

**DISEMINASI INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK
(DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

RIRIN ALFIYANI

NPM. 2216041096



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

DISEMINASI INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK (DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG

Oleh

RIRIN ALFIYANI

Transformasi digital mendorong perubahan komunikasi pemerintahan menuju model government-to-citizen (G2C) yang lebih langsung dan interaktif, dengan Instagram sebagai media strategis di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis diseminasi informasi publik oleh Diskominfo Provinsi Lampung melalui empat akun resmi, yaitu @diskominfo.lampung, @lampungprovgo, @humas.lampung, dan @siardata.lampung, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka *Social-Media-Based Government* (SMBG) yang mencakup *sharing*, *transparency*, *openness*, dan *collaboration*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diseminasi informasi publik telah berjalan aktif dan terstruktur. Aspek *sharing* terlihat dari intensitas unggahan yang tinggi dan konsisten dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Aspek *transparency* tercermin melalui penyajian informasi program, kegiatan, dan capaian kinerja yang relatif jelas dan sistematis. Pada aspek *collaboration* ditemukan adanya koordinasi dan sinergi dengan OPD, media lokal, komunitas digital, serta akun pemerintah lainnya dalam mendukung distribusi informasi publik, meskipun masih terbatas pada tingkat operasional. Sementara itu, aspek *openness* masih perlu diperkuat, terutama dalam konsistensi respons terhadap interaksi publik dan penyampaian informasi pengaduan. Dalam perbandingan antar akun, @humas.lampung dinilai paling sesuai dengan konsep SMBG karena mampu mengintegrasikan penyebaran informasi, keterbukaan komunikasi, dan keterlibatan publik melalui respons yang aktif serta tingkat engagement yang tinggi. Secara keseluruhan, implementasi SMBG telah berjalan cukup baik, namun masih memerlukan penguatan pada aspek *openness* dan *collaboration*.

Kata Kunci: Diseminasi Informasi, Instagram, *Social-Media-Based Government*, Diskominfo Provinsi Lampung.

ABSTRACT

PUBLIC INFORMATION DISSEMINATION VIA INSTAGRAM BY THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION, INFORMATICS, AND STATISTICS (DISKOMINFOTIK) OF LAMPUNG PROVINCE

By

RIRIN ALFIYANI

Digital transformation has shifted government communication toward a more direct and interactive government-to-citizen (G2C) model, with Instagram emerging as a strategic platform in Indonesia. This study aims to analyze the dissemination of public information by the Lampung Provincial Communication, Informatics, and Statistics Office (Diskominfo) through four official Instagram accounts: @diskominfo.lampung, @lampungprovgoi, @humas.lampung, and @siardata.lampung. The study employed a descriptive qualitative approach using the Social-Media-Based Government (SMBG) framework, which consists of sharing, transparency, openness, and collaboration. The findings indicate that public information dissemination has been conducted actively and systematically. The sharing aspect is reflected in the high and consistent frequency of information dissemination. The transparency aspect is demonstrated through the clear and systematic presentation of government programs, activities, and performance achievements. In terms of collaboration, coordination and synergy were identified among government agencies, local media, digital communities, and other government accounts to support information distribution, although such collaboration remains operational in nature. Meanwhile, the openness aspect still requires improvement, particularly in maintaining consistent responses to public interactions and disseminating complaint-related information. Among the four accounts, @humas.lampung was found to best represent the SMBG concept due to its active responsiveness and high public engagement. Overall, SMBG implementation has been fairly effective but still requires improvements in openness and collaboration.

Keywords: Information Dissemination, Instagram, Social-Media-Based Government, Diskominfo Lampung Province.

**DISEMINASI INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK
(DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

Ririn Alfiyani

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI NEGARA**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

: **DISEMINASI INFORMASI PUBLIK MELALUI
INSTAGRAM OLEH DINAS KOMUNIKASI,
INFORMATIKA DAN STATISTIK
(DISKOMINFOTIK) PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Ririn Alfiyani**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216041096

Program Studi

: Ilmu Administrasi Negara

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. **Komisi Pembimbing**

Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D.
NIP. 198506202008122001

Dodi Faedlulloh, S.Sos., M.Si.
NIP. 198807122019031012

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara**

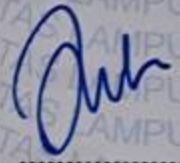
Dr. Susana Indriyati Caturiani, S.IP., M.Si.
NIP. 197009142006042001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

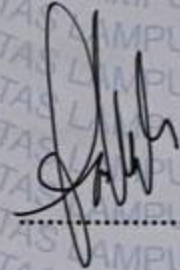
Ketua

: **Prof. Intan Fitri Meutia, S. A. N., M.A., Ph.D.**



Sekretaris

: **Dodi Faedlulloh, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama

: **Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M. Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 03 Juni 2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 8 Mei 2026
Yang membuat pernyataan,



Ririn Alfiyani
NPM. 2216041096

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ririn Alfiyani, lahir di Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, pada 23 November 2004. Penulis merupakan anak perempuan bungsu dari pasangan Bapak Ponen dan Ibu Siti Altu Nafiah. Riwayat Pendidikan formal penulis dimulai dari jenjang sekolah dasar di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 3 Natar, yang diselesaikan pada tahun 2016. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di SMP Swadhipa 1 Natar, dan lulus pada tahun 2019. Pendidikan tingkat menengah atas dilanjutkan di SMA Negeri 1 Natar, Lampung Selatan dan lulus pada tahun 2022. Pada tahun 2022, penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama menjadi mahasiswi, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan di lingkungan kampus. Penulis tergabung sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara (HIMAGARA) pada bidang Minat dan Bakat (MIKAT) periode 2023-2025 serta pernah menjadi Staff BEM FISIP Universitas Lampung Departemen KOMINFO periode 2022-2023. Selain aktif dalam organisasi, penulis juga mengikuti program Magang Lampung Post Batch 1 pada Maret hingga Mei 2025 sebagai reporter dan kameramen di Lampung Post dan Metro TV Lampung. Pada bulan Januari-Februari 2025, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukabaru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Selain itu, penulis juga melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik (Diskominfotik) Provinsi Lampung pada bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik (PLIP).

MOTTO

إِهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ

“Tunjukilah kami jalan yang lurus.”

(Q.S. Al-Fatihah: 6)

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release.”

(Taylor Swift)

“This is exhilarating”

(Ishigami Senku - Dr. Stone)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

Karya ini penulis persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua

Bapak dan Ibu

Terima kasih atas doa, dukungan, dan segala bentuk pengorbanan yang telah diberikan selama proses pendidikan meraih gelar sarjana.

Seluruh Dosen dan Guru

Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan dalam setiap jenjang perjalanan pendidikan penulis.

Almamater

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul “Diseminasi Informasi Publik Melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung”. Selama masa penelitian, peneliti mendapatkan limpahan bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D., selaku Pembimbing Utama sekaligus Pembimbing Akademik. Terima kasih atas arahan dan bimbingannya sejak awal hingga penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, dan kelancaran dalam setiap pengabdian Prof Intan.
2. Bapak Dodi Faedlulloh, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua. Terima kasih atas diskusi, masukan logis, dan waktu yang diberikan selama penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak senantiasa dilimpahkan keberkahan, kemudahan, dan kebahagiaan.
3. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si., selaku Penguji Utama. Terima kasih atas evaluasi, saran, dan masukan kritis demi kesempurnaan skripsi ini hingga akhir. Semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan, kesejahteraan, dan kebaikan.
4. Ibu Dr. Susana Indriyati Caturiani, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Lampung.

5. Ibu Dewie Brima Atika, S.IP, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Lampung.
6. Seluruh Dosen Ilmu Administrasi Negara. Terimakasih untuk seluruh dedikasi dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan. Semoga ilmu yang telah diberikan dapat menjadi bekal dan pelajaran hidup yang bermanfaat kedepannya. Sebuah perjalanan yang menyenangkan bisa dipertemukan dengan individu-individu hebat didunia pendidikan untuk berbagi ilmu.
7. Staf Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Mba Uki dan Mba Vivi. Terimakasih untuk selalu membantu dalam proses skripsi dan berbagai administrasi dari mulai mahasiswa baru hingga lulus.
8. Diskominfotik Provinsi Lampung (Bapak Zainal Mutaqim, Bapak Barly, Ibu Cecillia, Bapak Yogi, Bapak Mohammad Afief, Ibu Sierta), terima kasih atas waktu, keterbukaan informasi, dan ketersediaan data selama proses penelitian ini. Semoga Allah swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kelancaran dalam setiap aktivitas.
9. *Since first meet up 2022*, Chika, Dian, Ajeng dan Sarah. Terima kasih karena selalu ada di setiap fase pasang surut perkuliahan, memberikan ruang yang nyaman untuk berbagi cerita, serta menguatkan peneliti hingga skripsi ini selesai.
10. INFO (Amel, Salsa, Adel, Angel, Dinda, Nia, Vani, Keke, Safa dan Almarhumah Nurnilam) Terima kasih untuk segala informasi, keseruan, dan kebersamaan dari gabungan dua lingkaran pertemanan ini. Terima kasih untuk penerimaan satu sama lain dalam setiap hal yang terjadi selama proses perkuliahan ini berlangsung.
11. Kessyha Dwi Anggraini, teman sejak masa sekolah dasar hingga saat ini. Terima kasih untuk penerimaan, dan kesetiaan yang tidak pernah berubah dalam setiap proses tumbuh kembang kita bersama.
12. Grup lah we (Sevira dan Giesta). Terima kasih karena telah menjadi teman pertama yang mengajarkan bagaimana cara bersosialisasi dengan banyak orang. Kebersamaan sejak masa kecil, kedekatan kita yang tak terpisahkan, dan memori yang kita bangun bersama akan selalu menjadi fondasi berharga.

13. Buy IPA 6 (Aul, Pebol, Deco, Vergi, Tegar, Zaki), terima kasih atas dinamika pertemanan, kekompakan, serta dukungan moral yang terus mengalir kepada penulis dari masa sekolah hingga penyusunan skripsi ini.
14. Osis Sai Balak (Kinkin, Rasthi, Haniva, Anas, Sarip, Fitri, Sidik, Roni, Riski, Bima, dll.) terima kasih atas solidaritasnya sejak di organisasi dan terima kasih juga untuk setiap agenda kegiatan yang selalu menjadi penyeimbang penat di sela kesibukan.
15. Kelompok KKN Desa Sukabaru, Penegahan, Lampung Selatan Periode I Tahun 2025 (Uti, Nova, Nadya, Gillbert, Vahrul dan Yuki). Terima kasih atas kerja sama, keseruan, dan pengalaman berharga selama mengabdikan bersama di lapangan. Kebersamaan yang terbangun di Sukabaru akan selalu menjadi memori proses yang luar biasa dalam perjalanan kuliah ini.
16. PKL Diskominfo Provinsi Lampung (Indah, Lily, Destri, Inur, Ulfa dan Evi). Terima kasih atas kerja sama, keseruan, dan saling bantu sejak masa PKL dan sampai saat ini.
17. Terakhir untuk diri saya sendiri, Ririn Alfiyani. Terimakasih karena sudah keren.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Penulis juga memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 25 Mei 2026

Ririn Alfiyani

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|------------|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR TABEL | iii |
| DAFTAR GAMBAR | iv |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 9 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Sistem Informasi Manajemen Sektor Publik (SIM-SP)..... | 14 |
| 2.2.1 Komunikasi Kebijakan | 15 |
| 2.2.2 Diseminasi Informasi..... | 16 |
| 2.3 Tata Kelola Media Sosial | 16 |
| 2.4 Kerangka Pikir | 21 |
| III. METODOLOGI PENELITIAN | 24 |
| 3.1 Tipe Penelitan..... | 24 |
| 3.2 Fokus Penelitian | 25 |
| 3.3 Lokasi Penelitian..... | 26 |
| 3.4 Jenis Sumber Data..... | 26 |
| 3.4.1 Data Primer | 26 |
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 27 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5.1 Observasi | 27 |
| 3.5.2 Wawancara | 28 |
| 3.5.3 Dokumentasi | 29 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 30 |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data..... | 31 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 33 |
| 4.1.1 Sejarah Umum Diskominfo Provinsi Lampung | 33 |
| 4.1.2 Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi Diskominfo Provinsi Lampung | 34 |
| 4.1.3 Struktur Pimpinan Diskominfo Provinsi Lampung | 35 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 36 |
| 4.2.1 Berbagi oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 38 |
| 4.2.2 Transparansi oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 42 |
| 4.2.3 Keterbukaan oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 51 |
| 4.2.4 Kolaborasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 56 |
| 4.3 Pembahasan Penelitian..... | 61 |
| 4.3.1 Berbagi Informasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 61 |
| 4.3.2 Transparansi Informasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung..... | 66 |
| 4.3.3 Keterbukaan Informasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung..... | 72 |
| 4.3.4 Kolaborasi Informasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung | 75 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 79 |
| 5.1 Kesimpulan | 79 |
| 5.2 Saran..... | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 81 |
| LAMPIRAN..... | 86 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| 1. Data 20 besar pengguna Instagram terbanyak global tahun 2024..... | 1 |
| 2. Dominasi jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2024..... | 2 |
| 3. Data akun Instagram yang dikelola Diskominfo Provinsi Lampung..... | 4 |
| 4. Informan Penelitian..... | 28 |
| 5. Dokumen Penelitian..... | 30 |
| 6. Jumlah Postingan Akun Instagram Bulanan Tahun 2025..... | 39 |
| 7. Pembagian Peran Masing-masing Akun..... | 39 |
| 8. Intensitas Unggahan Transparansi Tiap Akun..... | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|---|---------|
| 1. Kesenjangan antara <i>Engangement</i> dengan Jumlah Pengikut..... | 6 |
| 2. Kerangka Pikir | 23 |
| 3. Alur Prosedur Diseminasi Informasi Diskominfotik Provinsi Lampung..... | 41 |
| 4. Publikasi Rapat Pripurna Enam Raperda | 43 |
| 5. Publikasi Layanan Kesehatan Gratis oleh RSUDAM di Lampung Fest..... | 45 |
| 6. Publikasi Manfaat Pajak untuk Pembangunan Sekolah Rakyat..... | 46 |
| 7. Publikasi Capaian Infrastruktur Prioritas Provinsi Lampung 2025 | 48 |
| 8. Publikasi Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Lampung Tahun 2025..... | 49 |
| 9. Responsivitas admin @humas.lampung | 52 |
| 10. Responsivitas admin @siardata.lampung | 53 |
| 11. Responsivitas admin @lampungprovgoid..... | 54 |
| 12. Pertanyaan yang tidak dijawab admin..... | 55 |
| 13. Tren <i>Collab Posting</i> Tahun 2025 | 57 |
| 14. <i>Collab Posting</i> dengan OPD Lain..... | 59 |
| 15. <i>Collab Posting</i> dengan Media Lokal..... | 60 |

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah secara signifikan mengubah cara manusia dalam mengakses informasi, kini media sosial membuka ruang komunikasi *government-to-citizen* (G2C) yang memungkinkan pemerintah menjangkau masyarakat secara langsung tanpa perantara media konvensional (Alenzi and Miskon, 2024). Hal ini tentu memberi kemudahan bagi suatu organisasi atau badan publik dalam menyebarkan informasi yang ingin disampaikan kepada publik (Wulur dan Mulyanti, 2023).

Berdasarkan Laporan *Digital 2024 Global Overview Report* oleh *We Are Social* dan *DataReportal*, Indonesia bahkan menempati posisi keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia.

Tabel 1. Data 20 besar pengguna Instagram terbanyak global tahun 2024

| Peringkat | Negara | Jumlah Pengguna |
|-----------|-----------------|-----------------|
| 1 | India | 362.900.000 |
| 2 | Amerika Serikat | 169.650.000 |
| 3 | Brasil | 134.600.000 |
| 4 | Indonesia | 100.900.000 |
| 5 | Turki | 57.100.000 |
| 6 | Jepang | 55.450.000 |
| 7 | Meksiko | 44.850.000 |
| 8 | Inggris | 33.100.000 |
| 9 | Jerman | 30.350.000 |
| 10 | Argentina | 27.000.000 |
| 11 | Italia | 25.900.000 |
| 12 | Prancis | 24.300.000 |
| 13 | Spanyol | 23.950.000 |
| 14 | Korea Selatan | 3.400.000 |
| 15 | Filipina | 21.350.000 |

| | | |
|----|----------|------------|
| 16 | Kolombia | 20.050.000 |
| 17 | Kanada | 19.250.000 |
| 18 | Thailand | 18.750.000 |
| 19 | Irak | 18.250.000 |
| 20 | Mesir | 18.150.000 |

Sumber: *datareportal.com, 2024*

Selanjutnya, berdasarkan pada Laporan oleh Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 79,5% dari total populasi, dengan jumlah pengguna internet sebanyak 221.563.479 orang dari populasi 278.696.200 jiwa. Dari jumlah tersebut, pengguna media sosial didominasi oleh beberapa platform utama, yaitu:

Tabel 2. Dominasi jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2024

| No | Media Sosial | Jumlah Pengguna di Indonesia (2024) |
|----|--------------|-------------------------------------|
| 1 | YouTube | 139 Juta |
| 2 | Facebook | 126,8 Juta |
| 3 | TikTok | 117,6 Juta |
| 4 | Instagram | 100,9 Juta |
| 5 | X/Twitter | 24 Juta |

Sumber: *datareportal.com, 2024*

Di antara platform pada Tabel 1, Instagram menempati posisi penting sebagai kanal visual dengan tingkat keterlibatan (*engagement*) tinggi dengan potensi jangkauan iklan Instagram di Indonesia mencapai 36,2% dari total populasi dan 54,5% dari seluruh pengguna internet, menjadikannya salah satu kanal paling strategis untuk komunikasi digital pemerintah maupun organisasi. Posisi ini semakin relevan dalam penerapan prinsip *good governance* yang menekankan transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, dan efisiensi (Nova dan Dompok, 2024). Platform ini memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara cepat, menjangkau khalayak luas, serta membuka komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat yang sebelumnya sulit dicapai lewat media konvensional (Kusuma, dkk., 2021). Interaksi melalui komentar, siaran langsung, dan unggahan visual memperkuat hubungan pemerintah dengan masyarakat serta mendorong partisipasi inklusif. Pemanfaatan Instagram juga merupakan implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menegaskan kewajiban negara menjamin hak warga memperoleh informasi terkait kebijakan, keputusan, dan program publik (Azizah, 2023).

Diseminasi informasi menjadi elemen kunci agar kebijakan dan program dapat dipahami masyarakat. Dalam era digital, proses ini bertransformasi dari media klasik menuju platform interaktif dan real-time seperti Instagram. Dengan popularitasnya, Instagram memungkinkan penyampaian informasi visual yang menarik sekaligus membuka ruang partisipasi publik. Hal ini menjadikan diseminasi bukan sekadar komunikasi, tetapi strategi membangun kepercayaan, legitimasi kebijakan, dan pemerintahan yang inklusif. Maryanti, dkk. (2022) menekankan bahwa diseminasi informasi perlu didukung teknologi agar akses lebih cepat, efisien, luas, *real-time*, dan interaktif. Efektivitasnya bergantung pada penyaringan, verifikasi, serta penyajian konten sesuai kebutuhan audiens, karena tanpa pengelolaan yang tepat risiko misinformasi dapat menurunkan kepercayaan publik.

Dalam konteks pemerintahan, diseminasi informasi publik memiliki peran penting karena masyarakat berhak mengetahui kebijakan, program, dan keputusan yang diambil oleh pemerintah. Pemanfaatan teknologi dalam proses ini bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian integral dari strategi untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, Meutia (2017:12) menyatakan bahwa administrasi publik tidak pernah dapat melepaskan diri dari dampak perkembangan lingkungan, khususnya yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi dan informasi. Oleh karena itu, administrasi publik dituntut untuk terus menyesuaikan diri dan mereformasi penyelenggaraannya agar tetap sejalan dengan perubahan lingkungan serta tuntutan *good governance*. Dengan pengelolaan informasi yang tepat dan dukungan teknologi yang memadai, diseminasi dapat berjalan efektif, efisien, dan berdampak langsung terhadap kualitas pelayanan publik serta kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah.

Di tingkat daerah, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung memiliki peran strategis dalam pengelolaan diseminasi informasi. Landasan hukumnya dimulai dari Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan, termasuk dalam hal penyampaian informasi

kepada publik. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai bagian dari pelaksanaan diseminasi informasi. Pada lingkup daerah, Peraturan Gubernur Lampung Nomor 59 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah menetapkan tugas Diskominfo dalam merumuskan serta melaksanakan kebijakan diseminasi informasi di tingkat provinsi. Sementara itu, Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 7 Tahun 2024 tentang Pelayanan Informasi Publik memperkuat komitmen pemerintah daerah dalam menyediakan layanan informasi yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keseluruhan regulasi ini menjadi fondasi kuat bagi Diskominfo untuk menjalankan diseminasi informasi publik secara optimal, transparan, dan bertanggung jawab.

Dalam Rencana Strategis (Renstra) Diskominfo Provinsi Lampung 2025–2029, diseminasi informasi digital melalui media sosial ditetapkan sebagai instrumen utama untuk menjangkau masyarakat umum sebagai penerima manfaat layanan informasi publik. Dalam Sub Bab 2.1.4 menegaskan bahwa media sosial, bersama kanal lain seperti website resmi, aplikasi layanan publik, dan PPID, digunakan untuk menyebarkan informasi secara terbuka dan mudah diakses. Sejalan dengan hal tersebut, saat ini Diskominfo Provinsi Lampung mengelola empat akun Instagram resmi yang masing-masing memiliki karakteristik dan fokus informasi yang berbeda, sesuai dengan kebutuhan dan segmentasi audiensnya.

Tabel 3. Data akun Instagram yang dikelola Diskominfo Provinsi Lampung

| Media Sosial | Jumlah Pengikut | Jumlah Postingan | Mulai Aktif (Tahun) |
|---------------------|-----------------|------------------|---------------------|
| @diskominfo.lampung | 7.981 Pengikut | 10.100 Postingan | 2020 |
| @lampungrovgo | 8.381 Pengikut | 1.106 Postingan | 2025 |
| @siardata.lampung | 3.294 Pengikut | 371 Postingan | 2022 |
| @humas.lampung | 3.101 Pengikut | 293 Postingan | 2024 |

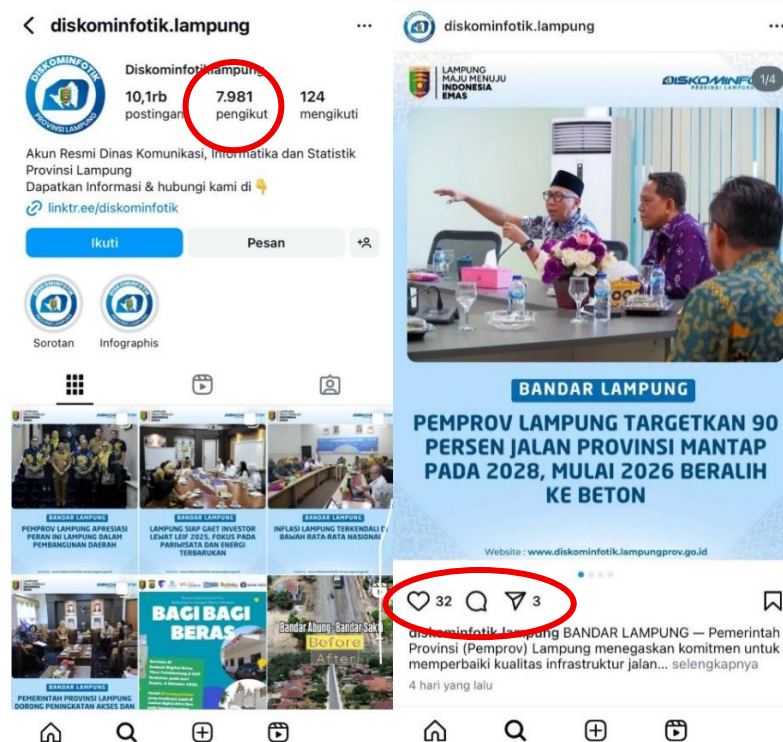
Sumber: Diskominfo Provinsi Lampung, 2025

Berdasarkan pada keempat akun Instagram yang dikelola oleh Diskominfo Provinsi Lampung diatas, masing-masing memiliki fokus dan sajian konten yang

berbeda-beda. Seperti, pada akun @diskominfotik.lampung yang berperan sebagai akun utama menyajikan informasi umum dari berbagai sektor. Akun ini juga menjadi wadah kolaborasi antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung, sehingga kontennya bersifat lintas instansi dan mencakup beragam topik. Kemudian, akun @lampungprovgoind merupakan akun yang secara khusus menampilkan kegiatan-kegiatan resmi Pemerintah Provinsi Lampung. Mulai dari agenda pimpinan daerah, pelaksanaan program kerja, hingga dokumentasi acara pemerintahan, semuanya disajikan secara informatif dan aktual. Selanjutnya, akun @siardata menyajikan informasi berbasis data yang telah diolah dan dikemas dalam bentuk infografis. Akun ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mudah dan visual mengenai statistik pembangunan, capaian kinerja, serta indikator daerah lainnya. Lalu terakhir, Akun @humas.lampung difokuskan pada konten berbentuk *reels* yang menampilkan informasi umum dalam format video singkat. Konten yang diunggah biasanya mencakup kegiatan pemerintahan, pengumuman resmi, serta layanan publik, dengan tujuan menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Meski memiliki sejumlah kelebihan, Diskominfotik Provinsi Lampung masih menghadapi kendala dalam diseminasi informasi melalui akun Instagram, terutama terkait rendahnya keterlibatan audiens yang tercermin dari minimnya interaksi pengikut. Dalam rapat mengenai Optimalisasi Pengelolaan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) serta Media Sosial Perangkat Daerah, sekaligus Penilaian Monitoring dan Evaluasi (Monev) Keterbukaan Informasi Publik (KIP) oleh Komisi Informasi Pusat Tahun 2025 yang dipimpin oleh Kepala Diskominfotik Ganjar Jationo, terungkap bahwa pengelolaan media sosial perangkat daerah belum optimal, baik dari sisi kualitas konten, kecepatan respon, maupun standar pengukuran kinerja. Ganjar menekankan pentingnya konsistensi dalam penyajian informasi, sementara Statistisi Ahli Madya Yasir menegaskan empat variabel utama penentu akun teraktif, yaitu jumlah views (10%), frekuensi posting (20%), jumlah komentar (40%), dan jumlah likes (30%). Model otomatis berbasis variabel tersebut dirancang agar setiap postingan memiliki dampak dan nilai terukur secara kumulatif dalam satu bulan. Melalui langkah ini, Pemerintah Provinsi Lampung berharap

media sosial perangkat daerah dapat dikelola secara lebih profesional, menyajikan informasi faktual, serta menghadirkan manfaat nyata bagi masyarakat.



Gambar 1. Kesenjangan antara *Engagement* dengan Jumlah Pengikut

Sumber: Instagram @diskominfotik.lampung, 2025

Berdasarkan pada Gambar 1 dapat terlihat bahwa akun Instagram @diskominfotik.lampung sebagai akun utama Diskominfotik Provinsi Lampung dengan jumlah pengikut 7.981, hanya mendapat mendapat total 36 *likes* dalam satu kali postingan yang di unggah, dan ini tidak hanya berlaku pada postingan diatas saja mengenai rencana perbaikan jalan oleh Pemerintah Provinsi Lampung, tetapi peneliti sudah melihat 5 postingan sebelumnya, dan menunjukkan bahwa *engagement* (*likes, comment, dan share*) tidak lebih dari 30 *likes*, 1 komentar dan 1 kali *share*. Hal serupa juga terjadi pada akun @lampungprovgoid dengan 8.381 pengikut, hanya mendapat tidak lebih dari 20 *likes*, 2 komentar dan 1 kali *share* pada 5 postingan terakhir. Selanjutnya, untuk akun @humas.lampung dengan jumlah pengikut 3.101, hanya mendapat tidak lebih dari 150 *like* dalam 5 postingan terakhir. Meskipun pada akun @humas.lampung mendapatkan *likes* lebih tinggi

dibandingkan dua akun sebelumnya, jumlah *likes* tetap tidak melebihi ambang 30% sesuai kriteria yang dijelaskan Statistisi Ahli Madya Yasir yang berdasarkan total pengikut seharusnya jumlah *likes* mencapai 931 *likes*. Terakhir, untuk akun @siardata, dengan jumlah 3.294 pengikut, pada 5 postingan terakhir *engagement* cukup bervariasi, yaitu berkisar antara 20-400 *likes* tergantung isi dari tiap-tiap postingan. Ini menunjukkan bahwa, informasi yang disajikan juga memengaruhi jumlah *engagement*.

Kesenjangan antara jumlah pengikut dengan tingkat *engagement* yang rendah pada akun media sosial resmi Diskominfo Provinsi Lampung berpotensi menimbulkan sejumlah dampak negatif. Pertama, menurunnya efektivitas komunikasi publik, karena pesan pembangunan dan kebijakan yang disampaikan tidak menjangkau audiens secara optimal. Hal ini dapat membuat masyarakat kurang memahami program pemerintah, sehingga menimbulkan persepsi bahwa pemerintah tidak transparan atau kurang responsif. Kedua, berkurangnya kepercayaan publik, sebab rendahnya interaksi menunjukkan minimnya partisipasi masyarakat dalam ruang digital yang seharusnya menjadi kanal keterbukaan informasi. Ketiga, melemahnya citra dan branding pemerintah daerah, karena akun resmi yang sepi interaksi dapat dianggap tidak relevan atau tidak menarik, terutama bagi generasi muda yang lebih aktif di media sosial. Keempat, terhambatnya evaluasi kebijakan berbasis sentimen publik, sebab *engagement* yang rendah membuat pemerintah kesulitan membaca aspirasi, kritik, maupun dukungan masyarakat secara akurat. Terakhir, jika kondisi ini terus berlanjut, maka media sosial OPD berisiko hanya menjadi sarana publikasi satu arah, bukan ruang interaktif yang mampu membangun dialog, kolaborasi, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.

Sejalan dengan berbagai kendala yang telah diuraikan, tantangan utama yang dihadapi Diskominfo Provinsi Lampung dalam pengelolaan empat akun resmi media sosialnya terletak pada aspek internal organisasi. Pertama, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), di mana jumlah admin yang mengelola akun masih sangat terbatas sehingga tidak mampu menjaga konsistensi produksi konten maupun merespon interaksi publik secara cepat. Kedua, prasarana pendukung seperti perangkat editing, akses internet, dan sistem analitik media sosial belum memadai untuk menunjang pengelolaan akun secara profesional. Ketiga, adanya

kebijakan efisiensi anggaran yang membuat alokasi dana untuk pengembangan konten kreatif dan pelatihan admin sering kali tidak menjadi prioritas, sehingga kualitas konten yang dihasilkan kurang menarik bagi audiens. Kombinasi kendala ini menyebabkan engagement pada akun resmi Diskominfo tetap rendah meskipun jumlah pengikut relatif besar, sehingga media sosial pemerintah daerah belum optimal sebagai kanal keterbukaan informasi publik.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Kartiwa (2025) mengenai penggunaan Instagram oleh Dinas Penanggulangan Bencana Daerah Kota Bandung yang menunjukkan efektivitas Instagram dalam membangun komunikasi tanggap darurat, namun masih terbatas pada satu akun pelayanan dan belum mengkaji strategi pengelolaan diseminasi informasi lintas akun atau instansi. Selanjutnya, penelitian oleh Sri Maryanti, Neneng Komariah, dan Saleha Rodiah (2021) menekankan pentingnya peran PPID dalam penyebarluasan informasi sebagai bentuk keterbukaan publik yang sistematis dan mudah diakses untuk membangun kepercayaan masyarakat, namun belum secara spesifik membahas pemanfaatan media sosial seperti Instagram dalam penyebaran informasi publik.

Dari kedua penelitian tersebut terlihat adanya kesenjangan karena belum secara mendalam membahas pengelolaan diseminasi informasi publik melalui Instagram oleh instansi pemerintah daerah, padahal tata kelola media sosial yang optimal diperlukan agar informasi yang diterima masyarakat benar, jelas, dan sesuai kebutuhan. Instagram sebagai media visual dan interaktif memiliki potensi besar dalam mendukung komunikasi publik yang partisipatif, serta memperkuat transparansi dan akuntabilitas kinerja pemerintah di era digital. Pemanfaatan Instagram oleh Diskominfo Provinsi Lampung menunjukkan komitmen mendekatkan pemerintah dengan publik melalui teknologi digital, namun masih menghadapi tantangan seperti kurangnya segmentasi audiens dan keterlibatan masyarakat yang belum maksimal. Temuan ini diharapkan menjadi acuan dalam meninjau kembali pelaksanaan diseminasi informasi sekaligus berkontribusi pada pengembangan tata kelola media sosial pemerintah yang lebih adaptif, transparan, dan partisipatif. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Diseminasi Informasi Publik Melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Diskominfo Provinsi Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana diseminasi informasi publik melalui Instagram yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung, khususnya dalam konteks penyampaian informasi kepada masyarakat secara digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu administrasi publik, khususnya dalam kajian komunikasi digital pemerintahan dan keterbukaan informasi. Hasil penelitian ini memperkaya literatur akademik mengenai diseminasi informasi publik melalui media sosial, serta memperluas pemahaman tentang pemanfaatan platform digital khususnya Instagram dalam membangun komunikasi yang terbuka dan partisipatif antara pemerintah dan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan tata kelola informasi publik di lingkungan pemerintah daerah, khususnya Diskominfo Provinsi Lampung. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan kebijakan komunikasi publik yang lebih efektif, transparan, dan partisipatif. Selain itu, penelitian ini dapat membantu instansi pemerintah dalam memperkuat kapasitas pelayanan informasi berbasis digital, mendorong akuntabilitas penyelenggaraan

pemerintahan, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui mekanisme komunikasi yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan publik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan peran media sosial khususnya Instagram di sektor publik dalam diseminasi informasi publik. Berikut adalah ringkasan dari beberapa penelitian yang relevan.

| No | Nama Penulis | Judul dan Tahun | Fokus Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|--|
| 1 | Wafa Patria Umma dan Nyarwi Ahmad (Jurnal Komunikasi Nusantara,7(1), 122-135.) | Peran Media Sosial sebagai Medium untuk Memaksimalkan Keterbukaan Informasi Publik di KPU Kabupaten Jombang (2025) | Penelitian ini berfokus pada peran media sosial dalam memaksimalkan keterbukaan informasi publik di KPU Kabupaten Jombang dengan mengevaluasi strategi komunikasi publik KPU melalui media sosial secara interaktif dan partisipatif. Menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan studi kasus, fokus utama diarahkan pada penerapan prinsip budaya STOC (<i>Sharing, Transparency, Openness, Collaboration</i>) oleh Khan (2017) dan model <i>Social Media Utilization</i> oleh Khan (2013). | Penelitian menunjukkan bahwa KPU Kabupaten Jombang telah menerapkan budaya <i>Sharing, Transparency, dan Openness</i> secara baik melalui media sosial, terutama dalam menyebarkan informasi pemilu secara aktif dan menarik. Namun, aspek <i>Collaboration</i> masih belum optimal, karena partisipasi publik terbatas pada respons dan komentar, belum pada pelayanan atau pengambilan keputusan. Pada fase <i>Social Transaction</i> , pemanfaatan media sosial sebagai layanan publik juga masih terbatas akibat struktur birokrasi yang hierarkis. Meski demikian, KPU Jombang sukses memperoleh penghargaan sebagai Badan Publik Informatif pada tahun 2024. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | Nur Azizah (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) | Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Pelayanan Informasi Publik pada Dinas Perhubungan Provinsi Aceh (2023) | Penelitian ini berfokus pada pengelolaan media sosial Instagram oleh Dinas Perhubungan Provinsi Aceh dalam mendukung pelayanan informasi publik, yang kemudian dianalisis menggunakan tiga indikator yaitu: Manajemen, Humas, dan Pelayanan Prima. Tujuannya adalah untuk memahami strategi komunikasi digital yang diterapkan, bentuk konten yang disajikan, serta efektivitas penggunaan Instagram sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat. | Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram oleh Dinas Perhubungan Provinsi Aceh dalam pelayanan informasi publik belum sepenuhnya optimal. Dari aspek manajemen dan kehumasan, perencanaan masih kurang dikenal masyarakat, meski pengorganisasian dan pengarahan sudah terstruktur. Pengendalian dilakukan dengan memisahkan tugas admin, namun respons terhadap aspirasi publik masih terbatas. Informasi layanan seperti jadwal keberangkatan telah disampaikan dengan baik dan akurat. Dari indikator pelayanan prima, perhatian terhadap komentar belum maksimal, namun Instagram tetap diminati, konten ditampilkan menarik melalui fitur <i>reels</i> , dan bahasa yang digunakan ramah. Kebijakan layanan seperti aplikasi SERUPA dan SiKOTAK BIRU telah diinformasikan sebagai bentuk tanggung jawab pelayanan. |
| 3 | Sri Haryanti dan Effy Zalfiana Rusfian (JKAP/Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik, 22(2), 128-145.) | Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems (2018) | Penelitian ini berfokus pada peran hubungan masyarakat pemerintah (<i>government public relations</i>) dalam memanfaatkan media sosial untuk menjembatani kesenjangan digital yang dialami oleh kelompok masyarakat dengan masalah kesejahteraan sosial. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus dan analisis deskriptif, penelitian ini | Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek <i>sharing</i> dan <i>transparency</i> telah diterapkan secara aktif melalui penyebaran informasi layanan sosial yang mudah diakses dan sesuai kebutuhan masyarakat. Namun, pada aspek <i>openness</i> , partisipasi publik masih rendah akibat keterbatasan literasi digital dan akses teknologi, sehingga interaksi dua arah belum optimal. Selanjutnya, |

| | | |
|---|--------------|---|
| mengadopsi prinsip budaya (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration) dari Khan (2017) untuk menilai bagaimana komunikasi digital pemerintah dapat menjangkau kelompok rentan. | prinsip STOC | <i>collaboration</i> menunjukkan adanya inisiatif kerja sama dengan komunitas dan lembaga sosial, tetapi kolaborasi tersebut belum terstruktur dan masih bersifat tidak konsisten. Penelitian merekomendasikan agar strategi komunikasi publik pemerintah lebih inklusif dengan meningkatkan literasi digital serta membangun kemitraan berkelanjutan untuk memperluas jangkauan layanan sosial secara digital. |
|---|--------------|---|

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2025

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan oleh berbagai instansi pemerintah daerah sebagai sarana diseminasi informasi publik secara digital. Di KPU Kabupaten Jombang, media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi pemilu secara aktif dan menarik, dengan konten yang relevan dan mudah diakses. Dinas Perhubungan Provinsi Aceh memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi layanan transportasi, meskipun interaksi dengan masyarakat masih terbatas dan perhatian terhadap komentar belum maksimal. Kemudian, studi lain menyoroti upaya pemerintah dalam menjangkau kelompok rentan sosial, dengan tantangan berupa rendahnya literasi digital dan belum terbangunnya pola kerja sama yang konsisten. Ketiga studi tersebut menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah memerlukan strategi komunikasi digital yang terstruktur, dukungan sumber daya yang memadai, dan koordinasi internal yang kuat agar informasi publik dapat tersampaikan secara efektif.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi-studi tersebut, terutama dalam hal fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi publik oleh instansi pemerintah daerah. Seperti halnya di Jombang, Aceh, dan pada studi hubungan masyarakat pemerintah, penelitian ini juga menyoroti bagaimana media sosial digunakan untuk menjangkau masyarakat dan menyampaikan informasi secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Social-Media-Based*

Government (SMBG) berbasis konsep budaya STOC (*Sharing, Transparency, Openness, Collaboration*) oleh Gohar F. Khan (2017) untuk menganalisis diseminasi informasi publik melalui Instagram yang dilakukan oleh Diskominfo Provinsi Lampung dalam mendorong keterlibatan warga negara.

Namun, penelitian ini memiliki perbedaan dalam hal ruang lingkup dan pendekatan analisis. Penelitian ini secara khusus menelaah pola diseminasi informasi melalui akun Instagram milik Diskominfo Provinsi Lampung, dengan menelusuri sejauh mana informasi yang disampaikan mampu menjangkau dan melibatkan masyarakat. Analisis dilakukan untuk melihat pada tahapan mana praktik diseminasi informasi berada, serta bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai ruang digital yang memungkinkan partisipasi warga dalam proses komunikasi pemerintahan.

2.2 Sistem Informasi Manajemen Sektor Publik (SIM-SP)

Dalam mendukung kelancaran pengelolaan dan penyampaian informasi, keberadaan sistem yang mampu mengolah data secara terpadu menjadi sangat penting. Beberapa ahli telah mengemukakan pandangan mengenai Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang menunjukkan bagaimana sistem ini berperan dalam mendukung proses komunikasi, pengambilan keputusan, dan penyediaan informasi yang relevan bagi publik. Sistem ini juga berkontribusi dalam mempercepat proses diseminasi informasi yang akurat dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Menurut Wijoyo, dkk., (2021:20) Sistem informasi Manajemen merupakan kumpulan subsistem informasi yang saling terintegrasi dan tersusun secara logis, yang berfungsi mengolah data menjadi informasi melalui berbagai metode, dengan tujuan mendukung peningkatan produktivitas sesuai karakter dan gaya kepemimpinan manajer berdasarkan standar kualitas yang telah ditentukan.

Menurut Laudon & Laudon dalam (Erwin, dkk., 2024:1) Sistem Informasi Manajemen merupakan perpaduan yang terintegrasi antara teknologi informasi, prosedur operasional, aktivitas bisnis, dan keterlibatan manusia, yang secara bersama-sama berfungsi untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, serta

menyajikan informasi guna mendukung proses pengambilan keputusan dan pengelolaan organisasi.

Menurut Tata Subatri dalam (Irawan dan Pujiyanto, 2023:16) Sistem Informasi Manajemen merupakan sistem dalam suatu organisasi yang mengintegrasikan kebutuhan pengolahan transaksi harian dengan fungsi operasional yang bersifat manajerial, serta mendukung aktivitas strategis organisasi dalam rangka menyediakan laporan-laporan yang dibutuhkan oleh pihak eksternal tertentu.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Manajemen merupakan sistem terintegrasi yang berfungsi mengolah data menjadi informasi yang mendukung proses manajerial, operasional, dan komunikasi organisasi, termasuk dalam penyampaian informasi kepada publik secara efektif. SIM tidak hanya berperan dalam pengambilan keputusan internal, tetapi juga dalam mempercepat diseminasi informasi yang relevan dan berkualitas kepada pihak eksternal. Melihat bagaimana SIM berperan dalam pengelolaan informasi dan mendukung pengambilan keputusan, maka penerapannya dalam lingkup kelembagaan yang lebih luas menjadi semakin penting terutama di sektor publik. Sistem ini berpotensi mendorong efisiensi layanan, memperkuat transparansi, dan memastikan informasi dapat tersampaikan secara terbuka dan tepat kepada masyarakat. Namun, keberhasilan dari sistem informasi manajemen pada sektor publik sangat bergantung pada pendekatan holistik yang mempertimbangkan aspek teknologi, proses, dan sumber daya manusia (Rangkuti & Nasution, 2025).

2.2.1 Komunikasi Kebijakan

Keberhasilan dalam menerapkan suatu kebijakan sangat bergantung pada sejauh mana setiap individu yang bertanggung jawab memahami standar dan tujuan dari kebijakan tersebut (Yuwafik, dkk., 2022). Pemahaman terhadap standar dan tujuan kebijakan oleh pelaksana sangat penting agar implementasi berjalan sesuai arah yang diharapkan. Dalam hal ini, komunikasi kebijakan yang efektif menjadi sarana utama untuk menyampaikan maksud dan arah kebijakan secara jelas dan konsisten.

Menurut Zaini dan Muksin (2024) Komunikasi kebijakan adalah proses penyampaian informasi yang berlangsung dalam lingkungan pemerintahan, yang berfungsi untuk mengomunikasikan pesan, program, serta ide-ide pemerintah

kepada masyarakat guna mendukung pencapaian tujuan negara. Selanjutnya, Menurut Edward III dalam (Posangi, dkk., 2022), komunikasi kebijakan merupakan proses penyampaian kebijakan publik kepada organisasi publik dan para pemangku kepentingan, yang bertujuan untuk memastikan kebijakan dapat dilaksanakan secara baik dan efektif melalui komunikasi yang jelas antara pelaksana program dan masyarakat. Edward III menyatakan bahwa ada tiga hal penting dalam dimensi komunikasi kebijakan, antara lain: transmisi, yaitu cara informasi disampaikan kepada publik, kejelasan (*clarity*) informasi yang disampaikan, dan konsisten penyampaian informasi itu sendiri.

2.2.2 Diseminasi Informasi

Kusumajanti, dkk., (2018) mengatakan bahwa diseminasi memiliki makna yang sepadan dengan penyebaran, yaitu proses penyampaian informasi kepada individu atau kelompok agar mereka dapat mengakses, memahami, menerima, dan memanfaatkan informasi tersebut. Selanjutnya, Azizah (dalam Fatkhah, dkk., 2020) menjelaskan bahwa diseminasi informasi merupakan aktivitas yang dirancang secara sistematis untuk kemudian disampaikan kepada masyarakat yang memerlukan informasi. Sejalan dengan hal tersebut, Siahaan, dkk., (2021) mengatakan diseminasi informasi adalah tindakan penyebran informasi serta inovasi yang dilakukan kepada khalayak.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa diseminasi informasi adalah suatu proses penyebaran informasi yang dilakukan secara terencana dan ditujukan kepada individu atau kelompok masyarakat agar mereka memperoleh, memahami, dan memanfaatkan informasi tersebut. Proses ini tidak hanya mencakup penyampaian pesan, tetapi juga mendorong kesadaran dan penerimaan informasi oleh khalayak secara luas.

2.3 Tata Kelola Media Sosial

Saat ini, tata kelola media sosial menjadi elemen penting untuk memastikan informasi yang disebarakan melalui platform digital dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal. Konsep mengenai tata kelola media sosial telah diperkenalkan oleh Anne Linke dan Ansgar Zerfass (2013), yang menyatakan ada dua pemahaman mengenai tata kelola media sosial (*social media governance*), yaitu

tata kelola yang berfokus hanya pada kebijakan media sosial dan pemahaman tata kelola yang lebih luas berdasarkan kerangka regulasi.

1. Tata Kelola Media Sosial Berdasarkan Pedoman

Pedoman media sosial, juga dikenal sebagai kebijakan blog atau pedoman jejaring yang berfungsi menjelaskan dan memberikan saran tentang bagaimana komunikasi media sosial harus ditangani oleh seluruh anggota organisasi dan bagaimana pedoman tersebut dapat memungkinkan mereka semua menjadi komunikator dalam lingkungan daring yang partisipatif.

2. Tata Kelola Media Sosial Berdasarkan Kerangka Regulasi yang Lebih Luas

Disini, tata kelola media sosial tidak cukup jika hanya dengan aturan, diperlukan kerangka kerja menyeluruh seperti dalam teori tata kelola perusahaan. Penggunaan media sosial secara strategis membutuhkan sumber daya seperti karyawan terlatih, teknologi informasi, anggaran, serta budaya dan struktur organisasi yang mendukung. Hal ini mencakup penugasan tanggung jawab, pemantauan, umpan balik, dan rutinitas editorial.

Dua pemahaman tata kelola media sosial oleh Anne Linke dan Ansgar Zerfass (2013), menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital tidak cukup hanya mengandalkan aturan formal. Efektivitasnya bergantung pada struktur organisasi yang jelas, budaya kerja terbuka, dan keterampilan digital karyawan. Ketika media sosial terintegrasi dalam strategi komunikasi dan manajemen talenta, organisasi dapat merespons dinamika digital secara adaptif dan bertanggung jawab, menjadikannya peluang untuk memperkuat citra dan daya saing.

Selanjutnya, Gohar F. Khan (2017) menyatakan bahwa tata kelola media sosial pemerintahan bukan sekadar aktivitas digital seperti mengunggah postingan, memberi tanda suka, atau membagikan konten. Namun, seharusnya tata kelola media sosial ini mengedepankan nilai-nilai berbagi, transparansi, keterbukaan, dan kolaborasi sebagai bagian dari budaya pemerintahan digital. Pendekatan ini dikenal sebagai *Social-Media-Based Government* (SMBG), yang menjadi landasan dalam menganalisis praktik diseminasi informasi melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfotik) Provinsi Lampung. SMBG menekankan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi

bagian dari sistem tata kelola pemerintahan yang berbasis prinsip budaya STOC, yaitu *Sharing* (S), *Transparency* (T), *Openness* (O), dan *Collaboration* (C). Dalam konteks diseminasi informasi publik, prinsip-prinsip STOC menjadi penting karena memungkinkan penyampaian informasi yang lebih terarah, membangun kepercayaan publik, serta membuka ruang partisipasi dan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat.

1. Berbagi (*Sharing*)

Berbagi merupakan tahap awal dalam pemanfaatan media sosial oleh pemerintah, di mana fokus utamanya adalah menyampaikan informasi kepada publik secara luas dan cepat. Pemerintah memanfaatkan beragam media digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan blog untuk menyebarkan berita, kebijakan, agenda publik, serta data layanan. Tujuan dari berbagi ini adalah meningkatkan aksesibilitas informasi, memperluas jangkauan komunikasi, dan membangun kesadaran masyarakat terhadap program-program pemerintah. Meskipun bersifat satu arah, tahap ini penting sebagai fondasi keterlibatan digital antara pemerintah dan warga.

2. Transparansi (*Transparency*)

Transparansi menekankan pentingnya keterbukaan pemerintah dalam proses pengambilan keputusan, pengelolaan anggaran, dan pelaksanaan kebijakan. Melalui media sosial dan teknologi digital, pemerintah dapat menunjukkan akuntabilitasnya dengan mempublikasikan data kinerja, laporan keuangan, dan proses legislatif secara real-time. Transparansi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan publik, mengurangi potensi korupsi, dan memperkuat legitimasi institusi pemerintah. Ketika warga dapat melihat dan memahami bagaimana keputusan dibuat, mereka cenderung lebih percaya dan mendukung kebijakan yang diambil.

3. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan berarti pemerintah tidak hanya menyampaikan informasi, melainkan juga memberi kesempatan kepada publik untuk berpartisipasi melalui masukan, kritik, dan saran. Dalam konteks ini, media sosial menjadi wadah dialog yang memungkinkan warga menyuarakan pendapat mereka secara langsung kepada pengambil kebijakan. Pemerintah yang terbuka akan

lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan mampu menyesuaikan kebijakan berdasarkan aspirasi publik.

4. Kolaborasi (*Collaboration*)

Kolaborasi adalah tahap paling maju dalam kerangka STOC, di mana terjalin kemitraan antara pemerintah, lembaga publik, sektor swasta, dan masyarakat, yang bertujuan membangun kerja sama dalam menjalankan fungsi Media sosial berperan sebagai jembatan kolaboratif yang memungkinkan pertukaran ide, pelaporan masalah, dan pengembangan inovasi bersama yang bertujuan untuk membangun kerja sama dalam menjalankan fungsi partisipatif melalui platform digital (Khan, 2017).

Sejalan dengan hal tersebut, Ardiato (2023) menyatakan bahwa tata kelola media sosial dikatakan efektif jika tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga mampu memperkuat transparansi dan akuntabilitas publik. Media sosial seharusnya menjadi alat strategis untuk membangun kepercayaan melalui keterbukaan data dan pelaporan kinerja yang mudah diakses. Dengan pendekatan partisipatif serta adanya mekanisme umpan balik dan pelibatan masyarakat, media sosial dapat berfungsi sebagai alat pengawasan sosial. Oleh karena itu, tata kelola yang baik mencerminkan bukan hanya kemampuan teknis, tetapi juga komitmen terhadap prinsip-prinsip *good governance* seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi, dan responsivitas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Gohar F. Khan (2017) melalui konsep *Social-Media-Based Government* (SMBG) dengan prinsip STOC (*Sharing, Transparency, Openness, Collaboration*) sebagai kerangka analisis diseminasi informasi oleh Diskominfo Provinsi Lampung. Model ini dipandang relevan karena menekankan bagaimana pemerintah daerah menyebarkan informasi secara luas, transparan, terbuka, dan konsisten melalui media sosial. Dengan fokus pada diseminasi informasi, STOC memberikan landasan yang jelas untuk menilai sejauh mana akun resmi Diskominfo mampu menyampaikan informasi publik secara efektif dan dapat diakses oleh masyarakat.

Di Indonesia, sejumlah platform media sosial menjadi pilihan utama masyarakat, terbukti dari tingginya jumlah pengguna. Berdasarkan laporan *Digital 2024*:

Indonesia yang dirilis oleh *We Are Social*, platform-platform yang paling banyak digunakan antara lain:

1. YouTube

YouTube merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk menonton video, membagikan video, ataupun mengupload video dengan maksimal durasi 12 jam per video. Saat ini youtube termasuk salah satu media internet paling populer di kalangan semua umur, serta penggunaanya juga tersebar luas di seluruh dunia (Reynata, 2022). Semenjak peristiwa Covid-19, Youtube sering digunakan dalam proses pembelajaran jarak jauh. Bahkan, sekarang ini Youtube juga sering digunakan untuk memenuhi hiburan lain, seperti *podcast*, vlog, bahkan siaran Tv pun sudah ditayangkan di Youtube.

2. TikTok

Hampir sama dengan Youtube, Tiktok juga merupakan media sosial yang didalamnya menampilkan sajian konten berupa informasi, *life style*, ataupun edukasi berbasis video, namun dengan durasi yang lebih pendek yaitu maksimal 10 menit per video. TikTok pertama kali diluncurkan di China pada tahun 2016 dengan nama Douyin, lalu diperkenalkan secara global pada tahun 2017 sebagai TikTok, setelah bergabung dengan aplikasi *lip sync* populer, yaitu Musical.ly (Firamadhina dan Krisnani, 2021).

3. Facebook

Facebook merupakan platform media sosial yang didirikan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg bersama sejumlah rekan mahasiswanya. Awalnya, ayanan ini hanya terbatas untuk mahasiswa Harvard, lalu diperluas ke universitas lain seperti Boston, Ivy League, dan Stanford, sebelum akhirnya terbuka bagi mahasiswa dari berbagai universitas lainnya (Amiman, dkk., 2022). Kini, Facebook dapat diakses oleh semua kalangan dan dimanfaatkan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, membangun jejaring, serta mendukung bisnis dan edukasi.

4. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang didalamnya pengguna dapat membagikan foto ataupun video kepada pengikut (*followers*), baik dalam bentuk postingan (*feeds*) maupun cerita (*story*). Foto ataupun video yang

dibagikan bisa memuat informasi mengenai kegiatan sehari-hari, edukasi, berita, ataupun kegiatan yang dilakukan pemerintah. Saat ini, Instagram terus mengupdate berbagai fitur-fitur menarik supaya pengalaman pengguna semakin interaktif dan kreatif. Seperti fitur kolaborasi pengguna yang memungkinkan dua atau lebih akun untuk berbagi satu konten secara bersamaan, dan juga fitur *Reels* untuk video pendek yang menghibur, semua pembaruan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperluas jangkauan informasi secara instan.

5. X (Twitter)

X, yang sebelumnya Twitter, merupakan media sosial berbasis mikroblog yang memungkinkan pengguna untuk membagikan pemikiran, opini, atau informasi secara singkat dan cepat. Seiring perkembangannya, X tidak hanya digunakan untuk menulis teks, tetapi juga mendukung berbagai format konten seperti gambar, video, GIF, dan siaran langsung melalui fitur *Spaces* dan *Live*. Platform ini juga dikenal dengan sistem *hashtag* dan *trending topics*, yang memudahkan pengguna mengikuti isu-isu terkini secara *real-time*.

Peneliti memilih Instagram sebagai fokus analisis karena platform ini menempati posisi strategis dalam ekosistem media sosial di Indonesia, dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan tingkat keterlibatan yang tinggi. Berbeda dengan platform lain, Instagram memiliki karakter visual yang kuat melalui fitur unggahan foto, video, *story*, dan *reels*, sehingga sangat efektif digunakan untuk diseminasi informasi publik secara cepat, menarik, dan mudah diakses. Selain itu, Instagram juga memungkinkan interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat melalui komentar, *likes*, maupun fitur kolaborasi, sehingga dapat menjadi indikator yang jelas untuk mengukur partisipasi warga negara (*engagement*). Dengan karakteristik tersebut, Instagram dipandang paling relevan untuk menilai sejauh mana Diskominfo Provinsi Lampung memanfaatkan media sosial dalam mencapai tujuan diseminasi informasi publik.

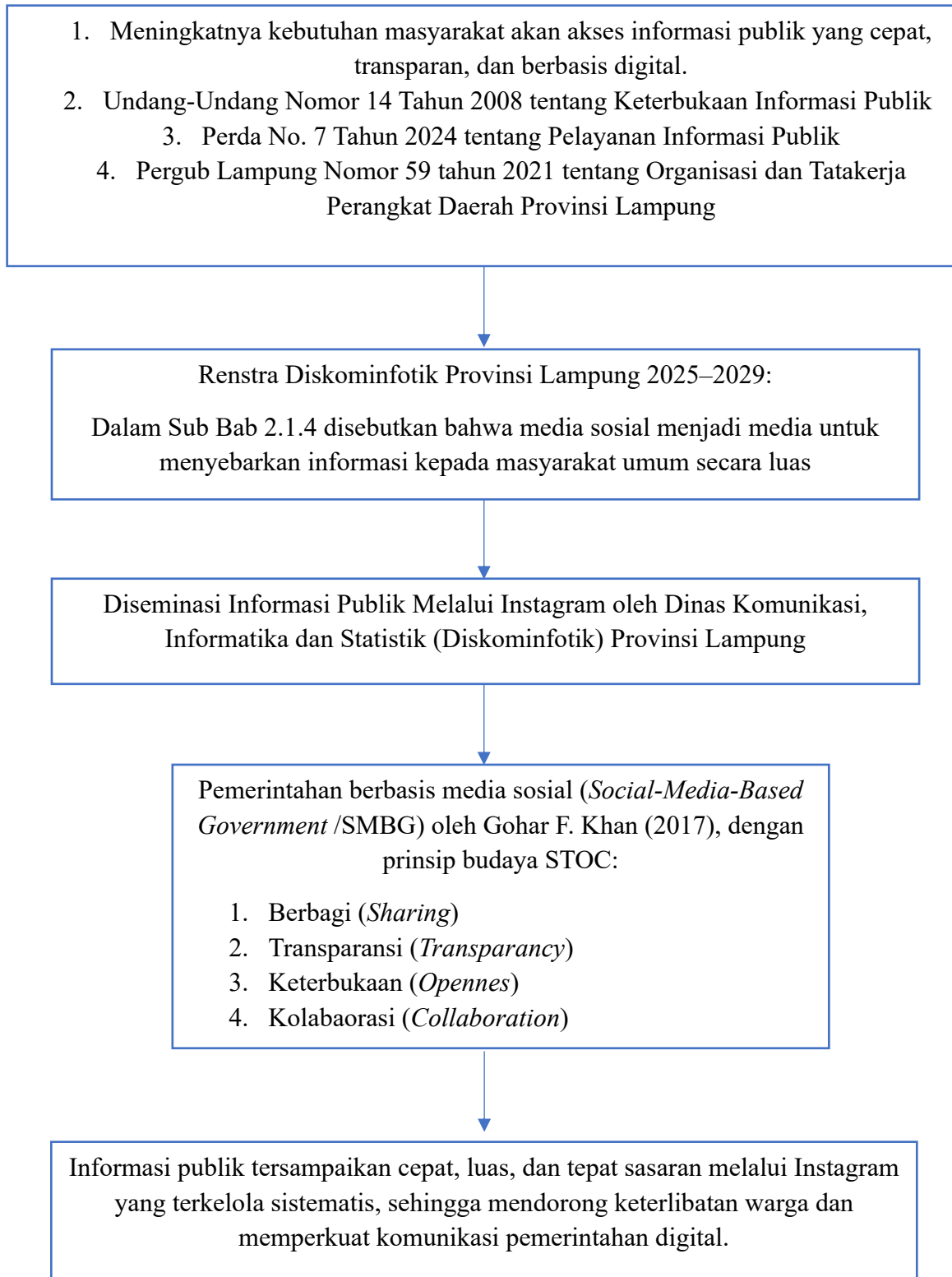
2.4 Kerangka Pikir

Fokus penelitian ini diarahkan pada analisis diseminasi informasi publik melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo)

Provinsi Lampung dengan menggunakan pendekatan *Social-Media-Based Government* (SMBG) dari Gohar F. Khan (2017). Analisis dilakukan melalui prinsip STOC (*Sharing, Transparency, Openness, Collaboration*) yang menekankan bahwa media sosial merupakan bagian dari tata kelola pemerintahan modern.

Prinsip *sharing* atau berbagi digunakan untuk melihat bagaimana Diskominfo menyebarkan informasi publik secara konsisten dan relevan kepada masyarakat, baik berupa berita, agenda kegiatan, maupun layanan pemerintah. Prinsip *transparency* atau transparansi menilai sejauh mana keterbukaan informasi dijalankan, misalnya dalam penyampaian kebijakan, laporan program kerja, dan aktivitas pemerintahan yang dipublikasikan secara terbuka. Prinsip *openness* atau keterbukaan menekankan ruang partisipasi publik yang dibuka melalui interaksi digital, seperti komentar, polling, atau diskusi daring yang memungkinkan masyarakat memberikan masukan. Sedangkan prinsip *collaboration* atau kolaborasi menilai bentuk kerja sama antar-OPD, komunitas, dan masyarakat dalam memperluas penyebaran informasi melalui kampanye digital bersama.

Dengan kerangka ini, penelitian diarahkan untuk menilai bagaimana diseminasi informasi publik melalui Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen tata kelola pemerintahan yang transparan, terbuka, kolaboratif, dan mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah.



Gambar 2. Kerangka Pikir

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sebagaimana dijelaskan Creswell (2014), penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang perilaku, pandangan, dan pengalaman manusia serta bagaimana faktor sosial dan budaya membentuk hal-hal tersebut (Hasan, 2025:4). Sementara itu, tipe deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci karakteristik fenomena yang diteliti sesuai dengan fokus masalah yang diangkat. Penelitian ini lebih menekankan pada proses pengumpulan dan pemahaman data daripada pencapaian hasil akhir, dengan teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi yang memungkinkan peneliti memperoleh gambaran menyeluruh dan kontekstual dari objek yang diteliti.

Pemilihan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam praktik pengelolaan diseminasi informasi melalui Instagram oleh instansi pemerintah, khususnya Diskominfo Provinsi Lampung dalam meningkatkan informasi publik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri makna, strategi, dan konteks komunikasi yang digunakan dalam pengelolaan akun-akun tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah sebagai sarana informasi publik yang lebih terbuka dan interaktif.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan pada analisis praktik diseminasi informasi melalui akun Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung dengan menggunakan Pendekatan *Social-Media-Based Government* (SMBG) dengan konsep budaya digital STOC yang dikembangkan oleh Gohar F. Khan (2017). Pendekatan ini memandang media sosial sebagai bagian integral dari tata kelola pemerintahan modern yang menekankan nilai-nilai partisipatif dan kolaboratif. Konsep STOC terdiri dari empat prinsip utama yaitu:

- a. *Sharing* atau berbagi merujuk pada praktik Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyampaikan informasi publik secara aktif dan konsisten kepada masyarakat. Dalam konteks ini, Diskominfo Provinsi Lampung menggunakan Instagram untuk membagikan informasi terkait program kerja, layanan publik, dan agenda pemerintahan, sehingga masyarakat dapat mengakses informasi secara cepat dan luas.
- b. *Transparency* atau transparansi, mengacu pada keterbukaan oleh Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyampaikan informasi yang bersifat strategis dan akuntabel, seperti laporan kinerja, penggunaan anggaran, dan kebijakan daerah. Transparansi menjadi penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah.
- c. *Openness* atau keterbukaan, mencerminkan sejauh mana Diskominfo Provinsi Lampung menyediakan ruang partisipasi bagi masyarakat dalam proses komunikasi digital. Masyarakat dapat menyampaikan pendapat, kritik, maupun pertanyaan, yang menunjukkan adanya dialog dua arah antara pemerintah dan publik.
- d. *Collaboration* atau kolaborasi, menunjukkan kerja sama antara Diskominfo Provinsi Lampung dengan berbagai aktor, seperti instansi lain, komunitas, dan masyarakat umum, dalam penyebaran informasi. Kolaborasi ini dapat berbentuk kampanye bersama, siaran langsung, atau promosi konten lintas lembaga, yang bertujuan untuk membangun kerja sama dalam menjalankan fungsi partisipatif melalui platform digital.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi No. 69, Talang, Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Lokasi ini dipilih karena Diskominfo merupakan perangkat daerah yang memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan diseminasi informasi publik melalui media sosial resmi pemerintah daerah, khususnya dalam pengelolaan komunikasi digital kepada masyarakat.

Selain dilakukan secara fisik di instansi tersebut, penelitian ini juga memanfaatkan lokus virtual melalui observasi terhadap empat akun Instagram resmi yang dikelola oleh Diskominfo Provinsi Lampung, yaitu @diskominfo.lampung, @lampungprovgo, @siardata.lampung, dan @humas.lampung. Observasi pada media digital ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis pola penyebaran informasi, karakteristik konten, serta tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) secara lebih dinamis dan berkelanjutan. Dengan mengombinasikan lokasi fisik dan virtual, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik diseminasi informasi publik dalam kerangka komunikasi pemerintahan berbasis media sosial.

3.4 Jenis Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kegiatan lapangan berupa proses wawancara dan hasil observasi. Wawancara dilakukan dengan sejumlah informan yang dipilih secara sengaja menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik ini menekankan pemilihan informan berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan fokus dan sasaran penelitian (Muksin, dkk., 2024:46). Informan ditentukan karena memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam praktik diseminasi informasi publik melalui media sosial di lingkungan Diskominfo Provinsi Lampung. Adapun kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas diseminasi informasi melalui akun Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen-dokumen yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen tersebut meliputi arsip internal Diskominfotik seperti laporan aktivitas media sosial, SOP Diseminasi Informasi, dokumentasi konten Instagram, serta data lain yang mendukung analisis praktik diseminasi informasi publik. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat temuan dari hasil wawancara dan observasi lapangan, khususnya dalam memahami strategi penyampaian informasi, pola komunikasi, dan efektivitas media sosial dalam menjangkau masyarakat.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data merupakan bagian penting dalam penelitian kualitatif karena menentukan kualitas informasi yang diperoleh. Dalam proses ini, peneliti terlibat langsung di lapangan sebagai instrumen kunci untuk menggali data secara mendalam. Teknik yang digunakan meliputi observasi terhadap aktivitas diseminasi informasi melalui media sosial, wawancara dengan informan yang relevan, serta dokumentasi terhadap arsip dan laporan yang mendukung fokus penelitian. Ketiga teknik ini digunakan secara terpadu untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai praktik diseminasi informasi publik melalui Instagram oleh instansi pemerintah.

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara terencana dan sistematis dengan cara mengamati serta mencatat fenomena yang diteliti (Abdussamad, 2021:147). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas diseminasi informasi melalui akun Instagram oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung. Fokus pengamatan mencakup alur kerja tim media sosial, proses produksi konten, serta pola komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat.

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrumen dalam pengumpulan data yang memungkinkan peneliti menggali data secara langsung, baik secara fisik maupun virtual (Ratnaningtyas, 2023:36). Teknik ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan teknik semi-terstruktur, menggunakan daftar pertanyaan yang fleksibel sehingga memungkinkan eksplorasi lebih lanjut (Muksin, dkk., 2024:48). Pendekatan ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih mendalam dan terbuka.

Wawancara dilakukan terhadap pengelola akun atau admin Instagram Diskominfo Provinsi Lampung untuk menggali pengalaman, strategi, dan pandangan mereka dalam mendiseminasikan informasi publik melalui media sosial. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan Kepala Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik (PLIP) sebagai pihak yang membawahi tim media sosial. Informan ini berperan penting dalam memberikan perspektif kebijakan, arahan strategis, serta pengambilan keputusan terkait penyampaian informasi publik melalui platform digital. Informan eksternal dalam penelitian ini mencakup dua orang perwakilan warga internet (*internet citizen/netizen*) yang secara aktif mengikuti akun Instagram Diskominfo. Kehadiran informan dari kalangan pengguna media sosial ini bertujuan untuk memperoleh perspektif publik mengenai efektivitas diseminasi informasi, kualitas interaksi akun dengan masyarakat, serta tingkat kepercayaan dan partisipasi terhadap konten yang disajikan.

Dengan kombinasi informan internal (admin dan pejabat struktural) serta eksternal (pengguna aktif), wawancara ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai praktik diseminasi informasi publik melalui Instagram oleh Diskominfo Provinsi Lampung.

Tabel 4. Informan Penelitian

| No | Informan | Informasi yang didapat |
|----|--|--|
| 1 | Zainal Mutaqim, S.IP, M.M. (Kepala Bidang Pengelolaan Layanan dan Informasi Publik atau PLIP Diskominfo Provinsi Lampung) | Memberikan gambaran strategis mengenai arah diseminasi informasi publik digital, penerapan prinsip STOC dalam diseminasi informasi, serta dukungan terhadap kolaborasi antar-OPD melalui media sosial khususnya Instagram. |

| | | |
|---|---|--|
| 2 | Barly Yusdha, A.Md. (Admin akun Instagram @diskominfotik.lampung) | Menjelaskan strategi penyajian informasi umum lintas sektor, pengelolaan konten kolaboratif antar-OPD, serta pendekatan komunikasi yang mendukung keterbukaan dan partisipasi publik. |
| 3 | Cecillia Inezta Damayanti, S.Pd. (Admin akun Instagram @lampungrovgoid) | Menguraikan praktik diseminasi informasi kegiatan resmi pemerintah, dokumentasi program kerja, dan penyajian konten yang aktual dan transparan terkait aktivitas pimpinan daerah. |
| 4 | Yogi Purnomo Putra, S.Kom. (Admin akun Instagram @siardata.lampung) | Menyampaikan strategi penyajian informasi berbasis data dan statistik pembangunan dalam bentuk infografis yang mudah dipahami, mendukung transparansi dan literasi publik. |
| 5 | Mohammad Afief Esyarito S.Sos. (Admin akun Instagram @humas.lampung) | Menggambarkan pendekatan visual dalam diseminasi informasi umum melalui konten berbentuk <i>reels</i> , serta upaya menjangkau audiens aktif dengan gaya penyajian yang dinamis dan interaktif. |
| 6 | Dua orang perwakilan Warga Internet (<i>Internet Citizen/Netizen</i>) yang mengikuti keseluruhan akun Instagram Diskominfotik | Memberikan perspektif publik terkait kualitas konten, kemudahan akses informasi, keterlibatan audiens, serta efektivitas penyampaian informasi publik melalui berbagai format dan gaya penyajian akun. |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2025

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk pencatatan atas kejadian yang telah berlangsung, yang dapat disajikan melalui tulisan, visual, atau karya bernilai dari seseorang (Abdussamad, 2017:147). Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk menelusuri jejak praktik diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram oleh Diskominfotik Provinsi Lampung. Dokumen yang dikumpulkan meliputi arsip unggahan konten Instagram, jadwal publikasi informasi, pedoman kerja tim media sosial, serta dokumen pendukung lain yang menunjukkan strategi penyampaian informasi, bentuk konten, dan pola komunikasi digital yang diterapkan. Data dokumentasi ini berfungsi untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara, serta memberikan bukti konkret mengenai pelaksanaan diseminasi informasi publik secara digital.

Tabel 5. Dokumen Penelitian

| No | Dokumen | Informasi yang didapat |
|----|--|---|
| 1 | Rencana Strategis (Renstra) Diskominfotik Provinsi Lampung Periode 2025-2029 | Dokumen ini digunakan untuk memahami arah kebijakan diseminasi informasi publik. Hasil telaah menunjukkan bahwa media sosial ditetapkan sebagai instrumen utama penyebaran informasi digital yang terbuka dan mudah diakses, termasuk melalui Instagram resmi pemerintah daerah. |
| 2 | Jadwal perencanaan konten media sosial | Pernah terdapat perencanaan konten yang digunakan sebagai pedoman publikasi, namun tidak berlangsung secara berkelanjutan dan hanya diterapkan dalam periode tertentu. Saat ini, perencanaan konten bersifat fleksibel dan menyesuaikan agenda kegiatan instansi. |
| 3 | Arsip unggahan akun Instagram Diskominfotik Provinsi Lampung (@diskominfotik.lampung, @humas.lampung, @siardata.lampung, @lampungprovgoid) | Data diperoleh dari arsip unggahan berupa dokumentasi konten visual (foto, infografis, dan reels) yang dipublikasikan di Instagram. Namun, data yang tersedia hanya mencakup isi unggahan tanpa informasi interaksi seperti likes, komentar, share, maupun repost, sehingga analisis difokuskan pada konten dan pola penyajian informasi. |
| 4 | Konten visual (gambar, infografis, reels) yang diunggah di akun Instagram @diskominfotik.lampung, @humas.lampung, @siardata.lampung, dan @lampungprovgoid. | Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap unggahan Instagram satu per satu. Hasil observasi digunakan untuk menganalisis jenis konten, frekuensi unggahan, pola kolaborasi, serta gaya penyajian informasi publik dalam diseminasi informasi pemerintah daerah. |
| 5 | Pedoman/SOP diseminasi informasi publik | Dokumen ini digunakan untuk mengetahui standar prosedur pelaksanaan diseminasi informasi publik. Hasil temuan menunjukkan bahwa SOP telah memuat alur prosedur diseminasi informasi, mulai dari proses perencanaan, kurasi konten, persetujuan, hingga publikasi, yang menjadi acuan dalam pengelolaan konten media sosial pemerintah daerah. |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2025

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Heeringa *et al.* (2017), Analisis data merupakan proses sistematis untuk menyusun dan mengelompokkan data ke dalam pola, kategori, serta unit deskriptif dasar, sehingga hasilnya dapat dipahami dengan jelas oleh peneliti maupun pihak lain. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan tahapan yang melibatkan seleksi, peringkasan, dan penataan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti transkrip wawancara, observasi, dan dokumen. Dalam penelitian ini, data yang dikondensasi difokuskan pada praktik diseminasi informasi publik melalui Instagram, termasuk pola interaksi dalam pemerintahan berbasis media sosial (*Social-Media-Based Government /SMBG*).

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah dikondensasi, data diatur dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks agar pola hubungan antar informasi menjadi lebih jelas. Penyajian tersebut bertujuan untuk menggambarkan hasil analisis mengenai penyebaran informasi secara sistematis, seperti jumlah unggahan, jenis materi, metode komunikasi, dan respons audiens.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dirumuskan berdasarkan pola dan kecenderungan yang muncul dari data, seperti efektivitas strategi diseminasi, penerapan prinsip transparansi dan kolaborasi, serta respon publik terhadap konten yang disajikan. Proses ini dilakukan secara berkelanjutan hingga diperoleh pemahaman yang utuh dan mendalam mengenai praktik diseminasi informasi publik melalui media sosial pemerintah daerah.

Melalui penerapan model ini, peneliti bertujuan untuk menyusun analisis yang sistematis, dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, dan relevan dengan teori serta arah penelitian terkait diseminasi informasi publik berbasis digital.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam pendekatan kualitatif, keabsahan data dipandang sebagai bentuk kesetaraan dengan validitas dan reliabilitas, namun dirumuskan sesuai dengan prinsip dan logika keilmuan yang dianut. Untuk menjamin keabsahan, diperlukan penerapan teknik verifikasi yang didasarkan pada kriteria yang relevan dengan konteks dan tujuan penelitian. Empat kriteria yang digunakan dalam uji keabsahan data meliputi, derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*) (Rukajat, 2018:7).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data dengan memanfaatkan sumber atau pendekatan lain sebagai alat pembandingan terhadap data yang diperoleh. Menurut Moloeng (2016) terdapat empat macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik, dan triangulasi teori (Saleh, 2017:199). Dalam penelitian ini digunakan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan hasil data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat memastikan konsistensi dan keakuratan informasi. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melibatkan berbagai informan yang berbeda, seperti pengelola akun (*admin*) Instagram Diskominfo, pejabat struktural di instansi terkait, serta pengikut aktif (*followers*) akun Instagram yang dikelola Diskominfo, sehingga data yang diperoleh lebih beragam dan objektif.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram oleh Diskominfotik Provinsi Lampung dalam kerangka *Social-Media-Based Government* (SMBG) secara umum telah berjalan dengan baik pada aspek *sharing* dan *transparency*, namun masih belum optimal pada aspek *openness* dan *collaboration*. Aktivitas penyebaran informasi telah berlangsung aktif dan terstruktur serta didukung oleh penyajian informasi yang relatif transparan. Sementara itu, aspek *collaboration* telah terlihat melalui koordinasi dengan OPD, media lokal, komunitas digital, dan akun pemerintah lainnya dalam memperluas distribusi informasi, tetapi masih terbatas pada tingkat operasional dan belum didukung oleh mekanisme formal maupun perencanaan bersama yang terintegrasi. Adapun aspek *openness* masih menunjukkan keterbatasan, terutama pada respons yang belum konsisten dan komunikasi yang belum sepenuhnya partisipatif.

Dalam konteks perbandingan praktik diseminasi informasi tersebut, akun @humas.lampung dapat dinilai sebagai akun yang paling sesuai dengan konsep SMBG, karena paling mampu mengintegrasikan penyebaran informasi, keterbukaan komunikasi, dan keterlibatan publik. Hal ini terlihat dari kemampuannya dalam membangun interaksi dua arah melalui respons yang lebih aktif, serta menghasilkan tingkat *engagement* yang tinggi, terutama melalui konten yang menarik seperti format *reels*. Selain itu, akun ini juga menunjukkan peran yang lebih aktif dalam inisiatif kolaborasi, sehingga tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mendorong keterlibatan publik secara lebih luas.

Penelitian ini terbatas pada analisis diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram yang dikelola oleh Diskominfo Provinsi Lampung sepanjang tahun 2025, sehingga belum mencakup penggunaan platform media sosial lainnya maupun bentuk penyebaran informasi di luar Instagram. Selain itu, penelitian ini belum menggambarkan perkembangan strategi diseminasi informasi secara jangka panjang atau perbandingan antar periode. Penggunaan kerangka *Social-Media-Based Government (SMBG)* membantu menganalisis aspek *sharing*, *transparency*, *openness*, dan *collaboration*, namun belum sepenuhnya mampu menangkap seluruh dinamika pengelolaan informasi publik, terutama yang berkaitan dengan variasi platform dan strategi komunikasi yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram oleh Diskominfo Provinsi Lampung, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai upaya perbaikan ke depan:

1. Peningkatan aspek *openness* (keterbukaan) perlu dilakukan melalui konsistensi dalam merespons pertanyaan, komentar, dan aspirasi masyarakat pada media sosial. Selain itu, Diskominfo Provinsi Lampung perlu lebih aktif menginformasikan berbagai kanal komunikasi dan pengaduan yang tersedia, seperti aplikasi Lampung.In, sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai mekanisme penyampaian aspirasi dan tindak lanjut yang dapat dilakukan.
2. Penguatan aspek *collaboration* (kolaborasi) perlu dilakukan melalui penyusunan mekanisme koordinasi yang lebih terstruktur dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial. Meskipun kolaborasi telah dilakukan melalui *collab posting* dan koordinasi antar akun, ke depan diperlukan pedoman atau pola kerja yang lebih jelas agar sinergi antar OPD, media lokal, dan pihak terkait dapat berjalan lebih terarah, konsisten, dan mendukung efektivitas diseminasi informasi publik secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Alenzi, H. A., & Miskon, S. (2024). Government to citizens communication via social media platforms: Literature review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(5), 1020-1035.
- Amiman, R., Moku, B. J., & Tumengkol, S. (2022). Peran Media Sosial Facebook Terhadap Kehidupan Masyarakat Di Desa Lalue Kecamatan Essang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3).
- Arianto, B. (2023). Tata kelola media sosial sebagai institusionalisasi praktik akuntansi dalam pengelolaan dana desa di Indonesia. *Akuntansi Dan Teknologi Informasi*, 16(2), 106-127.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Diakses pada tanggal 13 September 2025 <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Azizah, N. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Dinas Perhubungan Provinsi Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Chang, A. M., & Kannan, P. K. (2008). *Leveraging Web 2.0 in government*. Washington, DC: IBM Center for the Business of Government.

- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses pada tanggal 13 September 2025. <https://datareportal.com/reports/digital2024indonesia?rq=digital%20Indonesia%2024>
- Diskominfo Provinsi Lampung. (2025). Pemprov Lampung Optimalkan Pengelolaan Media Sosial dan Keterbukaan Informasi Publik. Diakses pada tanggal 23 November 2025 <https://diskominfo.lampungprov.go.id/detail-post/pemprov-lampung-optimalkan-pengelolaan-media-sosial-dan-keterbukaan-informasi-publik>
- Erwin, E., Judijanto, L., Anggraeni, A. F., Nurfaidah, N., Damayanti, F., Sari, H. E., & Indrayani, N. (2024). *Sistem Informasi Manajemen: Teori, Prinsip dan Penerapan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fatkah, U., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2020). Diseminasi informasi zero waste oleh Yayasan Pengembangan Biosains dan Bioteknologi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(1), 49-68.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). *Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok sebagai Media Edukasi dan Aktivisme*. *SHARE: Social Work Journal*, 11(2), 179–188.
- Haryanti, S., & Rusfian, E. Z. (2018). Government public relations and social media: bridging the digital divide on people with social welfare problems. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 22(2), 128-145.
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., ... & Hakim, A. R. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Heeringa, S. G., West, B. T., Heeringa, S. G., & Berglund, P. A. (2017). *Applied survey data analysis*. Chapman and Hall/CRC.
- Irawan, A., & Pujiyanto, R., (2023). *Sistem Informasi Manajemen*. PUSTAKABARUPRESS.

- Kartiwa, D. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN PUBLIK MELALUI AKUN INSTAGRAM @bandungsiaga112. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(4), 31-40.
- Khan, G. F. (2017). Social media for Government. *Social Media for Government*, 7-21.
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., & Handrina, E. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1), 23-32.
- Linke, A., & Zerfass, A. (2013). Social media governance: regulatory frameworks for successful online communications. *Journal of Communication Management*, 17(3), 270-286.
- Maryanti, S., Komariah, N., & Rodiah, S. (2022). Diseminasi informasi publik oleh pejabat pengelola informasi dan dokumentasi kota banjar sebagai upaya keterbukaan informasi publik. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 517-533.
- Matthews, B. M. Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi, 3*.
- Meutia, I. F. (2017). *Reformasi Administrasi Publik*. AURA CV. Anugrah Utama Raharja, Bandar Lampung.
- Muksin, N. N., Marini, Jati, R. P., & Mauliansyah, F. (2024). *Metodologi penelitian bidang sosial dan komunikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nova, R. D. R., & Dompok, T. (2024, September). Memanfaatkan teknologi informasi dalam mewujudkan good governance di pemerintahan kota batam. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 6, pp. 303-307).
- Pemerintah Provinsi Lampung. (2025). *Rencana strategis Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung 2025–2029*.

- Posangi, H. A., Lengkong, F., & Dengo, S. (2020). Komunikasi Dalam Implementasi Kebijakan Pelayanan Administrasi Kependudukan Dilakukan Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(94).
- Priliantini, A., Suwanto, K., & Sari, M. P. (2018). Diseminasi Informasi Publik Oleh Humas Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Dalam Meningkatkan Public Awareness. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 116-126.
- Putra, A. M. H. (2024). *Keterbukaan Informasi Publik Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Komisi Pemilihan Umum Kota Sawahlunto* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Rahmah, F. R., Sutami, N. A. Z. S., Amanda, M. D. A., & Asbari, M. A. (2025). Ledakan Informasi dan Kesehatan Mental: Peran Kecerdasan Emosional di Era Digita. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 4(2), 19-28.
- Rangkuti, Z. S., & Nasution, M. I. P. (2025). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Efisiensi Operasional Di Sektor Publik. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(1), 180-184.
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
- Rizal, D. A., Maula, R. A., & Idamatussilmi, N. (2024). Transformasi media sosial dalam digitalisasi agama: Media dakwah dan wisata religi. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 206-230.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung

- Siahaan, C., Tampubolon, J. A., & Sinambela, N. B. (2021). Diseminasi informasi melalui media online sebagai transformasi media konvensional. *Jurnal Signal*, 10(2), 322-324.
- Tsabitah, S. D., Priharsari, D., & Wijoyo, S. H. (2022). Analisis kualitatif implikasi information overload pada pengguna social networking sites (SNS). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 802-808.
- Umma, W. P., & Ahmad, N. (2025). Peran Media Sosial sebagai Medium untuk Memaksimalkan Keterbukaan Informasi Publik di KPU Kabupaten Jombang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(1), 122-135.
- We Are Social & DataReportal. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Diakses pada tanggal 27 September 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Wijoyo, H. (2021). *Sistem Informasi Manajemen*. Penerbit Insan Cendikia
- Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 37-45.
- Yuwafik, M. H., Rizky, H., & As, S. (2022). Implementasi Perencanaan Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pelaksanaan PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar) Di Jakarta. *Hikmah*, 16(1), 1-14.
- Zaini, M. L., & Muksin, N. N. (2024). Fungsi Humas Pemerintah Daerah Kota Serang dalam Memperkuat Komunikasi Kebijakan Pengelolaan Sampah di Kelurahan Cilowong. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 321-334.