



Strategi Komunikasi Digital Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik DKI Jakarta dalam Penyebaran Informasi Publik melalui Media Sosial Instagram @katakotajakarta

Khansa Deliyah^{1*}, Hudi Santoso²

¹⁻²Institut Pertanian Bogor, Indonesia

Email: kansa23o6@gmail.com^{1*}, hudisantoso@apps.ipb.ac.id²

*Korespondensi penulis: kansa23o6@gmail.com¹

Abstract. *This study aims to analyze the digital communication strategy implemented by the Jakarta Communication, Informatics, and Statistics Office (Diskominfotik) in the dissemination of public information through the @katakotajakarta Instagram account. The research method uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of observation, interviews, and literature studies. The results of the study show that there is a shift in communication patterns from one direction to a more interactive two-way, characterized by the use of visual content, the use of casual language, and systematic content planning. The use of the Reels feature has proven to be effective in increasing audience reach, especially from non-followers. However, the challenges faced include fluctuations in engagement and the risk of information overload that can reduce the effectiveness of communication. This study concludes that adaptive and data-based digital communication strategies are able to increase the effectiveness of public communication and strengthen the relationship between the government and the community. These findings provide practical implications for the management of public communication in the digital era, especially in utilizing social media as an interactive means that support transparency and public participation.*

Keywords: *Digital Communication; Instagram; Local Government; Public Communication; Social Media.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfotik) DKI Jakarta dalam penyebaran informasi publik melalui akun Instagram @katakotajakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi dari satu arah menjadi dua arah yang lebih interaktif, ditandai dengan pemanfaatan konten visual, penggunaan bahasa kasual, serta perencanaan konten yang sistematis. Pemanfaatan fitur *Reels* terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan audiens, khususnya dari kalangan *non-followers*. Namun demikian, tantangan yang dihadapi meliputi fluktuasi *engagement* dan risiko *information overload* yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang adaptif dan berbasis data mampu meningkatkan efektivitas komunikasi publik serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan komunikasi publik di era digital, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana interaktif yang mendukung transparansi dan partisipasi masyarakat.

Kata kunci: Instagram; Komunikasi Digital; Komunikasi Publik; Media Sosial; Pemerintah Daerah.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Perubahan tersebut ditandai dengan pergeseran dari komunikasi satu arah yang konvensional menuju komunikasi dua arah yang lebih terbuka, cepat, dan interaktif melalui media digital. Media sosial menjadi salah satu platform utama dalam proses tersebut karena kemampuannya menjangkau masyarakat secara luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Nasrullah (2015), media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana

penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi partisipatif antara pengelola informasi dan khalayak.

Konteks pemerintahan menempatkan komunikasi publik sebagai elemen strategis dalam mendukung tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Komunikasi publik yang efektif mampu meningkatkan transparansi, memperkuat akuntabilitas, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan dan pengambilan kebijakan. Pemerintah tidak hanya dituntut untuk menyampaikan informasi, tetapi juga memastikan bahwa informasi tersebut dapat diakses, dipahami, dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menegaskan kewajiban setiap badan publik untuk menyediakan dan menyebarluaskan informasi secara akurat, benar, tidak menyesatkan, serta mudah diakses oleh masyarakat luas.

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai daerah dengan tingkat aktivitas dan kompleksitas tinggi menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan komunikasi publik. Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfotik) DKI Jakarta memiliki peran dalam pengelolaan informasi publik, diseminasi kebijakan, serta penguatan komunikasi antara pemerintah dan warga. Era digital mendorong Diskominfotik DKI Jakarta memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana komunikasi, salah satunya melalui akun Instagram @katakotajakarta. Akun tersebut menyajikan informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah, kegiatan pemerintahan, serta isu-isu perkotaan yang relevan dengan kehidupan masyarakat Jakarta. Instagram dipilih sebagai media komunikasi publik karena memiliki karakter visual yang kuat serta tingkat penggunaan yang tinggi, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan dan generasi muda. Pendekatan visual seperti infografis, ilustrasi, dan video singkat membuat informasi lebih menarik dan mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang santai dan dekat dengan keseharian masyarakat menjadi strategi untuk mengurangi jarak komunikasi antara pemerintah dan publik sehingga pesan tidak terkesan kaku atau birokratis.

Tingginya penggunaan media sosial menghadirkan berbagai tantangan dalam komunikasi publik pemerintah. Arus informasi yang sangat cepat berpotensi menimbulkan banjir informasi (*information overload*) sehingga masyarakat kesulitan memilah informasi yang benar dan relevan. Rendahnya tingkat literasi digital di sebagian masyarakat serta maraknya penyebaran hoaks dan disinformasi turut menghambat efektivitas penyampaian pesan pemerintah. Kondisi tersebut menuntut pemerintah memiliki strategi komunikasi digital yang terencana, konsisten, dan adaptif agar informasi yang disampaikan dapat dipercaya serta mampu membangun pemahaman publik yang tepat.

Penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengkaji strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Diskominfo DKI Jakarta dalam penyebaran informasi publik melalui akun Instagram @katakotajakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pola komunikasi, pemanfaatan konten visual, serta efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi publik pemerintah daerah di era digital.

Berbagai penelitian telah membahas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik pemerintah, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada fungsi media sosial sebagai media penyampaian informasi dan peningkatan interaksi dengan masyarakat, serta belum secara mendalam mengkaji strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh instansi pemerintah daerah. Penelitian terdahulu juga cenderung menitikberatkan pada efektivitas penggunaan media sosial tanpa menguraikan secara komprehensif proses strategis yang meliputi perencanaan pesan, pengelolaan konten, pemilihan bentuk komunikasi, hingga evaluasi komunikasi digital sebagai satu kesatuan strategi komunikasi publik. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara khusus bagaimana instansi pemerintah daerah, seperti Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik DKI Jakarta, mengimplementasikan strategi komunikasi digital melalui media sosial Instagram dalam konteks penyebaran informasi publik kepada masyarakat di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta yang memiliki karakteristik audiens yang beragam dan dinamis. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji secara mendalam strategi komunikasi digital pemerintah daerah dalam memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi publik, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi digital pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

2. KAJIAN TEORITIS

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam praktik komunikasi organisasi, termasuk pada sektor pemerintahan. Komunikasi digital merupakan proses penyampaian pesan melalui teknologi berbasis internet yang memungkinkan interaksi berlangsung secara cepat, luas, dan real time. Transformasi digital mengubah pola komunikasi pemerintah yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi komunikasi dua arah yang lebih interaktif dan partisipatif. Pemerintah tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai komunikator yang mampu merespons kebutuhan informasi masyarakat secara langsung melalui platform digital. Menurut Kurniawati (2021), komunikasi digital memungkinkan instansi pemerintah menyampaikan informasi secara efektif sekaligus memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat. Komunikasi digital juga berfungsi

sebagai sarana membangun hubungan, meningkatkan keterlibatan publik, serta memperkuat transparansi lembaga. Hal ini sejalan dengan konsep New Media Theory yang dikemukakan oleh McQuail, bahwa media digital memiliki karakteristik interaktivitas, digitalisasi, dan konektivitas yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara simultan (McQuail, 2020). Dalam konteks pemerintahan, komunikasi digital berkaitan erat dengan konsep *government public relations*, yaitu upaya pemerintah membangun hubungan yang baik dengan publik melalui komunikasi yang terbuka dan transparan. Menurut Mergel (2021), penggunaan komunikasi digital oleh pemerintah dapat meningkatkan transparansi, memperkuat kepercayaan publik, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Penelitian Pratiwi (2022) juga menunjukkan bahwa komunikasi digital yang dikelola secara efektif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memperkuat legitimasi pemerintah di mata publik.

Media sosial merupakan salah satu bentuk media digital yang banyak digunakan dalam komunikasi publik. Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan bertukar informasi serta berinteraksi secara langsung. Dibandingkan media konvensional, media sosial memberikan ruang komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan interaktif. Menurut Nasrullah (2022), media sosial merupakan medium komunikasi berbasis teknologi digital yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara partisipatif dan terbuka. Media sosial memiliki karakteristik utama berupa interaktivitas, kecepatan penyebaran informasi, serta kemampuan menjangkau audiens secara luas. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif dalam penyebaran informasi publik. Menurut Essing et al. (2026), media sosial memungkinkan instansi pemerintah menyampaikan informasi secara real time sekaligus membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Penggunaan media sosial oleh pemerintah juga didukung oleh teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial (Katz, Blumler, & Gurevitch dalam West & Turner, 2021). Dalam konteks pemerintahan, masyarakat memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi publik dan berinteraksi dengan pemerintah. Penelitian Santoso (2023) menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana penting bagi pemerintah dalam menyampaikan informasi publik secara efektif serta meningkatkan partisipasi masyarakat.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi publik. Karakteristik visual yang dimiliki Instagram memungkinkan penyampaian informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami

oleh masyarakat. Menurut Wulandary dan Rahmawati (2026), Instagram efektif digunakan sebagai media komunikasi publik karena mampu menyajikan informasi dalam bentuk visual yang komunikatif dan meningkatkan daya tarik pesan. Instagram menyediakan berbagai fitur seperti foto, video, reels, stories, dan caption yang memungkinkan penyampaian informasi dilakukan secara kreatif dan interaktif. Fitur-fitur tersebut membantu instansi pemerintah dalam meningkatkan keterlibatan audiens melalui penyajian konten yang lebih menarik. Penelitian Ramadhan (2023) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh instansi pemerintah mampu meningkatkan engagement masyarakat sekaligus memperkuat citra lembaga di ruang digital. Selain itu, Instagram juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah melalui fitur komentar dan pesan langsung sehingga hubungan antara pemerintah dan masyarakat dapat terjalin lebih dekat. Penelitian Lestari (2022) menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu platform efektif dalam penyebaran informasi publik karena mampu menjangkau generasi muda sebagai pengguna utama media sosial. Dalam penelitian ini, akun @katakotajakarta menjadi media yang dikaji dalam melihat bagaimana strategi komunikasi digital pemerintah dilakukan melalui platform Instagram.

Strategi komunikasi digital merupakan proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang dilakukan secara sistematis melalui media digital untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Strategi komunikasi diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh audiens. Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam teori Public Relations, strategi komunikasi mencakup perencanaan pesan, pemilihan media, serta evaluasi komunikasi (Cutlip et al. dalam Ardianto, 2021). Dalam konteks pemerintahan, strategi komunikasi digital mencakup penyusunan konten, pemilihan platform, serta pengelolaan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial. Menurut Fazri dan Dharmawan (2025), instansi pemerintah menggunakan strategi komunikasi digital melalui perencanaan konten yang sistematis untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat. Penelitian Sari (2022) juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Strategi tersebut meliputi penggunaan bahasa yang mudah dipahami, visual yang menarik, serta konsistensi dalam penyampaian informasi kepada publik.

Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat dalam komunikasi publik, penggunaannya juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Menurut Tuhana et al. (2023), instansi pemerintah harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang tinggi. Tantangan lain adalah rendahnya tingkat keterlibatan masyarakat serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media

sosial pemerintah. Penelitian Putra (2022) menyebutkan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah memerlukan tenaga profesional yang memiliki kemampuan komunikasi digital. Selain itu, tingginya arus informasi di media sosial juga menyebabkan masyarakat mengalami information overload. Menurut Mergel (2021), pemerintah perlu memiliki strategi komunikasi digital yang baik agar informasi yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat. Tantangan-tantangan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital pemerintah memerlukan strategi yang matang serta pengelolaan yang profesional agar penyebaran informasi publik dapat berjalan secara optimal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi DKI Jakarta yang berlokasi di Balai Kota DKI Jakarta, Jl. Medan Merdeka Selatan No. 8–9, Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110, pada periode 26 Januari hingga 10 Mei 2026. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada peran strategis Diskominfo sebagai instansi pemerintah daerah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi publik, khususnya melalui pemanfaatan media sosial Instagram @katakotajakarta sebagai sarana alternatif penyebaran informasi kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam serta menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam pengelolaan media sosial tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi terhadap aktivitas pengelolaan konten digital, observasi partisipatif dengan keterlibatan langsung peneliti dalam lingkungan kerja untuk memahami proses komunikasi secara kontekstual, wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan akun media sosial, serta studi literatur terhadap berbagai sumber tertulis yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil observasi dan wawancara dengan pengelola media sosial Diskominfo DKI Jakarta, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumen resmi, arsip, laporan lembaga, buku, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan komunikasi publik dan pengelolaan media sosial pemerintah. Seluruh data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara sistematis dengan mengacu pada prinsip analisis kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai proses perencanaan, pengelolaan, penyusunan konten, hingga evaluasi strategi komunikasi digital dalam mendukung penyampaian informasi publik oleh pemerintah daerah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik DKI Jakarta melalui Instagram @katakotajakarta menunjukkan adanya pergeseran dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi dua arah yang lebih interaktif. Hal ini menjawab rumusan masalah pertama terkait strategi komunikasi digital yang diterapkan. Temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi digital yang memungkinkan interaksi secara cepat, luas, dan real time antara pemerintah dan masyarakat (Kurniawati, 2021), serta didukung oleh karakteristik media digital dalam New Media Theory yang menekankan interaktivitas dan partisipasi audiens (McQuail, 2020). Dalam implementasinya, akun @katakotajakarta diposisikan sebagai media alternatif dengan gaya komunikasi yang santai dan tidak formal. Pendekatan ini menjadi strategi untuk mendekatkan pemerintah dengan audiens, khususnya generasi muda, sehingga informasi publik dapat lebih mudah dipahami dan diterima.

Strategi komunikasi tersebut juga terlihat dalam proses perencanaan konten yang bersifat adaptif terhadap isu-isu yang sedang berkembang di media sosial maupun pemberitaan. Selain itu, pemanfaatan pemantauan sentimen publik menjadi dasar dalam menentukan topik konten. Hal ini mencerminkan penerapan strategi komunikasi dalam perspektif public relations yang menekankan pentingnya perencanaan pesan, analisis situasi, dan penyesuaian dengan kondisi audiens (Ardianto, 2021). Dari sisi pengelolaan, penggunaan kalender konten yang terstruktur serta penjadwalan unggahan menunjukkan adanya perencanaan komunikasi yang sistematis, sejalan dengan konsep strategi komunikasi digital yang menekankan konsistensi dalam penyampaian pesan (Fazri & Dharmawan, 2025). Selain itu, penggunaan visual seperti infografis dan ilustrasi memperkuat efektivitas pesan, sesuai dengan karakteristik Instagram sebagai media berbasis visual (Wulandary & Rahmawati, 2026). Dengan demikian, strategi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada bagaimana pesan dikemas agar menarik dan relevan bagi audiens.

Selanjutnya, dalam menjawab rumusan masalah kedua terkait tantangan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital melalui Instagram menghadapi beberapa kendala, terutama dalam menjaga tingkat engagement audiens yang cenderung fluktuatif. Selain itu, tingginya arus informasi di media sosial menyebabkan persaingan konten yang semakin ketat, sehingga informasi publik berpotensi tidak tersampaikan secara optimal. Kondisi ini sejalan dengan kajian yang menyebutkan bahwa media sosial memiliki tantangan berupa information overload serta cepatnya penyebaran informasi yang dapat mengurangi

perhatian audiens (Tuhana et al., 2023). Tantangan lainnya adalah kebutuhan untuk terus mengikuti tren agar konten tetap relevan dengan preferensi audiens yang dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital pemerintah tidak hanya dituntut informatif, tetapi juga kompetitif dalam menarik perhatian publik.

Dalam menjawab rumusan masalah ketiga terkait upaya yang dilakukan, Diskominfotik DKI Jakarta melakukan berbagai strategi untuk mengatasi tantangan tersebut, salah satunya melalui evaluasi berbasis engagement, seperti jumlah likes dan komentar. Selain itu, dilakukan inovasi dalam pengemasan konten, terutama pada penggunaan hook yang kuat di awal pesan serta pengembangan visual yang lebih kreatif, termasuk pemanfaatan teknologi seperti AI. Upaya ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital bersifat dinamis dan terus mengalami penyesuaian berdasarkan respons audiens. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi digital yang tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan dan meningkatkan keterlibatan publik (Dea, 2025). Selain itu, interaksi aktif dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung juga memperkuat komunikasi dua arah, sebagaimana dijelaskan dalam konsep media sosial yang bersifat partisipatif dan interaktif (Nasrullah, 2022).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan melalui Instagram @katakotajakarta telah mampu menjawab tujuan penelitian, yaitu menganalisis strategi, mengidentifikasi tantangan, serta memahami upaya yang dilakukan dalam penyebaran informasi publik. Pendekatan komunikasi yang kasual, adaptif terhadap tren, serta didukung oleh inovasi visual dan interaksi aktif menjadi faktor utama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik pemerintah di media sosial. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan yang lebih terbuka, partisipatif, dan responsif antara pemerintah dan masyarakat.

Diskusi

Berdasarkan data account insights yang diperoleh, kinerja akun Instagram @katakotajakarta menunjukkan capaian yang signifikan dalam aspek jangkauan dan distribusi konten. Tercatat sebanyak 44.346 views dengan total 45.193 akun yang dijangkau. Proporsi audiens didominasi oleh non-followers sebesar 88,1%, sementara followers hanya sebesar 11,9%. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten yang dipublikasikan memiliki kemampuan reach yang luas dan tidak terbatas pada pengikut akun saja, sehingga memperkuat fungsi Instagram sebagai media diseminasi informasi publik yang efektif. Selain itu, berdasarkan jenis konten, Reels memberikan kontribusi terbesar terhadap jumlah tayangan (45,3%), diikuti oleh

Stories (34,8%) dan Posts (19,9%). Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan format video pendek menjadi strategi yang paling optimal dalam meningkatkan visibilitas konten.

Lebih lanjut, analisis terhadap konten teratas berdasarkan jumlah views dan interaksi menunjukkan bahwa isu-isu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat perkotaan, seperti transportasi publik, infrastruktur, dan ruang publik, cenderung memperoleh perhatian lebih tinggi. Konten dengan pendekatan informatif yang dikemas secara ringan dan komunikatif terbukti mampu menarik minat audiens serta mendorong keterlibatan, yang tercermin dari tingginya angka interaksi pada beberapa unggahan. Dengan demikian, data ini memperkuat hasil temuan penelitian bahwa strategi komunikasi digital yang adaptif terhadap isu aktual, dikombinasikan dengan pemilihan format konten yang tepat dan gaya penyampaian yang kasual, berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan jangkauan serta engagement audiens pada media sosial pemerintah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfotik) Provinsi DKI Jakarta melalui media sosial Instagram @katakotajakarta telah berjalan secara cukup efektif dalam penyebaran informasi publik. Efektivitas ini tercermin dari pemanfaatan konten visual yang dominan, seperti infografis dan video singkat, serta penggunaan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Perencanaan konten yang dilakukan secara sistematis melalui kalender konten, serta kemampuan dalam merespons isu-isu aktual, menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital telah dilaksanakan secara terstruktur dan adaptif. Selain itu, tingginya jangkauan audiens yang didominasi oleh non-followers serta optimalnya penggunaan format video pendek (Reels) mengindikasikan bahwa Instagram berfungsi efektif sebagai media diseminasi informasi publik. Tingkat keterlibatan audiens pada sejumlah konten juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mampu menarik perhatian dan mendorong interaksi masyarakat.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan, antara lain fluktuasi tingkat engagement, tingginya persaingan konten di media sosial, serta kondisi information overload yang memengaruhi perhatian audiens. Selain itu, masih terdapat potensi penyebaran hoaks dan kesalahpahaman terhadap informasi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital pemerintah tidak hanya dituntut untuk informatif, tetapi juga harus kreatif, adaptif, dan kompetitif dalam menarik perhatian publik.

Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan melalui optimalisasi strategi berbasis data, penguatan inovasi konten khususnya pada format video pendek, serta peningkatan interaksi dua arah dengan audiens. Dengan demikian, strategi komunikasi digital tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembangunan hubungan yang lebih terbuka, responsif, dan berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat.

Secara keseluruhan, media sosial Instagram memiliki peran strategis sebagai sarana komunikasi publik pemerintah daerah. Dengan pengelolaan yang tepat, media sosial dapat menjadi media yang efektif dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, serta peningkatan partisipasi masyarakat dalam penyebaran informasi publik.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E. (2021). *Public relations dalam era digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dea, A. (2025). Komunikasi digital dalam era keterbukaan informasi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Essing, I., Mowilos, R. C., & Sinaga, F. A. (2026). Kebijakan publik di era digital: Peran media sosial dalam sosialisasi kebijakan publik. *Jurnal Paradigma: Journal of Sociology Research and Education*.
- Fazri, R. S., & Dharmawan, L. (2025). Public relations strategies of BPKP RI in public information dissemination through Instagram social media. *JIKAP (Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*.
- Kane, G. C., Phillips, A. N., Copulsky, J., & Andrus, G. (2021). *The transformation myth*. MIT Press.
- Kurniawati, D. (2021). Komunikasi digital pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lee, N. M., & VanDyke, M. S. (2020). Science communication. *Science Communication*, 42(4).
- Lestari, P. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media informasi publik. *Jurnal Komunikasi*.
- Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. (2021). Public relations and social media. *Public Relations Review*, 47(2).
- Mergel, I. (2020). Digital communication in government. *Government Information Quarterly*, 37(1).
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, P. S., & Irwansyah, I. (2022). Komunikasi publik digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- OECD. (2020). *Building a citizen-centric public communication*. OECD Publishing.

- Pratiwi, N. (2022). Komunikasi digital pemerintah. *Jurnal Komunikasi Publik*.
- Ramadhan, F. (2023). Instagram sebagai media komunikasi pemerintah. *Jurnal Komunikasi*.
- Santoso, B. (2023). Media sosial dan komunikasi publik. *Jurnal Komunikasi*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H. L. L., & Edo, J. (2023). Strategi digital public relations pemerintah Kota Kupang melalui media sosial. *Jurnal Communio*.
- West, R., & Turner, L. (2021). *Introducing communication theory*. McGraw-Hill.
- Wulandary, M. E., & Rahmawati, A. (2026). Public communication through Instagram social media utilization. *JIKAP (Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*.
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.