara efektif.

“Kami menentukan apakah ini akan disajikan dalam bentuk konten foto, infografis ataupun video. Kalau misalkan rapat, ya cukup foto. Tapi kalau upacara atau ada penampilan kesenian, kami pakai reels.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya pertimbangan kontekstual dalam pemilihan format konten. Informasi yang bersifat dokumentatif atau administratif umumnya disajikan dalam bentuk foto dan caption, sementara kegiatan yang dinilai lebih atraktif atau memiliki unsur visual yang kuat disajikan dalam bentuk video pendek seperti reels. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual bagi pengguna media sosial, khususnya generasi muda yang menjadi target utama Instagram.

Strategi ini memperlihatkan pemahaman PPID terhadap pentingnya relevansi antara bentuk penyajian konten dan jenis informasi yang ingin disampaikan. Tidak semua informasi harus disampaikan dengan cara yang sama; bentuk dan gaya penyajian disesuaikan dengan substansi konten, waktu penyampaian, serta konteks sosial yang melingkupinya. Pendekatan ini selaras dengan teori strategi komunikasi, di mana efektivitas penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan isi pesan dan mediana dengan karakteristik audiens (Cangara, 2020).

Lebih lanjut, praktik ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak bersifat statis, tetapi dinamis dan fleksibel mengikuti perkembangan tren media serta kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, produksi konten oleh PPID bukan hanya soal menyampaikan informasi, melainkan juga soal membentuk persepsi publik terhadap pemerintah sebagai institusi yang informatif, terbuka, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Pemanfaatan Instagram sebagai Media Visual-Komunikatif

Instagram dipilih oleh PPID Kota Sukabumi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi publik karena platform ini dinilai paling sesuai dengan tren komunikasi digital saat ini, terutama dalam menjangkau generasi muda. Narasumber

menjelaskan bahwa akun Instagram PPID mulai diaktifkan pada tahun 2018, setelah sebelumnya fokus komunikasi publik lebih diarahkan melalui media sosial konvensional seperti Facebook dan Twitter. Peralihan ini dilakukan seiring dengan menurunnya dominasi Facebook dan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap media berbasis visual seperti Instagram.

“Instagram dipilih karena kami bisa lebih sesuai karakternya... lebih ke visual, foto atau video, dan lebih menjangkau anak-anak muda.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo 2025)

Pemanfaatan Instagram mencerminkan langkah strategis PPID dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku audiens dan teknologi komunikasi. Instagram, dengan fitur-fitur seperti feed, reels, story, dan IGTV, memberikan fleksibilitas dalam menyajikan informasi dengan tampilan visual yang menarik. Hal ini sejalan dengan karakteristik masyarakat digital saat ini, yang cenderung lebih responsif terhadap informasi berbentuk gambar, video pendek, dan visual dinamis dibandingkan teks panjang. Pemilihan Instagram sebagai media penyebaran informasi tidak semata karena popularitasnya, tetapi karena efektivitasnya dalam menyampaikan pesan secara cepat, menarik, dan mudah diakses.

Strategi ini juga merepresentasikan upaya PPID untuk memperluas jangkauan komunikasi publik secara horizontal, menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas dan beragam, termasuk generasi muda yang sebelumnya cenderung kurang tersentuh oleh komunikasi birokratis formal. Menurut Cangara (2020) pemilihan media menjadi salah satu komponen kunci dalam perencanaan komunikasi karena keberhasilan penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara media yang digunakan dengan karakteristik penerima pesan.

Penggunaan Instagram oleh PPID dapat dikaitkan dengan prinsip transparansi aktif sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Dalam prinsip ini, badan publik diwajibkan untuk secara aktif menyediakan informasi yang akurat, mudah diakses, dan dipublikasikan secara berkala tanpa perlu menunggu permintaan dari masyarakat dalam menyajikan konten informatif di Instagram, PPID tidak hanya memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga mendorong keterlibatan publik secara lebih partisipatif melalui kanal komunikasi yang familiar bagi masyarakat.

Melalui media sosial ini pula PPID memiliki kesempatan untuk membentuk citra institusi yang modern, terbuka, dan komunikatif. Pilihan untuk menggunakan Instagram dengan pendekatan visual komunikatif merupakan wujud transformasi pelayanan informasi publik dari pola penyampaian satu arah menuju komunikasi dua arah yang lebih dialogis dan responsif terhadap kebutuhan serta kebiasaan masyarakat digital.

Pendekatan Interaktif dan Keterlibatan Masyarakat

Meskipun akun dikelola oleh tim yang terbatas, PPID tetap mendorong adanya komunikasi dua arah. Hal ini terlihat dari respons yang diberikan terhadap komentar dan pesan langsung (DM) dari masyarakat. Kritik atau masukan dianggap sebagai bagian dari umpan balik yang membangun.

“Kalau ada masukan, kritik, atau ketidakpercayaan publik, kami jadikan pertimbangan. Pernah ada yang bilang layout-nya berantakan, kami langsung evaluasi dan rapikan.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo 2025)

Mengacu pada teori strategi komunikasi Cangara (2020), strategi komunikasi bukan hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga bagaimana merancang pesan agar dapat diterima secara efektif oleh khalayak sasaran. Strategi ini mencakup perencanaan komunikasi, penetapan tujuan, identifikasi audiens, pemilihan media, dan pengelolaan pesan secara sistematis. Dalam konteks ini, PPID telah menerapkan prinsip dasar strategi

komunikasi yaitu adaptasi pesan terhadap karakteristik khalayak. Mereka menyadari bahwa keterbukaan dan responsivitas adalah kunci untuk membangun kepercayaan publik dalam konteks transparansi informasi.

Strategi PPID dapat dikategorikan dalam pendekatan partisipatif dan persuasif, yang menurut Cangara bertujuan tidak hanya untuk menginformasikan, tetapi juga mengajak khalayak ikut serta dalam proses komunikasi. Partisipasi ini ditunjukkan dengan adanya ruang dialog dan keterlibatan aktif dari masyarakat, di mana kritik bukan dianggap sebagai ancaman, melainkan sebagai bagian dari proses evaluasi. Pengelolaan akun yang responsif memperlihatkan bahwa PPID tidak hanya berorientasi pada kepatuhan administratif terhadap keterbukaan informasi, tetapi juga berkomitmen terhadap komunikasi yang berorientasi pada pelayanan publik.

Selain itu, strategi komunikasi yang digunakan juga memperlihatkan sensitivitas terhadap konteks psikologis dan sosiokultural dari audiens digital, sebagaimana ditekankan oleh (Cangara, 2020) bahwa efektivitas pesan dipengaruhi oleh pemahaman terhadap kondisi sosial, budaya, dan ekspektasi khalayak. PPID Kota Sukabumi menyadari pentingnya membangun citra institusi yang terbuka dan akuntabel melalui konsistensi dalam merespons publik. Ketersediaan untuk mengevaluasi dan menyesuaikan konten menunjukkan bahwa komunikasi diposisikan sebagai proses dinamis, bukan aktivitas satu arah yang statis.

Strategi komunikasi PPID melalui Instagram tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi publik secara administratif, melainkan juga berfungsi sebagai sarana membangun kepercayaan publik. Interaksi yang dibangun dengan masyarakat melalui media sosial menjadi bagian dari praktik transparansi informasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan ekspektasi publik digital masa kini. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya terletak pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pengelolaan hubungan dengan publik secara berkelanjutan.

Kendala dan Upaya Penguatan Strategi

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh PPID Kota Sukabumi adalah keterbatasan koordinasi dengan OPD (Organisasi Perangkat Daerah), seperti dinas-dinas teknis, yang sejatinya menjadi sumber informasi utama untuk disebarluaskan kepada publik. Setiap OPD memiliki informasi spesifik terkait kebijakan, kegiatan, atau pelayanan publik yang menjadi domain mereka. Namun dalam praktiknya, tidak semua OPD secara aktif dan rutin menyampaikan informasi tersebut kepada PPID. Hal ini menyebabkan terjadinya keterlambatan dalam pengumpulan data dan ketidaksesuaian waktu antara peristiwa aktual dengan waktu publikasi konten.

“Informasi dari tiap OPD tidak selalu cepat atau lengkap. Jadi, kami kadang harus inisiatif cari data dulu.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo 2025)

Kondisi ini menandakan bahwa strategi komunikasi PPID masih menghadapi hambatan struktural internal dalam sistem birokrasi pemerintah daerah. Dalam kerangka teori strategi komunikasi, hambatan ini dapat dipahami sebagai bagian dari faktor lingkungan komunikasi yang memengaruhi efektivitas perencanaan dan distribusi pesan (Cangara, 2020). Kecepatan dan keakuratan informasi menjadi aspek krusial dalam komunikasi publik, terlebih di era digital yang menuntut real-time delivery dan kredibilitas informasi.

Namun demikian, PPID tidak bergantung sepenuhnya pada arus informasi vertikal dari OPD. Dalam upaya memperkuat strategi distribusi kontennya, PPID Kota Sukabumi menunjukkan inisiatif membangun kemitraan fleksibel dengan berbagai komunitas, kelompok masyarakat, serta instansi lain di luar struktur formal pemerintah. Beberapa informasi bahkan diperoleh melalui bentuk kolaborasi tidak resmi, seperti penandaan (tagging) akun Instagram PPID oleh pihak eksternal yang menyelenggarakan kegiatan

publik. Selama konten tersebut relevan dan mendukung fungsi pelayanan informasi pemerintah, PPID bersikap terbuka terhadap kolaborasi tersebut.

Strategi jejaring ini menjadi salah satu bentuk adaptasi komunikasi publik yang progresif. Melalui pendekatan yang lebih terbuka dan kolaboratif, PPID mampu memperluas jangkauan informasinya sekaligus meningkatkan partisipasi publik dalam proses diseminasi informasi. Hal ini mencerminkan penerapan strategi komunikasi yang responsif terhadap keterbatasan internal, serta kemampuan untuk membangun komunikasi dua arah secara lebih fleksibel dan partisipatif.

Evaluasi Efektivitas dan Indikator Keberhasilan

Evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi PPID Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi publik melalui Instagram dilakukan dengan memanfaatkan data digital yang tersedia dari fitur analitik platform, seperti jumlah likes, shares, komentar, serta pertumbuhan jumlah pengikut (followers). Metode evaluasi ini menitikberatkan pada indikator kuantitatif yang dikenal sebagai engagement metrics, yang umum digunakan dalam pengelolaan media sosial institusional untuk mengukur sejauh mana audiens terlibat atau bereaksi terhadap konten yang dipublikasikan.

“Kami mengandalkan data engagement. Kalau banyak yang like dan share, itu indikator bagus. Tapi kami sadar, belum ada data soal perubahan sikap.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo 2025)

Penggunaan indikator kuantitatif ini memberikan gambaran awal mengenai popularitas dan keterjangkauan pesan, namun belum mampu menangkap secara utuh efektivitas komunikasi dalam dimensi kualitatif, seperti perubahan pemahaman, peningkatan literasi informasi, atau tingkat kepercayaan publik terhadap institusi. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan evaluatif yang dilakukan masih bersifat output-based, belum menyentuh evaluasi outcome-based, yaitu efek komunikasi terhadap sikap dan perilaku masyarakat.

Namun demikian, penting dicatat bahwa adanya kesadaran dari pihak PPID terhadap keterbatasan pendekatan kuantitatif ini menunjukkan sikap reflektif dan progresif dalam proses evaluasi komunikasi publik. Kesadaran bahwa engagement digital bukan satu-satunya indikator keberhasilan, membuka ruang untuk pengembangan metode evaluasi yang lebih komprehensif di masa depan, misalnya dengan menyelenggarakan survei kepuasan publik, wawancara mendalam dengan audiens, atau analisis persepsi masyarakat terhadap informasi yang disebarkan.

Evaluasi merupakan tahap krusial yang tidak hanya berfungsi sebagai penutup dari rangkaian strategi, tetapi juga sebagai masukan untuk perbaikan strategi ke depan (Cangara, 2020). Evaluasi yang ideal harus mampu menjawab dua pertanyaan pokok: (1) apakah pesan telah sampai kepada audiens yang tepat, dan (2) apakah pesan tersebut berdampak terhadap pengetahuan, sikap, atau tindakan audiens. Indikator keberhasilan ideal bukan hanya diukur dari seberapa banyak informasi yang dilihat, tetapi juga dari seberapa besar informasi tersebut mampu meningkatkan kesadaran publik terhadap hak atas informasi dan mendorong keterlibatan aktif dalam proses pelayanan publik.

Meskipun saat ini PPID Kota Sukabumi belum memiliki sistem evaluasi formal berbasis dampak, penggunaan insight media sosial merupakan langkah awal yang strategis untuk memetakan efektivitas konten secara real-time. Ke depan, integrasi antara data digital dan analisis persepsi publik dapat menjadi bentuk pengembangan strategi evaluasi yang lebih holistik, untuk memastikan bahwa komunikasi publik tidak hanya tersampaikan, tetapi juga bermakna dan berdampak bagi masyarakat.

Konteks Hukum dan Tantangan Transparansi

PPID Dalam menjalankan fungsinya sebagai Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Diskominfo Kota Sukabumi mengacu pada Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Undang-undang ini mewajibkan setiap badan publik untuk menyediakan, memberikan, dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada di bawah kewenangannya secara transparan, tepat waktu, dan mudah diakses oleh masyarakat. Namun demikian, UU KIP juga menetapkan kategori informasi yang dikecualikan, yaitu informasi yang apabila dibuka dapat membahayakan negara, hak pribadi, atau kepentingan tertentu yang dilindungi oleh undang-undang lainnya.

“Kami harus edukasi masyarakat juga... enggak semua informasi bisa dibuka. Ada yang dikecualikan, misalnya data pribadi atau rahasia negara.” (Riksan Satyaprawira, Diskominfo 2025)

Pernyataan ini menggambarkan posisi dilematis yang sering dihadapi oleh PPID, yakni dalam menjembatani antara prinsip keterbukaan informasi dengan batasan-batasan legal yang harus dijaga. Di satu sisi, masyarakat semakin menuntut keterbukaan dan transparansi, terutama di era digital yang memungkinkan arus informasi mengalir begitu cepat dan luas. Di sisi lain, tidak semua informasi dapat disampaikan secara publik karena adanya aturan tentang perlindungan data pribadi, keamanan negara, dan privasi internal lembaga pemerintah.

Tantangan yang berkaitan erat dengan bagaimana pengelola informasi mampu menyusun pesan yang transparan namun tetap taat pada regulasi, sekaligus memberikan edukasi kepada publik agar memahami bahwa tidak semua bentuk informasi dapat disebarluaskan secara bebas. Tugas edukatif ini menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi publik karena membangun literasi informasi masyarakat, terutama dalam memahami hak dan batasan atas akses informasi. Tantangan transparansi juga muncul ketika persepsi publik terhadap keterbukaan informasi berbeda dengan definisi legal yang berlaku. Masyarakat sering kali menilai suatu informasi sebagai “tertutup” hanya karena tidak tersedia di media sosial atau tidak diberikan secara langsung, tanpa memahami bahwa proses permintaan informasi harus mengikuti prosedur administratif tertentu. Inilah pentingnya PPID membangun komunikasi dua arah yang tidak hanya bersifat responsif, tetapi juga proaktif dalam menjelaskan kebijakan informasi dan hak publik secara proporsional.

Kondisi tantangan itu pula dapat mencerminkan bahwa strategi komunikasi publik yang dilakukan PPID tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga memiliki fungsi kuratif dan preventif, yakni mencegah terjadinya misinformasi dan kesalahpahaman yang timbul akibat keterbatasan pemahaman masyarakat terhadap hukum keterbukaan informasi. Oleh karena itu, PPID perlu merancang konten komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif, misalnya melalui penjelasan infografis tentang jenis-jenis informasi dikecualikan, hak masyarakat sebagai pemohon informasi, serta mekanisme permintaan informasi publik yang benar.

Strategi komunikasi PPID tidak dapat dilepaskan dari konteks hukum yang membatasi sekaligus mengarahkan arah keterbukaan informasi, serta dari dinamika sosial yang membentuk ekspektasi publik terhadap transparansi. Edukasi publik, transparansi yang proporsional, dan komunikasi yang persuasif menjadi elemen kunci dalam menjawab tantangan ini di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Dinas Komunikasi dan Informatika

Kota Sukabumi, khususnya melalui platform Instagram, telah mengarah pada pendekatan interaktif dan partisipatif. PPID tidak hanya menyampaikan pesan secara administratif, tetapi juga membangun dialog dua arah dengan masyarakat sebagai bentuk nyata transparansi dan akuntabilitas pemerintah daerah. Proses produksi konten mencerminkan strategi komunikasi sistematis sesuai teori Cangara (2020), mulai dari penetapan tujuan, penyusunan pesan berbasis konteks, pemilihan media visual sesuai karakteristik audiens digital, hingga evaluasi keterlibatan publik melalui metrik engagement. Pemanfaatan Instagram didasarkan pada kesesuaian platform dengan preferensi masyarakat, terutama generasi muda, serta efektivitasnya dalam menyampaikan pesan visual secara cepat dan menarik.

PPID juga menunjukkan kemampuan adaptif terhadap tantangan struktural, seperti keterlambatan informasi dari OPD (Organisasi Perangkat Daerah) lain dengan membangun jejaring komunikasi fleksibel bersama komunitas dan pihak eksternal. Responsivitas terhadap komentar dan kritik dari masyarakat menandakan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan bersifat dinamis, terbuka terhadap umpan balik, dan siap melakukan penyesuaian konten. Secara keseluruhan, strategi komunikasi PPID Kota Sukabumi dapat dikategorikan sebagai pendekatan partisipatif yang mendorong keterlibatan aktif masyarakat, tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses komunikasi dua arah. Strategi ini menempatkan komunikasi digital sebagai alat membangun kepercayaan publik, memperkuat citra pemerintah yang terbuka, serta mendukung prinsip keterbukaan informasi publik di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, K., dan Desthiani, U. 2021. Peran Humas Sebagai Fungsi Publikasi Dalam Mensosialisasikan Kegiatan Survei Seismik PT Elnusa Tbk. *Jurnal Interaksi*. Vol 5(1): 42-48.
- Abugaza A., *Social Media Politica* (2013), Jakarta: Tali Writing & Publishing House), 16-17.
- Cangara H. (2020). Edisi Revisi *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ghazali M. (2016), *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), hlm 8
- Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia, Pustaka Utama 2001), h.31
- Hootsuite We Are Social. 2024. *Indonesia Digital Report*. [Diakses pada 04 Februari 2025].
- Informasi, T., Di, P., Pekanbaru, K., Pejabat, O., Dokumentasi, P.I., Komunikasi, D., Statistik, I., Pesrasandian, D., Marlinda, P., Wati, R.S., Lahamid, S., & Albintani, M. (2024). *Transparansi Informasi Publik Di Kota Pekanbaru Oleh Pejabat Pengelola Informasi Dokumentasi (PPID) Dinas Komunikasi Informatika Statistik Dan Pesrasandian Kota Pekanbaru*. *Jurnal Niara*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T., & Dellavalle, R. P. (2014). *Dermatology on Instagram*. *Dermatology Online Journal*, 20(7).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Statista. (2023) *Top Android apps by global downloads*. Statista. [Diakses pada 04 Februari 2025].
- Mulawarman M., Nurfitri A. D. (2017) *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. *Buletin Psikologi* Vol 25, No 1.
- Nainggolan, Vitri, Rondonuwu, Sintje A., Waleleng, Grace J. (2018) *PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO*. *JURNAL ACTA DIURNA*.
- Wibowo, Azizah K. & Widyasari W. (2023). Analisis Thumbnail Video dalam Meningkatkan Retensi Pengguna Youtube Melalui Pendekatan Desain Grafis yang Inovatif. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 309–321.
- Yakub, R., & Aprinta EB, G. (2023). *Strategi Kreatif Konten PPID Kota Semarang Dalam*

Memperkenalkan Informasi Layanan Melalui Media Sosial Instagram. *Janaloka : Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Yanuardi, & Permana, A. A. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Keuangan Pada Pt. Secret Discoveries Travel and Leisure Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika*, 1–7.