

Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4834>

Membangun Citra Pemerintah melalui Media Sosial: Strategi Komunikasi Pemprov Lampung di Era Digital

Sierta Putri Nurika ^{1*}, Nina Yudha Aiyanti ², Nanda Utaridah ³, Tina Kartika ⁴, Purwanto Putra ⁵

^{1*,2,3,4,5} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Lampung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

article info

Article history:

Received 8 July 2025

Received in revised form

20 July 2025

Accepted 30 September 2025

Available online January 2026.

Keywords:

Communication Strategy;

Social Media; Government

Image; Digital Governance;

Public Communication.

Kata Kunci:

Strategi Komunikasi; Media

Sosial; Citra Pemerintah; Tata

Kelola Digital; Komunikasi

Publik.

abstract

The development of information and communication technology has encouraged local governments to utilize social media as a strategic tool for delivering information, building a positive image, and establishing two-way communication with the public. This study aims to analyze the digital communication strategies implemented by the Provincial Government of Lampung in shaping a responsive and transparent government image in the digital era. This research employs a descriptive qualitative method, with data collection techniques including direct observation of the official social media accounts of the Provincial Government of Lampung, in-depth interviews with three key informants from the social media management team at the Department of Communication, Informatics, and Statistics, as well as documentation of uploaded digital content. The findings show that the Lampung Provincial Government actively produces and distributes informative and educational content, including government agendas, regional policies, and local cultural promotion. The content is presented in engaging visual formats, such as infographics and short videos, tailored to reach younger audiences. During one month of observation, the Instagram account @lampungprovgoind recorded 209,406 impressions, 5,089 interactions, and an increase of 395 new followers. Strategy evaluation is conducted through media analytics tools, public sentiment analysis, and regular issue monitoring. Although the strategy has shown positive results, challenges such as the spread of hoaxes, negative comments, limited human resources, and the influence of social media algorithms remain obstacles. Overall, the digital communication strategy of the Lampung Provincial Government has proven effective in strengthening public trust and building a government image that is open, modern, and adaptive.

abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pemerintah daerah untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana strategis dalam menyampaikan informasi, membangun citra positif, dan menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Pemerintah Provinsi Lampung dalam membentuk citra pemerintahan yang responsif dan transparan di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap akun media sosial resmi Pemprov Lampung, wawancara mendalam dengan tiga informan kunci dari tim pengelola media sosial di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik, serta dokumentasi konten digital yang diunggah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemprov Lampung secara aktif memproduksi dan mendistribusikan konten yang informatif dan edukatif, seperti agenda pemerintahan, kebijakan daerah, hingga promosi budaya lokal. Konten disajikan melalui format visual menarik, infografis, dan video pendek, yang disesuaikan untuk menjangkau generasi muda. Dalam satu bulan observasi, akun Instagram @lampungprovgoind mencatatkan 209.406 tayangan, 5.089 interaksi, dan penambahan 395 pengikut baru. Evaluasi strategi dilakukan melalui media analytics tools, analisis sentimen publik, serta pemantauan isu secara berkala. Meski strategi ini menunjukkan hasil yang positif, tantangan seperti penyebaran hoaks, komentar negatif, keterbatasan SDM, dan algoritma media sosial masih menjadi hambatan. Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital Pemprov Lampung terbukti efektif dalam memperkuat kepercayaan publik dan membangun citra pemerintahan yang terbuka, modern, dan adaptif.

Corresponding Author. Email: siertaputrinurika@gmail.com ^{1}.

Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

1. Pendahuluan

Membangun citra positif bagi sebuah lembaga bukanlah pekerjaan singkat. Proses tersebut menuntut kesinambungan, perencanaan yang matang, serta kemampuan memahami publik yang menjadi sasaran komunikasi. Persepsi masyarakat terhadap organisasi terbentuk melalui serangkaian interaksi dan pengalaman yang berlangsung terus-menerus. Menurut Soemirat dan Ardiyanto (2007), citra merupakan cara publik menilai suatu organisasi, baik dari perilaku, kebijakan, maupun cara lembaga tersebut berkomunikasi. Citra yang kuat lahir dari kepercayaan yang dibangun secara perlahan melalui penyampaian informasi yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam lembaga pemerintahan, citra publik berperan sebagai cerminan kepercayaan masyarakat terhadap tata kelola dan integritas penyelenggara negara. Seiring berkembangnya prinsip *Good Governance*, pemerintah dituntut untuk bersikap transparan, terbuka terhadap kritik, serta melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan (Ni Luh Putu Diah Desvi Arina *et al.*, 2023).

Dalam kerangka ini, fungsi hubungan masyarakat (humas) memegang peranan penting sebagai jembatan antara pemerintah dan publik. Melalui kegiatan komunikasi yang terarah, humas tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga berupaya menumbuhkan kepercayaan dan rasa memiliki masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara pemerintah berinteraksi dengan warga. Media sosial kini menjadi ruang publik baru yang memungkinkan komunikasi langsung, cepat, dan interaktif. Pemerintah dapat memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan pesan, menanggapi isu, serta membangun kedekatan dengan masyarakat. Media sosial juga menjadi sarana efektif bagi pemerintah daerah untuk menunjukkan kinerja, menyosialisasikan kebijakan, dan memperkuat hubungan dengan warga tanpa batas ruang dan waktu. Pemerintah Provinsi Lampung merupakan salah satu contoh daerah yang secara aktif memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan komunikasi publik. Pemanfaatan media sosial oleh Pemerintah Provinsi Lampung terlihat melalui aktivitas di berbagai kanal resmi, seperti

Instagram (@lampungprovgoi, @pemprovlampung), TikTok (@kominfotiklampung), Facebook (Pemprov Lampung), dan YouTube (Pemerintah Provinsi Lampung). Seluruh akun tersebut dikelola secara terpusat oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik bersama Bagian Humas. Melalui berbagai platform tersebut, pemerintah daerah berusaha memperkuat transparansi, mempercepat arus informasi, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital. Strategi komunikasi semacam ini mencerminkan perubahan paradigma birokrasi dari model yang tertutup menjadi lebih terbuka dan komunikatif. Dalam ruang digital, opini publik dapat terbentuk dengan cepat dan menyebar luas. Setiap pernyataan atau unggahan pemerintah berpotensi menimbulkan tanggapan beragam dari masyarakat. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat, pesan yang konsisten, serta kemampuan membaca dinamika percakapan publik secara akurat.

Pemerintah Provinsi Lampung menarik untuk diteliti karena menunjukkan upaya sistematis dalam menyesuaikan pola komunikasi publik terhadap perubahan perilaku masyarakat di era digital. Penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam membangun citra pemerintah. Kajian oleh Ni Luh Putu Diah Desvi Arina, I Wayan Wastawa, dan I Wayan Suyanta (2023) menegaskan bahwa penggunaan Instagram oleh pemerintah daerah mampu memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat. Sementara itu, penelitian Ramadhani Seriawan dan Badarudin Azarkasyi (2022) mengungkapkan bahwa aktivitas humas yang aktif dan terencana di media sosial berpengaruh langsung terhadap persepsi masyarakat terhadap lembaga pemerintah. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada wilayah perkotaan di Pulau Jawa, sehingga wilayah lain seperti Provinsi Lampung belum banyak dikaji. Kondisi tersebut membuka ruang penelitian baru mengenai strategi komunikasi digital pemerintah daerah di luar pusat pemerintahan nasional. Lampung, sebagai gerbang Sumatera dengan karakter sosial dan infrastruktur digital yang beragam, memberikan potret yang menarik untuk dianalisis. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi

Pemerintah Provinsi Lampung dalam membangun citra positif melalui media sosial. Kajian ini menelaah bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan dalam pengelolaan konten, pola interaksi dengan masyarakat, dan respons terhadap isu publik, dengan tujuan memahami sejauh mana langkah tersebut efektif dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah di era digital.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi humas Pemerintah Provinsi Lampung dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun citra positif pemerintahan daerah. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, karena penelitian ini menitikberatkan pada pemahaman terhadap proses dan makna di balik praktik komunikasi yang berlangsung dalam situasi nyata. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengamati dinamika sosial sebagaimana adanya dan menafsirkan makna dari setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana humas. Sebagaimana dijelaskan oleh Pujileksono (2015), penelitian kualitatif menjadikan latar alamiah sebagai sumber utama data dan menekankan proses yang sedang terjadi, bukan semata hasil akhir. Moleong (2014) juga menegaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami perilaku, persepsi, dan motivasi subjek secara menyeluruh melalui deskripsi verbal yang diperoleh dari lingkungan alami. Pendekatan ini memberi ruang bagi peneliti untuk menangkap pola komunikasi yang tidak selalu terlihat secara eksplisit namun berpengaruh terhadap citra publik. Menurut Djajasudarman (2010), metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran sistematis terhadap gejala sosial yang diamati. Pendekatan ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk menelusuri pola hubungan antarfenomena berdasarkan fakta lapangan. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena bertujuan menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan humas Pemprov Lampung dalam aktivitas digitalnya, khususnya melalui platform Instagram @pemprovlampung dan @lampungprovgoid.

Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui observasi partisipan, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi digital. Observasi partisipan dilakukan agar peneliti dapat memahami langsung bagaimana aktivitas komunikasi digital dilaksanakan. Dalam praktiknya, peneliti tidak hanya berperan sebagai pengamat pasif, tetapi juga turut mengikuti proses pengelolaan konten untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai pola kerja tim humas. Selama observasi, peneliti menelaah beberapa aspek penting, seperti jenis konten yang diunggah (informasi kebijakan, publikasi kegiatan, dan promosi daerah), gaya bahasa dan bentuk penyajian visual, tingkat interaksi audiens (jumlah suka, komentar, dan sebaran), serta konsistensi unggahan. Pengamatan dilakukan baik secara langsung maupun melalui data digital yang tersedia secara publik. Hasil observasi kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema komunikasi, seperti efektivitas visual, karakter pesan, serta interaksi publik terhadap unggahan. Selain observasi, peneliti juga melakukan wawancara semi-terstruktur dengan tiga informan utama yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Pemerintah Provinsi Lampung, yakni Risqi Febri Mutia (Pranata Humas), Tri Okta Restiyani (penelaah teknis kebijakan komunikasi publik), dan Cecillia Inezta Damayanti (konten kreator sekaligus operator media sosial). Ketiganya memiliki tanggung jawab pada perencanaan, produksi, serta distribusi konten setiap hari. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan daring, disesuaikan dengan ketersediaan waktu informan. Semua hasil wawancara direkam dan ditranskrip untuk dianalisis secara tematik menggunakan teknik coding. Panduan wawancara berisi pertanyaan terbuka mengenai proses perumusan strategi komunikasi, jenis konten yang dianggap efektif, tantangan yang dihadapi dalam menjaga interaksi publik, serta langkah tim dalam merespons isu-isu yang berkembang. Melalui wawancara ini, peneliti memperoleh pemahaman mengenai bagaimana strategi komunikasi digital dirancang dan dijalankan secara operasional oleh humas pemerintah daerah.

Objek Penelitian dan Pemilihan Informan

Objek penelitian mencakup aktivitas komunikasi digital Pemerintah Provinsi Lampung, citra pemerintah di ruang publik, serta strategi humas dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat

melalui media sosial. Berdasarkan pandangan Sugiyono (2019), objek penelitian merupakan segala hal yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk memperoleh data yang relevan. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2005). Dalam hal ini, informan yang dipilih adalah individu yang memiliki tanggung jawab dan pengetahuan langsung terkait pengelolaan komunikasi digital Pemprov Lampung. Selain itu, peneliti juga membuka kemungkinan snowball sampling apabila dibutuhkan informasi tambahan dari sumber lain yang direkomendasikan oleh informan utama.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data mengikuti tahapan yang dikemukakan oleh Sari dan Asmendri (2020), yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi dilakukan dengan menyeleksi, menyaring, serta menyusun ulang data agar fokus pada aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disusun dalam bentuk narasi tematik untuk memudahkan identifikasi pola dan kecenderungan. Hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis secara interaktif dengan menghubungkan temuan lapangan terhadap teori komunikasi digital dan strategi humas pemerintahan. Analisis dilakukan secara berulang hingga diperoleh makna yang stabil dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menilai efektivitas strategi komunikasi digital yang digunakan oleh Pemerintah Provinsi Lampung, termasuk kemampuan humas dalam mengelola isu publik, merespons interaksi warganet, serta menjaga konsistensi pesan di berbagai platform media sosial.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Pemerintah Provinsi Lampung merupakan unit kerja yang bertanggung jawab dalam bidang komunikasi publik serta penyelenggaraan kegiatan keprotokolan. Unit ini berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat melalui penyebaran informasi, publikasi program kerja, serta penyediaan

layanan kedinasan bagi pimpinan daerah. Dalam struktur birokrasi, fungsi publikasi dan pelayanan kehumasan memiliki posisi yang strategis karena menentukan bagaimana kebijakan pemerintah diterima dan dipahami oleh publik. Tugas utama Bagian Humas dan Protokol meliputi penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi yang bertujuan membangun citra positif Pemerintah Provinsi Lampung. Fungsi lainnya mencakup penyebaran informasi tentang program dan kebijakan daerah, pengelolaan komunikasi dengan pemangku kepentingan, serta penyediaan umpan balik publik sebagai dasar perumusan kebijakan. Selain itu, bagian ini juga bertanggung jawab mengoordinasikan kegiatan keprotokolan, administrasi kehumasan, dan pelayanan kedinasan kepada pimpinan daerah.

Penelitian ini memperoleh data utama melalui wawancara mendalam dengan Risqi Febri Mutia, Pranata Humas Ahli Pertama di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung, yang memiliki peran langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan komunikasi publik digital. Informasi tambahan juga diperoleh dari masyarakat yang aktif mengikuti akun media sosial resmi Pemprov Lampung. Pemilihan informan ini dilakukan berdasarkan pertimbangan relevansi dan kedekatan mereka terhadap proses komunikasi yang menjadi fokus penelitian. Dari hasil wawancara, terungkap bahwa strategi komunikasi digital Pemprov Lampung berfokus pada penyebaran informasi yang bersifat edukatif, informatif, dan partisipatif. Konten yang ditampilkan melalui akun resmi, seperti Instagram @lampungprovgoind dan @pemprovlampung_, tidak hanya berisi agenda kegiatan atau kebijakan pemerintah, tetapi juga memuat informasi seputar budaya lokal dan potensi daerah. Penyajian pesan dilakukan dalam bentuk visual yang menarik, seperti infografis, *reels*, serta video berdurasi singkat dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami. Strategi komunikasi yang diterapkan memperlihatkan orientasi pada segmen audiens muda yang aktif di media sosial. Tim humas berupaya menjaga keseimbangan antara fungsi informasi dan hiburan agar pesan pemerintah tidak terasa kaku. Pendekatan visual dan gaya bahasa yang lebih luwes dinilai efektif untuk meningkatkan keterlibatan publik. Dalam pelaksanaannya, tim komunikasi memanfaatkan kalender konten bulanan agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dengan

arah kebijakan daerah. Selain memproduksi konten, tim juga memantau tanggapan publik melalui kolom komentar, jumlah interaksi, serta data analitik media sosial. Setiap unggahan dievaluasi berdasarkan capaian jangkauan, respons audiens, dan tingkat partisipasi. Data tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan jenis konten yang paling efektif pada periode berikutnya. Praktik ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi adaptif, di mana pemerintah belajar dari pola interaksi publik untuk memperbaiki strategi pesan yang akan datang. Dari pengamatan lapangan, terlihat bahwa Pemerintah Provinsi Lampung mampu menjaga ritme komunikasi digital yang stabil. Unggahan dilakukan secara rutin dan menampilkan variasi tema, mulai dari kegiatan pemerintahan, informasi layanan publik, hingga promosi pariwisata. Pendekatan yang humanis membuat citra pemerintah lebih dekat dengan masyarakat. Aktivitas digital semacam ini menjadi bagian dari upaya memperkuat transparansi dan menumbuhkan rasa percaya terhadap pemerintah daerah.



Gambar 1. Akun Instagram Pemerintah Provinsi Lampung

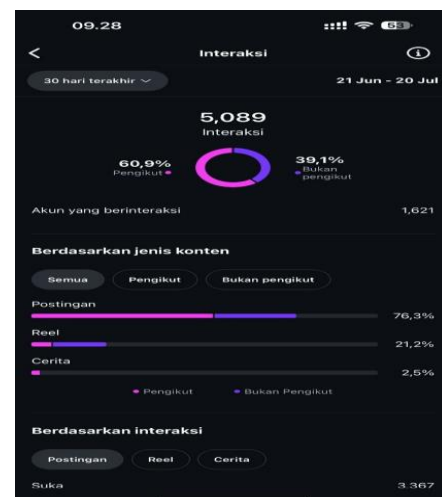
Akun Instagram resmi Pemerintah Provinsi Lampung, yaitu @lampungprovgoid, menunjukkan aktivitas yang cukup tinggi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Berdasarkan data dasbor

profesional periode 21 Juni – 20 Juli, tercatat sebanyak 209.406 tayangan dan 5.089 interaksi, dengan pertumbuhan pengikut sebanyak 395 akun baru, sehingga total pengikut mencapai 6.289 akun. Dalam 30 hari terakhir, akun ini juga telah membagikan 173 konten, yang terdiri atas berbagai format seperti postingan, reels, dan cerita (*story*). Angka ini menandakan konsistensi tim humas dalam menghadirkan konten secara rutin dan variatif untuk membangun citra pemerintah yang aktif, informatif, dan responsif.



Gamnar 2. Insight Instagram

Dalam periode 21 Juni–20 Juli, akun ini mencatat 209.400 tayangan dan 5.100 interaksi, menunjukkan keterlibatan yang tinggi. Konten yang dibagikan sebanyak 173 unggahan, serta mengalami penambahan 395 pengikut baru, yang mencerminkan tren pertumbuhan positif dan penerimaan publik yang baik terhadap konten yang disajikan.



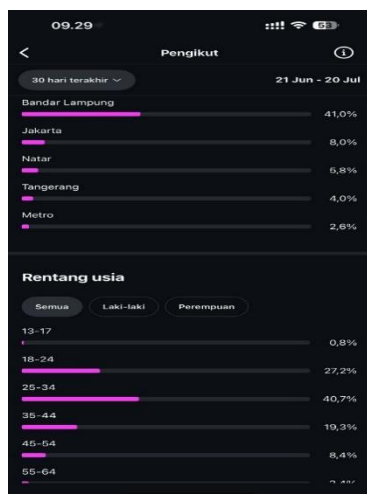
Gambar 3. Interaksi

Sebanyak 5.089 interaksi tercatat, dengan 60,9% berasal dari pengikut dan 39,1% dari non-pengikut, artinya konten juga menjangkau audiens baru. Interaksi tertinggi berasal dari postingan biasa (76,3%), diikuti reels (21,2%), dan story (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa format postingan statis masih paling efektif untuk menjangkau dan mengundang respons dari pengguna.



Gambar 4. Total Tayangan

Total 209.406 tayangan dengan 56,2% berasal dari bukan pengikut, memperlihatkan daya jangkauan luas dan potensi pertumbuhan audiens. Dari sisi format, postingan menyumbang 81,4% tayangan, cerita 9,7%, dan reels 8,9%, konsisten dengan pola interaksi sebelumnya.



Gambar 5. Pengikut

Sebagian besar pengikut berasal dari Bandar Lampung (41%), diikuti Jakarta (8%), Natar (5,8%), Tangerang (4%), dan Metro (2,6%). Dari sisi usia, mayoritas pengikut berada pada rentang 25–34 tahun (40,7%) dan 18–24 tahun (27,2%), yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pemprov Lampung efektif menjangkau generasi muda dan usia produktif segmen yang krusial dalam pembentukan persepsi digital.



Gambar 6. Pertambahan Pengikut

Dalam satu bulan terakhir, akun mengalami pertumbuhan +5,3% dibanding bulan sebelumnya, dengan 304 pengikut bertambah, 379 mengikuti akun baru, dan 75 berhenti mengikuti. Grafik harian juga menunjukkan adanya lonjakan pengikut pada beberapa hari tertentu, kemungkinan berkaitan dengan isu/konten tertentu yang sedang viral. Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram resmi Pemerintah Provinsi Lampung (@lampungprovgoi), terlihat bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan menunjukkan efektivitas dalam membangun citra positif di era digital. Dalam periode 21 Juni hingga 20 Juli, akun ini mencatatkan 209.406 tayangan dan 5.089 interaksi, dengan penambahan 395 pengikut baru. Mayoritas interaksi dan tayangan berasal dari format konten statis (postingan), yang menyumbang lebih dari 75% aktivitas pengguna, menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui desain visual dan caption informatif berhasil menarik perhatian publik. Selain itu, keterlibatan pengguna tidak hanya berasal dari pengikut tetap, tetapi juga dari audiens baru (39,1%

interaksi dan 56,2% tayangan dari non-pengikut), yang menandakan daya jangkau konten meluas di luar komunitas inti. Komposisi demografis pengikut didominasi oleh usia 25–34 tahun (40,7%) dan 18–24 tahun (27,2%), serta berasal dari daerah strategis seperti Bandar Lampung, Jakarta, dan Tangerang. Fakta ini memperlihatkan bahwa strategi digital Pemprov Lampung telah berhasil menjangkau segmen masyarakat muda dan produktif, yang merupakan kunci dalam pembentukan persepsi publik di ruang digital. Dengan pendekatan yang konsisten, visual menarik, dan konten relevan, akun ini tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga sarana penguatan citra pemerintah yang responsif, modern, dan komunikatif. Pengelolaan komunikasi digital dilakukan oleh tim khusus, di mana masing-masing platform media sosial memiliki operator yang bertanggung jawab, sehingga konten dapat diunggah dan dikelola secara profesional dan terkoordinasi. Target utama dari komunikasi digital ini mencakup seluruh lapisan masyarakat pengguna media sosial di Provinsi Lampung tanpa pembatasan kelompok tertentu. Aktivitas media sosial yang dijalankan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi resmi, cepat, dan akurat terkait kebijakan, program, maupun capaian pemerintah, tetapi juga menjadi wahana strategis untuk membangun interaksi, komunikasi dua arah, serta menumbuhkan kepercayaan publik.

Melalui narasi yang transparan, responsif, dan empatik, Pemprov Lampung berupaya menciptakan citra pemerintahan yang terbuka sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai program pembangunan, termasuk melalui kampanye publik, survei, dan kegiatan partisipatif lain. Dalam mengukur efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, Pemprov Lampung memanfaatkan berbagai media analytics tools seperti Facebook Insights, Instagram Insights, dan X Analytics untuk memantau kinerja konten. Selain itu, evaluasi persepsi publik dilakukan melalui analisis sentimen di kolom komentar, ulasan masyarakat, pemetaan isu dominan, serta evaluasi internal Diskominfo yang mencakup indikator capaian keterlibatan dan relevansi konten dengan prioritas pembangunan daerah. Proses evaluasi secara rutin dilakukan setiap bulan atau triwulan guna memastikan efektivitas komunikasi. Namun, dalam praktiknya terdapat

sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi, maraknya komentar negatif dan kritik, penyebaran hoaks, tuntutan konsistensi konten, hingga batasan etika dan regulasi platform digital. Ketergantungan pada algoritma media sosial juga menjadi faktor yang memengaruhi jangkauan pesan. Pemprov Lampung pernah mengalami krisis citra, seperti saat konten mengenai kondisi jalan rusak menjadi viral. Strategi penanganan dilakukan dengan menyampaikan klarifikasi secara terbuka, permohonan maaf oleh kepala daerah, serta memperbanyak informasi mengenai progres perbaikan secara berkala untuk memulihkan kepercayaan publik. Pedoman Pemanfaatan Media Sosial bagi Instansi Pemerintah juga menegaskan berbagai manfaat yang dapat diperoleh dalam konteks kegiatan kehumasan pemerintah. Dalam pedoman tersebut disebutkan bahwa media sosial berfungsi untuk: (a) menyebarluaskan informasi pemerintahan agar dapat menjangkau masyarakat secara luas; (b) memperkuat peran aparatur negara bersama masyarakat melalui interaksi digital; (c) mensosialisasikan strategi serta arah pembangunan di masa mendatang; (d) menciptakan ruang interaksi antara pemerintah dan publik; (e) meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah; dan (f) menghimpun aspirasi, opini, serta masukan masyarakat mengenai kebijakan dan program yang dijalankan. (Yosal Iriantara, 2019)

Meski demikian, pemanfaatan media sosial oleh humas pemerintah harus tetap berpedoman pada prinsip-prinsip tertentu sebagaimana tercantum dalam Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, yaitu: (a) kredibel, yang berarti menjaga kepercayaan publik melalui penyampaian informasi yang akurat, seimbang, dan mewakili institusi; (b) integritas, yaitu bersikap jujur dan berpegang pada etika komunikasi publik; (c) profesional, dengan mengutamakan kompetensi, pengetahuan, dan keterampilan di bidangnya; (d) responsif, yakni mampu merespons masukan secara cepat dan tepat sasaran; (e) terintegrasi, yaitu memastikan penggunaan media sosial selaras dengan media komunikasi lain baik daring (online) maupun luring (offline); dan (f) keterwakilan, artinya pesan yang disampaikan mencerminkan kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan individu atau kelompok tertentu.

Humas pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka menjalankan tugas penyebaran informasi mengenai kebijakan, program, dan berbagai kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat (Herlina, 2015). Humas pemerintah memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan menjelaskan kebijakan, tindakan, serta aktivitas tertentu dalam pelaksanaan tugas pemerintahan. Kegiatan ini mencakup penyampaian informasi secara rutin mengenai kebijakan, rencana kerja, serta hasil-hasil kinerja institusi, sekaligus memberikan pemahaman kepada masyarakat dan pejabat di lingkungan instansi mengenai peraturan perundang-undangan maupun berbagai kebijakan lainnya. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Lampung dapat dikatakan telah melaksanakan tugasnya dengan baik, khususnya dalam hal pengelolaan informasi dan penyajian berita yang akan disampaikan kepada masyarakat. Dengan mengolah informasi seputar Pemerintah Provinsi Lampung secara positif, maka informasi yang diterima masyarakat pun bersifat positif, sehingga pada akhirnya turut membentuk citra pemerintah yang baik.

Dalam hal ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Lampung memegang peran penting dalam tugas pokok dan fungsi di bidang kehumasan, sebagaimana diatur dalam peraturan perundangan yang berlaku. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Naila Ahmad *et al.* (2024) (Ahmad *et al.*, 2024) yang menganalisis strategi komunikasi politik Ridwan Kamil di Instagram menjelang Pilgub DKI Jakarta 2024. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya penggunaan konten visual yang menarik, interaksi dua arah, dan respons terhadap isu lokal dalam membentuk citra positif di ruang digital. Hal serupa ditemukan dalam akun Instagram @lampungprovgoid, di mana konten visual yang konsisten dan komunikatif menjadi kunci dalam membangun kedekatan dengan publik, khususnya generasi muda. Selain itu, penelitian Fatony (2025) (Fatony, 2025) menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital pemerintah daerah juga dapat digunakan untuk membentuk citra budaya lokal melalui narasi yang kontekstual dan autentik. Temuan ini memperkuat hasil observasi pada akun media sosial Pemprov Lampung yang tidak hanya menyampaikan informasi pemerintahan, tetapi juga

mengangkat kekayaan lokal dan identitas daerah, seperti promosi produk unggulan dan kearifan lokal. Sementara itu, penelitian Dedi Supriyanto, Nuryanti, dan Agoeng Noegroho (2024) (Supriyanto *et al.*, 2024) menyoroti peran media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik. Mereka menekankan bahwa interaksi aktif dan penyampaian informasi secara transparan mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah. Hasil ini relevan dengan strategi digital yang diterapkan oleh Pemprov Lampung, yang secara aktif merespons isu publik dan menyampaikan capaian program pemerintah secara terbuka melalui berbagai kanal digital, sehingga memperkuat citra sebagai pemerintah yang responsif dan akuntabel. Menurut pakar humas internasional Cutlip & Center, serta Canfield (Ruslan, 2006), fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut.

Pertama, menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Lampung dalam hal ini melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai kewenangan yang diberikan, guna mewujudkan visi dan harapan pemerintah daerah agar semakin baik. Kedua, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik sasaran. Dalam praktiknya, dinas ini membangun komunikasi yang baik dengan seluruh unsur pemerintah maupun masyarakat, termasuk dengan mendengarkan aspirasi dan masukan publik secara terbuka. Ketiga, mengidentifikasi berbagai hal yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi atau sebaliknya. Pendapat dan persepsi yang muncul dari masyarakat maupun dari internal instansi diidentifikasi secara cermat agar dapat dijadikan masukan perbaikan di masa mendatang. Keempat, melayani keinginan publik dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tercapainya tujuan dan manfaat bersama. Dalam konteks ini, masyarakat dapat menyampaikan saran dan kritik melalui berbagai kanal, termasuk secara langsung di kantor Dinas Komunikasi maupun melalui website resmi. Kelima, menciptakan komunikasi dua arah yang timbal balik, serta mengelola arus informasi, publikasi, dan pesan dari organisasi kepada publik maupun sebaliknya, demi terwujudnya citra positif bagi kedua belah pihak. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Lampung senantiasa menjaga komunikasi

dua arah, baik dengan antarpegawai maupun dengan masyarakat luas. Keenam, berperan dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis untuk mendukung stabilitas serta keamanan pembangunan daerah dalam jangka pendek maupun panjang. Dalam pelaksanaan tugasnya, Dinas Komunikasi dan Informatika turut menciptakan stabilitas di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung.

Pembahasan

Strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Lampung melalui media sosial memperlihatkan bagaimana peran humas pemerintah berevolusi dari sekadar penyampai informasi menjadi pengelola hubungan publik yang aktif. Media sosial digunakan tidak hanya sebagai saluran distribusi pesan, tetapi juga sebagai ruang dialog yang mempertemukan pemerintah dengan warganya. Pola komunikasi yang diterapkan menunjukkan upaya untuk menciptakan hubungan yang lebih setara antara penguasa dan masyarakat, di mana komunikasi tidak lagi bersifat satu arah sebagaimana model birokratis pada masa lalu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran akun resmi Pemerintah Provinsi Lampung di berbagai platform digital terutama Instagram berfungsi sebagai sarana utama membangun kepercayaan publik. Konten yang disusun tidak terbatas pada kegiatan seremonial pemerintah, tetapi juga mencakup pesan-pesan edukatif, promosi kebijakan publik, serta informasi tentang potensi daerah.

Hal ini sejalan dengan pandangan Cutlip dan Center (dalam Ruslan, 2006) yang menyebutkan bahwa komunikasi publik yang efektif harus mampu menumbuhkan pemahaman, bukan sekadar memberi tahu. Pemprov Lampung tampak memahami prinsip ini dengan memanfaatkan pendekatan visual dan naratif yang lebih dekat dengan gaya komunikasi masyarakat digital. Konsistensi dalam memproduksi konten menjadi salah satu faktor penting yang menjaga citra pemerintah di ruang publik. Berdasarkan data observasi, frekuensi unggahan yang tinggi serta penggunaan desain yang seragam membentuk kesan profesional dan terencana. Strategi ini memperlihatkan penerapan prinsip manajemen komunikasi yang sistematis: pesan dirancang, dikemas, dan dikontrol agar tetap sejalan dengan citra yang ingin dibangun. Hasilnya, akun

resmi Pemprov Lampung mencatat peningkatan jangkauan audiens dan keterlibatan publik yang cukup signifikan. Pemanfaatan data analitik dalam mengevaluasi performa media sosial juga mencerminkan perubahan budaya kerja humas pemerintahan yang semakin adaptif terhadap teknologi. Evaluasi berbasis data memungkinkan tim humas memahami perilaku audiens dan menyesuaikan strategi komunikasi sesuai tren publik. Pendekatan ini berkesinambungan dengan prinsip *two-way symmetrical model* yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt—di mana komunikasi yang ideal adalah komunikasi dua arah yang saling menyesuaikan antara organisasi dan publik. Dalam praktiknya, Pemprov Lampung berupaya mempertahankan keseimbangan antara penyampaian pesan dan respons terhadap tanggapan masyarakat, baik berupa komentar, kritik, maupun pertanyaan yang muncul di media sosial. Kehadiran media sosial juga menghadirkan tantangan baru bagi humas pemerintah. Arus informasi yang cepat membuat isu dapat berkembang dalam hitungan jam. Pemerintah harus sigap merespons isu sensitif agar tidak berkembang menjadi krisis citra.

Pengalaman Pemprov Lampung saat menghadapi keluhan publik terkait kondisi infrastruktur menjadi contoh konkret bagaimana komunikasi krisis dijalankan. Tindakan klarifikasi terbuka dan penyampaian progres perbaikan secara berkala berhasil menekan potensi negatif yang lebih luas. Respons semacam ini memperlihatkan kematangan institusi dalam menerapkan prinsip akuntabilitas dan transparansi di ruang digital. Dari sisi komunikasi publik, strategi yang diterapkan oleh Pemprov Lampung juga menunjukkan pergeseran dari pola *government-centric* menjadi *citizen-oriented*. Pemerintah tidak lagi sekadar mengumumkan kebijakan, tetapi juga mendengarkan opini dan aspirasi masyarakat. Dengan melibatkan warga dalam ruang dialog digital, humas berperan sebagai fasilitator antara kebijakan dan kebutuhan masyarakat. Hal ini memperkuat nilai kepercayaan (*trust*) dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang menjadi fondasi citra positif pemerintah daerah. Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan atau keindahan visual, tetapi terutama pada kejelasan pesan dan relevansi isi. Setiap unggahan yang memuat informasi publik, seperti agenda pembangunan atau

kebijakan layanan masyarakat, berfungsi sebagai bukti keterbukaan pemerintah. Di sisi lain, konten dengan nuansa local seperti promosi budaya dan kuliner Lampung mampu menumbuhkan kebanggaan daerah yang berimplikasi pada citra kolektif positif. Dengan kata lain, media sosial bukan hanya alat promosi, tetapi juga medium representasi identitas daerah. Namun, efektivitas strategi komunikasi digital pemerintah tetap bergantung pada kesiapan sumber daya manusia.

Tantangan seperti keterbatasan tenaga ahli, kecepatan perubahan algoritma platform, dan penyebaran informasi yang tidak benar menuntut peningkatan kapasitas dan koordinasi yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, pelatihan komunikasi digital, analisis media, serta manajemen isu menjadi kebutuhan yang mendesak bagi humas pemerintahan agar dapat menjaga keberlanjutan strategi komunikasi di masa depan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Lampung telah memanfaatkan media sosial secara strategis untuk memperkuat hubungan dengan publik. Melalui pengelolaan konten yang terencana, pemantauan interaksi publik, serta respons yang terbuka terhadap isu sosial, pemerintah daerah berhasil membangun citra sebagai lembaga yang adaptif dan komunikatif. Temuan ini sejalan dengan prinsip *Good Governance*, di mana transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas menjadi dasar dalam setiap bentuk komunikasi publik yang dijalankan.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Lampung melalui media sosial telah berperan penting dalam membentuk citra pemerintahan yang positif dan adaptif terhadap perubahan zaman. Pemprov Lampung menunjukkan komitmen yang kuat dalam menjaga konsistensi penyampaian pesan melalui berbagai platform digital, khususnya Instagram, dengan menghadirkan konten yang beragam, informatif, dan dikemas secara visual menarik. Pendekatan komunikasi ini berhasil menjangkau masyarakat luas, terutama kalangan muda yang aktif di media sosial, serta mencerminkan

pemahaman terhadap karakteristik komunikasi publik modern yang menekankan kecepatan, transparansi, dan partisipasi dua arah. Pengelolaan akun dilakukan secara profesional oleh tim khusus yang mengatur setiap platform secara terencana, sehingga pesan yang disampaikan tetap seragam dengan arah kebijakan daerah. Aktivitas komunikasi digital ini bukan hanya bertujuan memberi informasi, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara pemerintah dan masyarakat, membangun rasa percaya, serta meningkatkan partisipasi publik dalam program pembangunan daerah. Efektivitas strategi komunikasi tersebut juga terlihat dari penggunaan alat analisis media (*media analytics tools*), pemantauan interaksi publik, dan analisis sentimen masyarakat yang dilakukan secara rutin. Pemerintah Provinsi Lampung mampu menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan hasil evaluasi tersebut, termasuk ketika menghadapi isu publik yang sensitif seperti kritik terhadap infrastruktur daerah. Respons terbuka yang dilakukan melalui klarifikasi langsung dan penyampaian informasi lanjutan menunjukkan kesiapan pemerintah dalam mengelola komunikasi krisis secara transparan. Meski demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah hambatan, seperti keterbatasan sumber daya manusia di bidang komunikasi digital, tantangan dalam adaptasi teknologi yang terus berubah, serta pengaruh algoritma media sosial yang tidak selalu dapat dikendalikan. Faktor-faktor tersebut menuntut adanya peningkatan kompetensi dan inovasi dalam pengelolaan komunikasi publik di masa mendatang.

Sebagai langkah penguatan, strategi komunikasi digital Pemprov Lampung ke depan sebaiknya diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan rutin di bidang manajemen konten digital, desain komunikasi visual, serta pengelolaan krisis di media sosial. Pemerintah juga perlu memanfaatkan teknologi terkini seperti sistem *social media listening*, *automated response*, dan analitik berbasis data waktu nyata untuk memahami dinamika opini publik dengan lebih cepat. Selain itu, penyusunan kebijakan komunikasi digital yang lebih adaptif dan sensitif terhadap isu sosial akan membantu menjaga kredibilitas pemerintah di ruang publik. Upaya pelibatan masyarakat juga perlu diperluas melalui forum daring, fitur jajak pendapat, dan sesi tanya jawab interaktif agar komunikasi pemerintah tidak

bersifat satu arah. Dengan langkah-langkah tersebut, Pemerintah Provinsi Lampung berpotensi mempertahankan bahkan meningkatkan efektivitas komunikasi digitalnya sebagai bagian dari penyelenggaraan pemerintahan yang terbuka, tanggap, dan berpihak pada kebutuhan masyarakat.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada seluruh jajaran Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung atas dukungan dan kontribusinya dalam pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan khusus ditujukan kepada Ibu Risqi Febri Mutia selaku Humas Dinas Kominfotik yang telah berkenan menjadi informan dalam penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada semua pihak yang turut membantu kelancaran proses penelitian ini. Penulisan ini disusun oleh Nina Yudha Aiyanti, Nanda Utaridah, Tina Kartika, dan Purwanto Putra.

6. Daftar Pustaka

- Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis strategi komunikasi politik Ridwan Kamil di media sosial instagram dalam membangun citra diri menuju pilgub DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 17-17. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1992>.
- Arina, N. L. P. D. D., Wastawa, I. W., & Suyanta, I. W. (2023). Strategi komunikasi humas melalui media sosial Instagram dalam membangun citra positif Pemerintah Kota Denpasar. *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu*, 3(1), 444-453. <https://doi.org/10.25078/anubhava.v3i1.2808>.
- Djajasudarma, F. (2010). Metode linguistik: Ancangan metode penelitian dan kajian.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan media sosial Instagram dalam membangun citra positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13-27.
- Fatony, F. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Membangun Citra Budaya Lokal: Studi pada Akun Media Sosial Pemerintah Daerah. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Studies Global*, 1(1), 27-33.
- Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(3). <https://doi.org/10.33366/jisip.v4i3.132>.
- Iriantara, Y. (2019). *Humas Pemerintah 4.0. Media Nusantara*, 16 (1), 13-26.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2014). Metodologi penelitian kualitatif.
- Pujileksono, S. (2015). Metode penelitian komunikasi kualitatif.
- Rosady Ruslan, S. M. (2012). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal penelitian bidang IPA dan pendidikan IPA*, 6(1), 41-53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007). Dasar-Dasar Public Relation Cetakan kelima, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.
- Sugiyono, S. (2015). Metode penelitian & pengembangan research and development. *Bandung: Alfabeta*.
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 7796-7810. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>.