



Komunikasi Digital Pemerintah Daerah: Analisis Rubrik Pawarta Tuban di Instagram Pemkab Tuban

Wahyu Siswanto¹, Harliantara², Nur'annafi³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas dr. Soetomo Surabaya, Indonesia, wahyusiswanto2025@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas dr. Soetomo Surabaya, Indonesia, harliantara@unitomo.ac.id

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas dr. Soetomo Surabaya, Indonesia, nurannafi@unitomo.ac.id

Corresponding Author: wahyusiswanto2025@gmail.com¹

Abstract: *In the era of information disruption, social media has become a strategic tool for local governments to build public image, enhance transparency, and strengthen public engagement. The Tuban Regency Government utilizes Instagram through the “Pawarta Tuban” rubric since 2022 as a medium for disseminating program and activity information in engaging visual formats. This study aims to analyze the digital communication strategy implemented in the rubric and evaluate how messages are designed and distributed to shape government image and effectively reach audiences. Using a qualitative approach with a single-case study design, this research analyzes 63 content posts consisting of videos and infographics from April to June 2025. The content analysis reveals that the dominant themes in “Pawarta Tuban” are Achievements & Appreciation and Public Services, which contribute to building a positive image of the local government. In terms of performance, video content generates higher interaction rates compared to infographics. However, the communication model applied remains one-way and monologic, as indicated by minimal interaction between administrators and users, resulting in the comment section functioning as an alternative public complaint channel. This condition indicates a gap between the government’s official narrative and public sentiments. The study concludes that although the “Pawarta Tuban” communication strategy is effective for information dissemination, it is not yet optimal in fostering dialogue and public responsiveness. Therefore, it is recommended to adopt a more dialogic two-way communication model, maximize the interactive features of social media, and utilize public complaints as strategic data for improving future content and policy.*

Keywords: *Digital Communication, Local Government, Pawarta Tuban, Instagram, Communication Strategy, Credibility Gap.*

Abstrak: Di era disrupsi informasi, media sosial telah menjadi sarana strategis bagi pemerintah daerah untuk membangun citra, meningkatkan transparansi, dan memperkuat keterlibatan publik. Pemerintah Kabupaten Tuban memanfaatkan Instagram melalui rubrik “Pawarta Tuban” sejak 2022 sebagai media penyebaran informasi program dan kegiatan

dalam format visual yang menarik. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam rubrik tersebut serta mengevaluasi bagaimana pesan dirancang dan didistribusikan untuk membentuk citra pemerintah dan menjangkau audiens secara efektif. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal, penelitian ini menganalisis 63 unggahan konten berupa video dan infografis pada periode April–Juni 2025. Hasil analisis konten menunjukkan bahwa tema dominan dalam “Pawarta Tuban” adalah Prestasi & Apresiasi serta Pelayanan Publik, yang berperan dalam membangun citra positif pemerintah daerah. Secara performa, konten video menghasilkan tingkat interaksi lebih tinggi dibandingkan infografis. Namun, pola komunikasi yang dijalankan bersifat monolog satu arah, ditandai minimnya interaksi admin dengan pengguna, sehingga kolom komentar beralih fungsi menjadi kanal pengaduan publik. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara narasi resmi pemerintah dan aspirasi masyarakat. Penelitian menyimpulkan bahwa meskipun strategi komunikasi “Pawarta Tuban” efektif dalam diseminasi informasi, strategi ini belum optimal dalam membangun dialog dan responsivitas publik. Oleh karena itu, disarankan penerapan komunikasi dua arah yang lebih dialogis, pemanfaatan fitur interaktif media sosial, serta pengelolaan keluhan publik sebagai data strategis untuk penyempurnaan konten dan kebijakan.

Kata Kunci: Komunikasi Digital, Pemerintah Daerah, Pawarta Tuban, Instagram, Strategi Komunikasi, Kesenjangan Kredibilitas.

PENDAHULUAN

Di era disrupsi informasi saat ini, komunikasi antara pemerintah dan masyarakat telah mengalami transformasi fundamental. Media konvensional seperti televisi dan koran perlahan tergeser oleh komunikasi digital yang menawarkan kecepatan, aksesibilitas, dan interaktivitas yang jauh lebih tinggi. Pemerintah daerah, sebagai garda terdepan pelayanan publik, menyadari pentingnya mengadopsi teknologi ini untuk membangun jembatan komunikasi yang efektif dengan warganya. Komunikasi digital tidak lagi hanya sekadar menyebarkan informasi, melainkan juga membangun citra, mengumpulkan aspirasi, dan menciptakan transparansi pemerintahan.

Dalam ekosistem komunikasi digital, platform media sosial menjadi pilar utama yang tak terhindarkan. Platform ini memungkinkan pemerintah untuk langsung berinteraksi dengan publik tanpa perantara, memotong birokrasi, dan menyampaikan pesan secara langsung. Bagi pemerintah, media sosial bukan hanya alat promosi, melainkan juga wadah untuk mendengarkan keluhan, memberikan klarifikasi, dan mengajak partisipasi publik dalam berbagai program pembangunan. Kehadirannya menjadi krusial untuk menciptakan pemerintahan yang lebih terbuka, responsif, dan akuntabel di mata masyarakat.

Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram menonjol sebagai alat komunikasi visual yang sangat efektif. Kekuatan utamanya terletak pada fitur foto dan video yang memungkinkan narasi visual yang kuat. Hal ini sangat relevan untuk konten-konten yang bersifat informatif, promosi program, atau dokumentasi kegiatan. Pemerintah Kabupaten Tuban, melalui Dinas Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo-SP), memanfaatkan potensi ini dengan meluncurkan rubrik “Pawarta Tuban” sejak tahun 2022 di akun Instagram resmi mereka. Rubrik ini secara spesifik dirancang untuk menyebarkan informasi publik dalam format video yang menarik dan mudah dicerna, menjadikannya contoh menarik untuk ditelaah dalam konteks komunikasi digital pemerintah daerah.

Konteks Penelitian

Kabupaten Tuban, sebuah wilayah di Jawa Timur, secara proaktif telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas komunikasinya dengan publik. Dalam upaya membangun transparansi dan keterlibatan masyarakat, Pemerintah Kabupaten Tuban melalui Dinas Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo-SP) telah memanfaatkan berbagai platform digital. Strategi ini merupakan bagian dari visi yang lebih luas untuk menciptakan pemerintahan yang modern dan responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat di era digital.

Sebagai salah satu wujud nyata dari strategi komunikasi digital tersebut, Pemerintah Kabupaten Tuban secara rutin mengelola akun Instagram resminya dengan menyajikan konten informasi dalam bentuk rubrik video dan Foto (Infografis) yang diberi nama “Pawarta Tuban” sejak tahun 2022. Rubrik ini berfungsi sebagai kanal utama untuk menyebarkan berita-berita seputar kegiatan pemerintahan, program pembangunan, hingga informasi layanan publik. Melalui format Video dan Foto (Infografis) yang ringkas dan visual yang menarik, “Pawarta Tuban” menjadi representasi langsung dari upaya pemerintah untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan melek digital.

Meskipun rubrik “Pawarta Tuban” telah berjalan, masih banyak aspek yang perlu dianalisis secara mendalam. Penelitian ini menjadi penting karena akan membongkar bagaimana pemerintah daerah menggunakan narasi visual, gaya bahasa, dan simbol-simbol lokal untuk membangun citra diri dan memengaruhi persepsi publik. Analisis ini tidak hanya mengungkap keberhasilan, tetapi juga keterbatasan dalam strategi komunikasi digital yang diterapkan, seperti tingkat interaktivitas dengan audiens. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi pemerintah daerah, baik di Tuban maupun di tempat lain, dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif, interaktif, dan berorientasi pada kebutuhan publik di masa depan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi digital yang di terapkan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban melalui rubrik “Pawarta Tuban” di platform Instagram. Analisis tidak hanya berfokus pada substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana pesan tersebut dirancang dan didistribusikan untuk membangun citra pemerintah serta menjangkau audiens secara efektif. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menginvestigasi empat aspek kunci:

- a. bentuk komunikasi digital yang dominan, apakah cenderung satu arah atau interaktif;
- b. tema-tema utama yang diusung dalam konten video;
- c. peran elemen visual seperti gambar, video, grafis, dan simbol lokal dalam memperkuat pesan; dan
- d. efektivitas rubrik ini dalam membentuk citra pemerintah daerah yang aktif, responsif, dan dekat dengan masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoretis maupun praktis. Dari sisi teoretis, studi ini akan memperkaya literatur mengenai komunikasi digital pemerintah daerah, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial Instagram sebagai studi kasus yang relevan di era digital. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi Dinas Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo-SP) Kabupaten Tuban untuk menyempurnakan strategi komunikasi, terutama dalam meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan audiens. Lebih jauh lagi, hasil riset ini dapat berfungsi sebagai panduan bagi pemerintah daerah lain yang ingin mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang efektif.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal (single-case study). Pendekatan ini dipilih karena selaras dengan tujuan utama penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam dan holistik fenomena komunikasi digital yang spesifik pada rubrik "Pawarta Tuban" di akun Instagram Pemerintah Kabupaten Tuban. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali kekayaan detail, konteks, serta makna di balik strategi komunikasi yang diterapkan. Pemilihan desain studi kasus tunggal ini didasarkan pada keyakinan bahwa eksplorasi yang komprehensif dan mendalam pada satu unit analisis akan memberikan gambaran utuh tentang bagaimana sebuah entitas pemerintah daerah memanfaatkan media sosial. Oleh karena itu, pendekatan ini diyakini lebih relevan daripada pendekatan kuantitatif, sebab fokus penelitian terletak pada kualitas konten, narasi, dan visualisasi, bukan sekadar agregasi data statistik seperti jumlah likes atau views.

Sifat kualitatif penelitian ini tecermin secara konsisten dalam metode pengumpulan dan analisis data. Data yang terkumpul, baik berupa konten video maupun teks deskripsi, tidak akan diukur secara numerik, melainkan diinterpretasi secara mendalam untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, analisis tidak hanya berfokus pada pertanyaan apa (what) yang dikomunikasikan, tetapi juga menggali lebih jauh pertanyaan mengapa (why) dan bagaimana (how) sebuah strategi komunikasi dirancang dan diimplementasikan. Hasil akhir penelitian ini akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif-analitis yang kaya akan interpretasi mengenai praktik komunikasi digital Pemerintah Kabupaten Tuban.

Pengumpulan Data

Penelitian ini akan mengandalkan data primer yang bersumber dari akun Instagram resmi Pemerintah Kabupaten Tuban. Data yang dikumpulkan secara spesifik mencakup:

1. Konten Video dan Foto: Judul, tanggal postingan, dan jenis konten adalah data primer yang langsung mengidentifikasi setiap unggahan. Aspek ini juga mencakup narasi visual, tema utama, analisis simbol pesan, dan format video atau foto, yang semuanya membentuk esensi dari materi komunikasi yang diunggah oleh akun Instagram Pemerintah Kabupaten Tuban.
2. Teks Deskripsi (Caption): Teks deskripsi merupakan data penting yang menyertai setiap postingan. Di dalamnya, kita bisa menemukan deskripsi singkat video, tema utama pesan yang ingin disampaikan, dan bentuk komunikasi yang digunakan, termasuk penggunaan tagar (hashtags) dan ajakan untuk bertindak (call-to-action).
3. Metrik Keterlibatan Publik: Kategori ini mencakup data kuantitatif yang menunjukkan seberapa efektif konten menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. Data seperti durasi video, jumlah like, jumlah komentar, jumlah tayangan, dan jumlah sharing memberikan gambaran nyata tentang tingkat keterlibatan publik terhadap konten yang diunggah.
4. Komentar Audiens: Komentar audiens adalah sumber data kualitatif yang mendalam untuk memahami respons, umpan balik, dan pertanyaan dari masyarakat. Analisis terhadap komentar-komentar ini, termasuk ringkasan sentimen, sangat penting untuk menilai persepsi dan reaksi publik secara langsung terhadap pesan yang disampaikan dalam video.

Data akan dikumpulkan dari konten yang diunggah selama periode April hingga Juni 2025. Pemilihan rentang waktu ini didasarkan pada asumsi bahwa periode tersebut cukup representatif untuk menunjukkan pola dan strategi komunikasi yang konsisten. Periode tiga bulan ini juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis variasi konten yang mungkin muncul selama waktu tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik ini sangat cocok untuk penelitian kualitatif yang berfokus pada konten media. Langkah-langkah yang akan dilakukan meliputi:

1. Pengumpulan Data: Seluruh postingan video rubrik "Pawarta Tuban" dalam periode yang ditentukan akan diunduh dan diarsipkan. Teks deskripsi dan semua komentar akan dicatat dan diorganisasi.
2. Pengkodean: Peneliti mengembangkan skema pengkodean untuk mengategorikan konten berdasarkan Tema Utama Pesan (misalnya, Pelayanan Publik, Prestasi & Apresiasi, dan Kegiatan Pemerintahan / Seremonial), Narasi Visual dan Format (misalnya, video berita pendek, reportase, dan infografis berita), dan Ringkasan Sentimen Komentar (misalnya, komentar positif, komentar kritis, pertanyaan detail, dan saran).
3. Analisis Narasi: Peneliti akan menganalisis narasi yang dibangun dalam setiap video, termasuk bagaimana pesan-pesan disampaikan dan bagaimana citra pemerintah dibentuk.
4. Analisis Interaksi: Komentar dari audiens akan dianalisis untuk mengidentifikasi tingkat keterlibatan, sentimen (positif, negatif, netral), dan jenis respons yang diberikan oleh admin akun.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan metode analisis konten kualitatif. Metode ini dipilih untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang terkandung dalam konten video dan teks deskripsi rubrik "Pawarta Tuban". Berbeda dengan analisis konten kuantitatif yang menghitung frekuensi kemunculan, analisis ini lebih berfokus pada interpretasi narasi dan visual untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan. Tujuannya adalah untuk menggali makna tersembunyi, citra yang dibangun, dan pesan-pesan non-verbal yang disampaikan.

Proses pengkodean dan analisis tematik pada data konten media sosial dilakukan dengan mengkategorikan setiap unggahan Pawarta berdasarkan beberapa aspek. Setiap unggahan dikodekan secara individual untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci, seperti:

1. Jenis Konten: Dikategorikan apakah unggahan tersebut berupa video atau foto (infografis).
2. Tema Utama Pesan: Mengidentifikasi tema-tema dominan yang dibawa oleh konten, seperti "Pembangunan & Infrastruktur," "Pelayanan Publik," "Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat," "Prestasi & Apresiasi," atau "Kegiatan Pemerintahan / Seremonial".
3. Analisis Simbol Pesan: Mengidentifikasi simbol-simbol visual atau verbal yang digunakan untuk memperkuat pesan, seperti logo instansi pemerintah (Pemkab Tuban), nama tempat (GOR Rangka Jaya Anoraga), atau tokoh lokal (Bupati dan Wakil Bupati).
4. Bentuk Komunikasi: Menganalisis apakah interaksi antara admin dan audiens bersifat satu arah atau interaktif.
5. Ringkasan Sentimen Komentar: Merangkum sentimen komentar warganet (positif, negatif, atau campuran).
6. Narasi Visual dan Format: Menganalisis bagaimana narasi visual dibangun dan format konten (video pendek, grafis berita) disesuaikan untuk media sosial.
7. Catatan Peneliti: Peneliti menambahkan catatan khusus untuk setiap unggahan untuk memberikan konteks atau analisis tambahan terkait tujuan komunikasi dan dampak unggahan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan manual dan bantuan perangkat lunak. Tahap pengumpulan dan pengkodean data awal dilakukan secara manual dengan menggunakan Microsoft Excel atau perangkat lunak spreadsheet sejenis. Penggunaan tabel data memungkinkan peneliti untuk mengorganisasi dan mengategorikan setiap unggahan konten berdasarkan variabel-variabel yang telah ditetapkan, seperti tema, jenis konten, durasi, dan metrik interaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Konten Pawarta Tuban

Selama periode tiga bulan penelitian, akun Instagram Pemerintah Kabupaten Tuban mengunggah total 63 konten dalam rubrik "Pawarta Tuban". Konten tersebut terbagi menjadi dua jenis format utama, yaitu Foto (Infografis) dan Video.

Secara keseluruhan, format Foto (Infografis) menjadi jenis konten yang paling sering digunakan, dengan total 34 unggahan. Format ini umumnya dipakai untuk mengumumkan prestasi, memberikan informasi layanan, atau melaporkan kegiatan seremonial secara ringkas. Sementara itu, format Video digunakan sebanyak 29 kali. Video lebih sering dimanfaatkan untuk meliput kegiatan yang memiliki narasi atau proses, seperti liputan acara, sosialisasi program, atau menunjukkan dampak langsung sebuah kebijakan.

Tabel 1. Frekuensi Postingan per Bulan

No	Bulan (2025)	Total Postingan	Jumlah Foto Infografis	Jumlah Video	Catatan
1	April	12	5	7	
2	Mei	23	15	8	
3	Juni	28	14	14	Menjadi bulan yang paling aktif

Strategi konten *Pawarta Tuban* menggunakan format campuran, dengan infografis sebagai format dominan untuk informasi cepat dan video untuk laporan mendalam. Elemen visual menjadi kekuatan utama, terutama video berdurasi rata-rata 1 menit 10 detik.

a. Format Video Berita

- Struktur video konsisten: durasi 1–2 menit, pembuka menarik (misalnya drone), isi kegiatan, dan penutup logo Pemkab Tuban serta logo "Pawarta".
- Optimal untuk seluler dengan rasio potret.
- Teks di layar digunakan untuk menampilkan data kunci dan menonjolkan pesan utama.
- Gaya video merupakan perpaduan reportase, dokumenter, dan promosi layanan publik.

b. Format Foto Infografis

- Layout konsisten: satu foto utama dengan inset.
- Hierarki visual jelas melalui judul mencolok dan teks singkat informatif.
- Berfungsi untuk merangkum peristiwa, merayakan prestasi, dan menjadi bukti visual.

c. Analisis Narasi Visual

- *Narasi kinerja*: menonjolkan keberhasilan pemerintah, transparansi anggaran, dan capaian target melalui visual data dan grafik.
- *Narasi kepemimpinan rakyat*: menampilkan pemimpin sebagai sosok dekat dan peduli, misalnya Bupati berdialog langsung dengan warga.
- *Narasi responsivitas*: visual krisis menunjukkan pemerintah cepat tanggap, seperti evakuasi dan penanganan banjir.
- *Narasi kolaborasi*: mengangkat kebersamaan pemerintah dan masyarakat.
- *Narasi kebanggaan daerah*: menonjolkan prestasi warga sebagai "local hero".

d. Analisis Penggunaan Simbol Lokal

1. Kategorisasi Simbol

- Simbol otoritas: logo Pemkab, figur Bupati/Wakil Bupati, Pendopo Kridha Manunggal.
- Simbol lokasi: GOR Rangka Jaya Anoraga, Museum Kambang Putih, Pantai Boom, Alun-alun Tuban.
- Simbol komunitas: Kodim 0811, PCNU, MAN 2 Tuban, BAZNAS.
- Simbol program/budaya: bus Si Mas Ganteng, Batik Gedog Tuban.

2. Fungsi Simbol

- Membangun kredibilitas.
- Menciptakan relevansi lokal.
- Membangkitkan kebanggaan daerah.

3. Gaya Bahasa: Teks

- Dominan formal, informatif, dan jurnalistik.
- Banyak akronim pemerintahan seperti Musrenbang RKPD, Forkopimda, WTP.
- Seseekali bersifat personal, misalnya sapaan "Mas Indra".
- Menggunakan kata sifat positif seperti "sukses", "lancar", "antusias".
- Terdapat imbauan atau ajakan kepada publik.

4. Fokus Pesan

- *Pelayanan Publik*: sosial, transportasi, kesehatan, pendidikan.
- *Prestasi & Apresiasi*: WTP, prestasi atlet, siswa, dan talenta daerah.
- *Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat*: pertanian, UMKM, pelatihan.
- *Kegiatan Pemerintahan & Seremonial*: Musrenbang, seleksi Paskibraka, pelepasan kontingen, program kemitraan.

5. Strategi Narasi

- Membangun kredibilitas dengan data dan validasi eksternal.
- Personifikasi kepemimpinan melalui figur Bupati/Wakil Bupati sebagai representasi pemerintah.
- Menonjolkan kolaborasi pemerintah sebagai fasilitator.
- Memperkuat kebanggaan lokal dengan mengangkat prestasi warga sebagai kebanggaan bersama.

Analisis Keterlibatan

Secara keseluruhan, konten video secara konsisten mengungguli konten foto di semua metrik interaksi per unggahan. Video tidak hanya menghasilkan lebih banyak likes, komentar, dan shares secara rata-rata, tetapi juga memiliki potensi jangkauan (tayangan) dan viralitas (sharing tertinggi) yang jauh lebih besar. Meskipun demikian, konten foto tetap menjadi kontributor yang signifikan terhadap total interaksi secara akumulatif.

Tabel 2. Rincian Performa Konten Video Dan Foto

Matrik	Total	Rata Rata Perunggahan		Nilai Tertinggi		Nilai Terendah	
		Foto	Video	Foto	Video	Foto	Video
Like	28.052	402,4	495,6	1.205	1.832	6	126
Komentar	699	7,529	15,28	33	107	0	2
Sharing	978	12,94	18,55	66	199	0	0
Tayangan (Views Video)	543.745	-	18.750	-	45.500	-	6.027

1. Analisis Perbandingan Rata-rata per Unggahan

Video terbukti lebih unggul dalam seluruh bentuk interaksi:

- Likes: Video (495,6) 23% lebih tinggi daripada foto (402,4).
- Komentar: Video (15,28) menghasilkan 103% lebih banyak komentar dibanding foto (7,53).
- Sharing: Video (18,55) dibagikan 43% lebih sering daripada foto (12,94).

2. Analisis Performa Puncak (Nilai Tertinggi)

Video memiliki potensi performa tertinggi yang jauh melampaui foto:

- Likes: Video terbaik (1.832) 52% lebih tinggi dari foto terbaik (1.205).

- Komentar: Video puncak (107) 224% lebih banyak daripada foto (33).
- Sharing: Video paling viral (199) unggul 201% dibanding foto (66).

3. Analisis Jangkauan dan Konsistensi Performa

Video mencapai **543.745 tayangan**, rata-rata 18.750 per unggahan.

- Variabilitas tinggi menunjukkan kualitas konten sangat berpengaruh.
- Video memiliki baseline performa lebih stabil (terendah 126 likes) dibanding foto (terendah 6 likes).

Analisis Kualitatif Strategi Komunikasi Digital "Pawarta Tuban" (April–Juni 2025)

Akun berfokus membangun citra positif pemerintah melalui lima tema utama. Komunikasi didominasi satu arah, sehingga muncul kesenjangan antara narasi resmi dan kebutuhan warga. Kolom komentar sering menjadi ruang pengaduan yang tidak terjawab.

a. Analisis Tematik Konten

- Prestasi & Apresiasi (13): Menonjolkan keberhasilan pemerintah dan warga untuk membangun kebanggaan daerah.
- Pelayanan Publik (10): Menampilkan hadirnya pemerintah dalam layanan langsung, termasuk respons krisis.
- Ekonomi & Pemberdayaan (9): Fokus pada swasembada pangan dan dukungan UMKM.
- Kegiatan Pemerintahan/Seremonial (8): Melaporkan aktivitas formal untuk menunjukkan akuntabilitas.
- Sosial Kemasyarakatan & Keagamaan (8): Menampilkan interaksi pemerintah dengan komunitas dan kegiatan sosial-keagamaan.
- Pembangunan & Infrastruktur (4): Menyoroti proyek dan penertiban ruang publik.

b. Analisis Strategi Komunikasi dan Narasi

- Memperkuat kepemimpinan populis melalui visual kedekatan dengan warga.
- Konsisten memakai simbol otoritas dan lokalitas.
- Menggunakan validasi eksternal seperti WTP dan survei publik.
- Menghadirkan narasi visual modern melalui video pendek, rasio potret, dan teks layar.

c. Analisis Interaksi

- Konten hampir seluruhnya memakai komunikasi satu arah tanpa respons admin.
- Hanya sedikit unggahan yang interaktif, seperti program MBG.
- Kolom komentar menjadi ajang pengaduan:
 - Banyak pertanyaan teknis tidak terjawab.
 - Muncul keluhan di luar topik unggahan.
 - Tampak kesenjangan antara kebijakan dan kondisi lapangan (contoh: pungutan sekolah pada unggahan SPMB gratis).

d. Kesimpulan dan Rekomendasi Strategis

1. Kekuatan:
 - Konten konsisten.
 - Narasi positif kuat.
 - Visual modern dan sesuai platform.
2. Kelemahan:
 - Komunikasi satu arah.
 - Manajemen komentar pasif.
 - Kesenjangan antara narasi dan realitas warga.
3. Rekomendasi:
 - Terapkan komunikasi dua arah secara aktif.
 - Susun pedoman respons untuk komentar publik.
 - Gunakan komentar sebagai data evaluasi kebijakan.
 - Seimbangkan unggahan dengan konten FAQ atau klarifikasi isu publik.

Analisis perbandingan menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens sangat bervariasi tergantung pada jenis konten yang diunggah. Postingan yang mendokumentasikan kunjungan pejabat cenderung meraih jumlah likes tertinggi, mengindikasikan bahwa figur publik memiliki daya tarik kuat bagi audiens. Di sisi lain, konten informatif seperti pengumuman layanan publik berhasil mendapatkan jumlah tayangan (views) yang tinggi, menandakan bahwa masyarakat aktif mencari informasi praktis, meskipun interaksi dalam bentuk komentar pada jenis konten ini cenderung rendah. Sementara itu, konten yang mempromosikan keindahan alam atau budaya lokal Tuban terbukti paling efektif dalam membangun ikatan emosional, karena mampu memancing keterlibatan yang lebih personal melalui komentar yang berisi kenangan atau ekspresi kebanggaan terhadap daerah.

Strategi Komunikasi yang Teridentifikasi

Analisis mendalam terhadap 63 unggahan konten "Pawarta Tuban" selama periode April-Juni 2025 menunjukkan adanya beberapa pilar tematik yang secara konsisten diangkat. Tema-tema ini merupakan cerminan dari citra dan narasi yang ingin dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Tuban melalui media sosialnya.

a. Prestasi dan Apresiasi: Membangun Kebanggaan dan Legitimasi Kinerja

1. Pesan Utama:

Menampilkan Tuban sebagai daerah unggul dan berprestasi untuk menumbuhkan kebanggaan masyarakat serta melegitimasi kinerja pemerintah.

2. Bentuk Konten:

- Prestasi Institusional: Penekanan pada capaian seperti WTP 10 kali berturut-turut dan masuk 5 besar kepuasan publik Jawa Timur.
- Prestasi Individu: Apresiasi kepada atlet, pemuda berprestasi internasional, dan model batik Tuban.
- Prestasi Komunitas & Inovasi: Keberhasilan TP PKK dan Desa Klotok dalam inovasi dan pengelolaan sampah.

b. Pelayanan Publik: Menampilkan Pemerintah yang Hadir dan Peduli

1. Pesan Utama:

Membangun citra pemerintah yang responsif dan solutif.

2. Bentuk Konten:

- Program Populis: "Balik Mudik Gratis", bus "Si Mas Ganteng".
- Crisis Response: Penanganan banjir, pemulangan jenazah korban kecelakaan, penyaluran bantuan.
- Jaminan dan Perlindungan: Program perlindungan nelayan dan Program Makan Bergizi Gratis (MBG).

c. Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat: Mendorong Kemandirian dan Kesejahteraan

1. Pesan Utama:

Mengomunikasikan upaya pemerintah meningkatkan ekonomi kerakyatan dan membuka peluang usaha.

2. Bentuk Konten:

- Sektor Pertanian: Panen raya, bantuan mesin Combine Harvester, dan serapan gabah.
- Pengembangan UMKM: Pelatihan manajerial dan UMKM Award 2025.
- Pelatihan Keterampilan: Pelatihan membuat roti dan kue oleh UPT BLK.

d. Kegiatan Pemerintahan/Seremonial: Menunjukkan Transparansi dan Kemitraan

1. Pesan Utama:

Menampilkan akuntabilitas dan kemitraan pemerintah.

2. Bentuk Konten:

- Perencanaan: Dokumentasi Musrenbang RKPD 2026.

- Kegiatan Formal: Seleksi Paskibraka, pelepasan kontingen Porprov, peringatan hari besar.
- Kemitraan Strategis: Kerja sama dengan organisasi masyarakat dan profesi.

Analisis terhadap gaya bahasa (gaya penulisan dan pilihan kata) serta nada (kesan emosional yang ditimbulkan) menunjukkan adanya pola yang konsisten dan strategis untuk mencapai tujuan komunikasi pemerintah.

a. Gaya Bahasa: Perpaduan Formal Jurnalistik dan Sentuhan Populis

- Formal dan Informatif: Banyak konten disusun seperti rilis pers dengan bahasa baku dan jelas.
- Populis dan Persuasif: Penggunaan sapaan “Masindra” untuk kedekatan emosional; judul naratif untuk menonjolkan sisi humanis dan inspiratif.

b. Nada Komunikasi: Apresiatif, Otoritatif, dan Empatik

- Apresiatif & Selebratif: Dominan pada konten prestasi dengan kata-kata yang menonjolkan keberhasilan.
- Otoritatif & Tegas: Dipakai untuk pengumuman kebijakan atau penegakan aturan.
- Empati & Kepedulian: Mewarnai konten layanan publik dan isu sosial.

Akun "Pawarta Tuban" menggunakan dua format konten utama, yaitu video dan foto (infografis), yang masing-masing memiliki teknik dan fungsi strategis yang berbeda. Secara keseluruhan, teknik yang digunakan dirancang untuk mengemas informasi pemerintah agar mudah dicerna, menarik secara visual, dan efektif untuk diseminasi massal di platform media sosial.

a. Penggunaan Konten Video: Narasi Dinamis

a. Format Khas:

Durasi singkat (1–2 menit), visual modern, drone shot, teks di layar, dan gaya campuran dokumenter-promosi.

b. Fungsi Strategis:

Menampilkan proses, membangun emosi, dan menunjukkan dampak program (misalnya video MBG).

b. Penggunaan Foto/Infografis: Informasi Padat

c. Format Khas:

Desain seperti poster/majalah, hierarki informasi jelas, fokus pada momen puncak.

d. Fungsi Strategis:

Efektif untuk pengumuman, memperkuat otoritas, dan mudah dibagikan.

Konsistensi Branding sebagai Penanda Informasi Resmi

Kedua format konten di atas diikat oleh strategi branding visual yang konsisten. Hampir setiap video diawali dengan logo "Pawarta" dan diakhiri dengan logo Pemerintah Kabupaten Tuban. Demikian pula, logo-logo ini selalu disematkan dalam desain infografis. Teknik ini secara konsisten menegaskan bahwa setiap informasi yang disampaikan adalah konten yang sah, resmi, dan berasal dari pemerintah daerah.

Pembahasan

Efektivitas Komunikasi Digital Pawarta Tuban

Strategi konten "Pawarta Tuban" secara umum selaras dengan tujuan utama komunikasi pemerintah, yaitu membangun citra positif dan menyebarkan informasi program kerja. Namun, efektivitasnya bervariasi tergantung pada tujuan spesifik yang dievaluasi;

1. Tujuan 1: Membangun Citra Positif dan Kepercayaan Publik (Sangat Efektif)

Strategi konten "Pawarta Tuban" sangat efektif dalam mencapai tujuan ini. Hal ini terlihat dari dominasi tema Prestasi & Apresiasi yang secara konsisten menyoroti keberhasilan pemerintah, individu, maupun komunitas lokal. Penggunaan nada yang selebratif dan bahasa yang persuasif, termasuk branding personal "Masindra", dirancang secara cermat

untuk membentuk persepsi publik tentang pemerintah yang berkinerja baik dan pemimpin yang merakyat. Keberhasilan ini juga didukung oleh validasi dari pihak eksternal, seperti predikat WTP dari BPK RI dan hasil survei kepuasan publik. Catatan Kritis: Meskipun efektif dalam memproyeksikan citra positif, strategi ini menghadapi tantangan ketika narasi resmi tersebut berbenturan dengan persepsi atau pengalaman nyata sebagian warga yang diungkapkan di kolom komentar.

2. Tujuan 2: Diseminasi Informasi dan Kebijakan (Cukup Efektif)

Sebagai corong informasi, akun ini cukup efektif dalam menyebarkan pengumuman dan mensosialisasikan program pemerintah kepada audiens yang luas. Penggunaan infografis yang padat informasi untuk pengumuman seperti BSU dan video reportase singkat untuk menjelaskan program seperti bus "Si Mas Ganteng" atau Makan Bergizi Gratis membuat informasi kompleks menjadi lebih mudah diakses. Catatan Kritis: Efektivitas diseminasi informasi ini terbatas pada komunikasi satu arah. Banyaknya pertanyaan detail dari warga di kolom komentar seperti jadwal operasional bus, cara mendaftar pelatihan, atau mekanisme program yang tidak terjawab menunjukkan bahwa proses penyampaian informasi sering kali tidak tuntas.

3. Tujuan 3: Menunjukkan Kinerja dan Akuntabilitas (Efektif dengan Catatan)

Strategi konten berhasil menunjukkan akuntabilitas dalam bentuk pelaporan kinerja. Unggahan mengenai serapan gabah yang melampaui target, penurunan angka stunting, dan alokasi anggaran spesifik untuk proyek infrastruktur adalah contoh konkret dari pertanggungjawaban pemerintah atas program yang dijalankan. Catatan Kritis: Akuntabilitas yang ditunjukkan bersifat selektif dan proaktif, hanya berfokus pada keberhasilan. Akun ini menghindari akuntabilitas yang bersifat reaktif, yaitu merespons keluhan atau kritik publik. Dengan mengabaikan keluhan masif mengenai pungutan sekolah pada unggahan tentang SPMB gratis, akun ini kehilangan kesempatan untuk menunjukkan akuntabilitas yang sesungguhnya, yaitu mendengar dan menanggapi suara warga.

4. Tujuan 4: Mendorong Partisipasi dan Kebanggaan Lokal (Efektif dalam Membangun Kebanggaan)

Konten "Pawarta Tuban" sangat berhasil dalam memupuk kebanggaan lokal dengan secara rutin mengangkat prestasi warga dan inisiatif komunitas dari tingkat desa. Narasi tentang "anak desa" yang mendunia atau kemenangan dalam kompetisi budaya secara efektif membangun sentimen positif dan rasa memiliki terhadap daerah. Catatan Kritis: Strategi ini lebih berfokus pada melaporkan partisipasi daripada memfasilitasi partisipasi. Ketika warga menunjukkan minat untuk terlibat dalam sebuah program, seperti pada unggahan tentang aksi konservasi atau pelatihan UMKM, tidak ada informasi atau respons lebih lanjut dari admin untuk memfasilitasi niat tersebut. Dengan demikian, akun ini berperan sebagai panggung, bukan sebagai jembatan partisipasi.

Evaluasi keterlibatan dan interaksi audiens pada akun "Pawarta Tuban" menunjukkan sebuah paradoks antara keterlibatan pasif yang tinggi dan interaksi aktif yang sangat minim. Di satu sisi, konten yang disajikan terbukti berhasil menarik perhatian audiens, yang terlihat dari jumlah likes, tayangan, dan shares yang signifikan pada banyak unggahan, seperti pada video seleksi Paskibraka yang meraih 45,5 ribu tayangan dan video prestasi model muda Kirani Aura Puspasani yang ditonton 43,2 ribu kali. Namun, keberhasilan dalam menarik audiens ini tidak diimbangi dengan dialog, karena strategi komunikasi yang diterapkan hampir seluruhnya bersifat monolog satu arah.

Admin akun hampir tidak pernah membalas pertanyaan, kritik, maupun apresiasi dari warga, dengan pengecualian yang sangat langka seperti pada unggahan program Makan Bergizi Gratis (MBG). Akibatnya, karena tidak adanya kanal resmi untuk berdiskusi, kolom komentar secara organik bertransformasi menjadi sebuah forum pengaduan publik alternatif. Warga menggunakan ruang ini untuk menyuarakan keluhan yang sering kali tidak relevan

dengan topik unggahan, seperti mempertanyakan isu infrastruktur rusak pada unggahan tentang survei kepuasan publik atau bahkan menuntut akuntabilitas dengan melaporkan adanya pungutan liar di sekolah pada unggahan tentang kebijakan SPMB gratis. Fenomena ini menyebabkan sentimen audiens pada hampir setiap unggahan menjadi "Campuran"; selalu ada kelompok yang memberikan dukungan tulus, namun sering kali diimbangi oleh suara-suar kekecewaan, skeptisisme, dan frustrasi dari warga yang merasa aspirasinya tidak didengar.

Jika kita bandingkan dengan standar komunikasi pemerintah yang modern, akun "Pawarta Tuban" bisa diibaratkan seperti sebuah papan pengumuman digital yang sangat bagus, namun belum menjadi teman diskusi yang baik bagi warganya. Akun ini sangat profesional dalam menyiarkan informasi dan merayakan prestasi, layaknya stasiun berita milik pemerintah. Namun, praktik terbaik saat ini menuntut pemerintah untuk lebih dari sekadar mengumumkan; mereka diharapkan aktif mendengarkan, menjawab pertanyaan, dan berdialog dengan publik. Di sinilah letak kekurangan utama "Pawarta Tuban".

Akun ini seringkali diam seribu bahasa ketika warga menanyakan hal-hal penting di kolom komentar, seperti jadwal bus "Si Mas Ganteng", syarat Bantuan Subsidi Upah (BSU), atau bahkan saat warga mengeluhkan adanya pungutan di sekolah yang katanya gratis. Akibatnya, meskipun berhasil menampilkan citra pemerintah yang berprestasi, akun ini kehilangan kesempatan untuk membangun kepercayaan yang lebih dalam dengan bersikap responsif dan transparan terhadap masalah nyata yang dihadapi warganya, yang merupakan inti dari komunikasi pemerintah digital yang efektif saat ini.

Tantangan dan Peluang

Meskipun "Pawarta Tuban" berhasil dalam memproduksi konten yang berkualitas secara visual, analisis mendalam menunjukkan adanya beberapa hambatan signifikan yang menghalangi tercapainya komunikasi digital yang efektif dan dialogis. Hambatan ini bersifat internal (berasal dari dalam organisasi pemerintah) dan eksternal (berkaitan dengan audiens dan lingkungan digital).

1. Hambatan Internal: Paradigma Komunikasi Tradisional

Hambatan terbesar yang teridentifikasi adalah paradigma komunikasi pemerintah yang masih bersifat tradisional, meskipun telah menggunakan platform digital modern. Akun ini beroperasi dengan logika media massa satu arah, di mana pemerintah bertindak sebagai sumber informasi tunggal yang menyiarkan pesan kepada audiens yang pasif. Pola pikir ini mengabaikan sifat asli media sosial yang interaktif dan dialogis. Bukti paling nyata dari hambatan ini adalah dominasi absolut komunikasi satu arah pada hampir seluruh unggahan, di mana tidak ada mekanisme untuk menjawab pertanyaan atau menanggapi masukan warga. Hal ini mengindikasikan kemungkinan tidak adanya sumber daya manusia yang secara khusus ditugaskan untuk manajemen komunitas atau ketiadaan standar operasional (SOP) untuk merespons interaksi publik.

2. Hambatan Eksternal: Ekspektasi Publik dan Kesenjangan Realitas

Di sisi eksternal, hambatannya muncul dari ekspektasi publik yang tinggi terhadap media sosial pemerintah. Warga tidak lagi melihat akun pemerintah sebagai papan pengumuman, melainkan sebagai kanal layanan dan pengaduan langsung. Ketika ekspektasi untuk berdialog ini bertemu dengan komunikasi satu arah dari pemerintah, terjadilah friksi. Hambatan ini semakin diperparah oleh adanya kesenjangan antara narasi resmi dengan realitas yang dirasakan warga. Ketika "Pawarta Tuban" mengunggah konten tentang prestasi survei kepuasan publik atau kebijakan sekolah gratis, banyak warga di kolom komentar justru menyuarakan pengalaman sebaliknya, seperti keluhan tentang infrastruktur rusak dan adanya pungutan liar di sekolah. Diskoneksi antara narasi positif yang ditampilkan pemerintah dan pengalaman negatif yang disuarakan warga ini menjadi

hambatan serius yang dapat menggerus kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap informasi yang disajikan.

Meskipun terdapat berbagai hambatan, kondisi ini justru membuka banyak area potensial untuk perbaikan yang dapat mengubah strategi komunikasi "Pawarta Tuban" menjadi jauh lebih efektif. Peluang terbesar terletak pada transformasi model komunikasi dari monolog menjadi dialog. Ini tidak harus menjadi perubahan yang rumit; perbaikan dapat dimulai dengan langkah-langkah sederhana seperti ;

1. secara konsisten menjawab pertanyaan-pertanyaan faktual di kolom komentar, seperti yang pernah berhasil dilakukan pada unggahan program Makan Bergizi Gratis (MBG). Bahkan sebuah pengakuan sederhana seperti "Terima kasih atas masukannya, akan kami teruskan ke dinas terkait" sudah merupakan kemajuan besar dibandingkan keheningan total. Peluang kedua adalah
2. memanfaatkan kolom komentar sebagai sumber data yang berharga. Alih-alih melihatnya sebagai ruang keluhan, pemerintah dapat memandangnya sebagai survei publik gratis dan real-time. Keluhan yang terus-menerus muncul tentang infrastruktur jalan pada unggahan tentang survei kepuasan publik atau tentang pungutan sekolah pada unggahan kebijakan SPMB gratis adalah masukan otentik yang dapat digunakan untuk evaluasi kebijakan dan perbaikan layanan. Terakhir, ada peluang untuk
3. menciptakan konten yang lebih responsif dan berbasis kebutuhan audiens. Daripada hanya mengikuti agenda pemerintah, tim "Pawarta Tuban" dapat secara proaktif membuat konten edukatif—misalnya dalam format Tanya Jawab (FAQ)—yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang paling sering diajukan warga. Dengan menyeimbangkan konten yang merayakan prestasi dengan konten yang mengakui dan memberikan solusi atas masalah publik, "Pawarta Tuban" dapat berevolusi dari sekadar corong informasi menjadi mitra komunikasi tepercaya bagi masyarakat Tuban.

Selain memperbaiki kekurangan yang ada, akun "Pawarta Tuban" memiliki banyak sekali peluang yang belum dimanfaatkan untuk membuat komunikasinya di Instagram menjadi lebih hidup dan melibatkan warga. Saat ini, akun tersebut belum maksimal menggunakan fitur Instagram Stories. Padahal, fitur seperti kotak Tanya Jawab (Q&A) bisa digunakan untuk sesi tanya jawab langsung dengan dinas terkait, atau fitur Polling bisa dipakai untuk menjangkau opini publik secara santai. Peluang besar lainnya adalah dengan mengajak warga untuk ikut membuat konten. Pemerintah bisa mengadakan lomba foto atau video dengan tema #PesonaTuban, lalu menampilkan karya-karya terbaik di akun resmi. Cara ini tidak hanya memberikan konten yang otentik dan gratis, tetapi juga membuat warga merasa memiliki dan menjadi bagian dari narasi positif daerahnya.

Selanjutnya, untuk membangun transparansi, "Pawarta Tuban" dapat sesekali mengadakan sesi Instagram Live. Bayangkan sebuah sesi siaran langsung bersama Kepala Dinas Pekerjaan Umum untuk menjelaskan progres perbaikan jalan, di mana warga bisa bertanya secara langsung. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik secara signifikan. Akun ini juga bisa membuat konten serial atau rubrik tematik yang rutin, misalnya seri #UMKMTubanHebat yang setiap minggu mengangkat profil satu usaha lokal, atau #TanyaMasBupati di mana satu pertanyaan pilihan dari warga dijawab langsung melalui video singkat.

Terakhir, halaman profil itu sendiri bisa dioptimalkan menjadi pusat informasi mini dengan menggunakan fitur Sorotan (Highlights) untuk menyimpan informasi penting yang sering ditanyakan, seperti jadwal layanan publik atau alur pendaftaran program. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, "Pawarta Tuban" dapat bertransformasi dari sekadar penyampai berita menjadi pusat komunitas digital yang dinamis, interaktif, dan benar-benar melayani warganya.

Implikasi bagi Komunikasi Pemerintah Daerah

Analisis mendalam terhadap strategi komunikasi "Pawarta Tuban" tidak hanya memberikan evaluasi untuk Kabupaten Tuban semata, tetapi juga menawarkan implikasi dan pelajaran berharga bagi praktik komunikasi pemerintah daerah (Pemda) lainnya di Indonesia. Kasus "Pawarta Tuban" menjadi cerminan dari tantangan dan peluang yang dihadapi banyak pemerintah daerah di era digital. Berikut adalah beberapa pelajaran kunci yang dapat dipetik:

1. Kehadiran Digital Profesional Tidak Cukup, Keterlibatan Adalah Kunci

Pelajaran utama adalah bahwa memiliki akun media sosial yang aktif dengan konten visual yang profesional belumlah cukup. "Pawarta Tuban" berhasil dalam memproduksi konten yang menarik secara visual, namun efektivitasnya terbatas karena minimnya interaksi. Pemda lain harus menyadari bahwa tujuan akhir dari komunikasi digital bukanlah sekadar menyiarkan informasi (diseminasi), melainkan membangun hubungan dan kepercayaan melalui keterlibatan (engagement) dua arah.

2. Tanpa Respons, Media Sosial Resmi Akan Menjadi Kanal Keluhan Alternatif

Studi kasus ini dengan jelas menunjukkan bahwa pemerintah tidak dapat mengontrol narasi hanya dengan mengabaikan percakapan. Ketika pertanyaan dan keluhan warga di kolom komentar tidak direspons, warga akan terus menyuarakannya, mengubah kolom komentar menjadi kanal pengaduan informal. Hal ini justru merugikan citra pemerintah karena masalah publik dipertontonkan secara terbuka tanpa ada upaya penyelesaian dari pihak resmi. Pelajarannya adalah Pemda harus proaktif mengelola percakapan, karena jika tidak, percakapan itu akan berjalan liar tanpa kendali.

3. Kesenjangan Antara Narasi Digital dan Realitas Adalah Risiko Reputasi

Strategi komunikasi yang hanya berfokus pada narasi keberhasilan dan citra positif sangat rentan terhadap kritik. Ketika "Pawarta Tuban" mengunggah konten tentang sekolah gratis atau kepuasan publik yang tinggi, dan warga merespons dengan pengalaman nyata yang bertentangan, maka kredibilitas pemerintah dipertaruhkan. Pelajaran bagi Pemda lain adalah pentingnya menjaga keseimbangan. Komunikasi yang otentik dan membangun kepercayaan jangka panjang adalah komunikasi yang berani mengakui tantangan, tidak hanya merayakan pencapaian.

4. Komentar Publik Adalah Aset Strategis, Bukan Gangguan

Kolom komentar yang ramai seharusnya tidak dilihat sebagai gangguan, melainkan sebagai aset strategis. Data kualitatif dari komentar warga pada akun "Pawarta Tuban" mulai dari laporan jalan rusak, pertanyaan tentang layanan, hingga masukan untuk program adalah bentuk umpan balik gratis yang sangat berharga. Pemda yang cerdas akan memanfaatkan masukan ini sebagai "survei" real-time untuk mengevaluasi kebijakan, mengidentifikasi titik lemah layanan, dan memahami kebutuhan riil masyarakat, sehingga dapat merumuskan kebijakan dan komunikasi yang lebih tepat sasaran.

Studi kasus "Pawarta Tuban" menawarkan panduan berharga bagi pemerintah daerah (Pemda) lain di Indonesia tentang cara mengoptimalkan komunikasi digital mereka. Untuk menghindari jebakan yang sama dan memaksimalkan potensi media sosial, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan.

1. Alokasikan Sumber Daya untuk Interaksi,

Bukan Hanya Produksi Konten Pelajaran terpenting adalah bahwa memiliki tim yang hebat dalam membuat video dan grafis tidaklah cukup. Pemda harus secara sadar mengalokasikan sumber daya baik itu staf khusus maupun waktu untuk manajemen komunitas.

- a. Bentuk Tim Respons: Tunjuk satu atau dua orang staf sebagai admin yang tugasnya bukan hanya mengunggah konten, tetapi juga memonitor, memilah, dan merespons komentar setiap hari.

- b. Buat SOP Sederhana: Siapkan pedoman respons untuk pertanyaan umum dan alur eskalasi yang jelas untuk keluhan yang lebih kompleks. Ini memastikan konsistensi dan kecepatan dalam menanggapi warga.
2. Jadikan Kolom Komentar sebagai Aset, Bukan Beban Alih-alih mengabaikan kolom komentar karena dianggap merepotkan, Pemda seharusnya melihatnya sebagai sumber data intelijen publik yang gratis dan real-time.
 - a. Analisis Rutin: Lakukan analisis sederhana setiap minggu atau bulan terhadap isu-isu yang paling sering muncul di kolom komentar.
 - b. Buat Konten Berbasis Kebutuhan: Gunakan hasil analisis tersebut untuk membuat konten Tanya Jawab yang secara proaktif menjawab kebingungan publik. Jika banyak yang bertanya tentang perizinan, buatlah infografis tentang alur perizinan. Ini menunjukkan bahwa pemerintah mendengarkan.
3. Bangun Narasi yang Seimbang dan Jujur.

Kepercayaan publik tidak dibangun hanya dengan menampilkan keberhasilan. Pemda harus berani membangun narasi yang lebih seimbang untuk menghindari kesenjangan antara citra digital dan realitas yang dirasakan warga.

 - a. Jangan Hanya Menyiarkan Kabar Baik: Seimbangkan unggahan tentang prestasi dengan konten yang mengakui adanya tantangan atau melaporkan progres penanganan sebuah masalah yang banyak dikeluhkan. Transparansi mengenai sebuah proses perbaikan jalan yang lambat, misalnya, jauh lebih baik daripada keheningan.
 - b. Humanisasi Komunikasi: Tampilkan tidak hanya hasil akhir, tetapi juga proses dan orang-orang di baliknya. Ini membuat pemerintah terlihat lebih manusiawi dan dekat dengan warganya.
4. Manfaatkan Fitur Interaktif Secara Maksimal

Jangan hanya menggunakan Instagram sebagai galeri foto atau video. Manfaatkan seluruh fitur yang dirancang untuk interaksi guna menciptakan komunikasi yang lebih dinamis

 - a. Gunakan Instagram Stories: Adakan sesi Tanya Jawab rutin dengan kepala dinas atau ahli. Gunakan fitur Polling untuk menjangkau pendapat ringan dari publik.
 - b. Gelar Sesi Live: Siaran langsung saat ada acara penting atau sesi diskusi informal dapat meningkatkan transparansi dan kedekatan secara drastis.
 - c. Inisiasi Konten Buatan Warga : Ajak warga berpartisipasi dalam kampanye foto atau video bertema lokal. Menampilkan karya warga di akun resmi adalah cara ampuh untuk membangun rasa kepemilikan dan kebanggaan bersama.

Model komunikasi yang dipilih oleh pemerintah daerah di platform digital memiliki dampak langsung terhadap kualitas partisipasi publik dan persepsi transparansi. Kasus "Pawarta Tuban" memberikan gambaran jelas mengenai dampak ini, baik dari strategi yang sedang berjalan maupun potensi yang bisa diraih jika ada perbaikan.

1. Dampak dari Strategi Komunikasi Saat Ini (Model Satu Arah)

Strategi komunikasi satu arah yang diterapkan "Pawarta Tuban" cenderung menciptakan keterlibatan warga yang semu. Meskipun angka likes dan views tinggi, warga diposisikan sebagai penonton pasif, bukan partisipan aktif dalam proses pemerintahan. Ketika pertanyaan, kritik, dan masukan yang tulus secara konsisten diabaikan, hal ini berpotensi mematikan inisiatif warga untuk berpartisipasi di kemudian hari, karena mereka merasa suaranya tidak didengar. Dari sisi transparansi, model ini hanya menghasilkan "transparansi pertunjukan", di mana pemerintah hanya menampilkan data dan keberhasilan yang ingin mereka tunjukkan. Dengan menghindari jawaban atas isu-isu sulit yang diangkat warga (seperti pungutan liar di sekolah atau kondisi jalan rusak), pemerintah terlihat tidak transparan di area yang paling penting bagi publik, sehingga justru dapat menumbuhkan skeptisisme dan merusak kepercayaan.

2. Potensi Dampak dari Strategi yang Disempurnakan (Model Dua Arah)

Jika pemerintah daerah, termasuk "Pawarta Tuban", beralih ke model komunikasi yang dialogis dan responsif, dampaknya akan sangat positif. Dari sisi keterlibatan warga, ini akan mendorong partisipasi yang lebih otentik. Warga akan merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk memberikan masukan yang konstruktif, menciptakan siklus positif di mana pemerintah mendapatkan data berkualitas dari masyarakat, dan masyarakat merasa menjadi bagian dari solusi. Akun media sosial pemerintah akan bertransformasi dari sekadar etalase menjadi ruang publik digital yang hidup. Bagi transparansi, dampaknya akan membangun kepercayaan yang jauh lebih kuat dan mendalam. Pemerintah yang berani menjawab pertanyaan sulit dan mengakui adanya tantangan akan dipersepsikan sebagai lembaga yang akuntabel dan jujur. Transparansi seperti ini, yang tidak hanya memamerkan keberhasilan tetapi juga terbuka terhadap proses perbaikan, adalah fondasi utama untuk membangun hubungan yang solid antara pemerintah dan warganya di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kualitatif terhadap 63 unggahan konten "Pawarta Tuban" selama periode April hingga Juni 2025, ditemukan beberapa hasil utama sebagai berikut:

1. Strategi Konten Berfokus pada Citra Positif: Konten yang disajikan secara dominan berpusat pada tema-tema yang membangun citra positif pemerintah, terutama Prestasi & Apresiasi serta Pelayanan Publik. Strategi ini efektif untuk menonjolkan keberhasilan dan kinerja pemerintah daerah.
2. Komunikasi Bersifat Monolog Satu Arah: Karakteristik paling menonjol dari komunikasi "Pawarta Tuban" adalah sifatnya yang satu arah atau monolog. Akun ini berfungsi sebagai corong informasi di mana admin hampir tidak pernah memberikan balasan atau berinteraksi dengan komentar, pertanyaan, maupun masukan dari audiens.
3. Kolom Komentar Beralih Fungsi Menjadi Kanal Pengaduan: Akibat dari komunikasi satu arah, kolom komentar secara organik berubah fungsi menjadi kanal pengaduan alternatif bagi warga. Warga menggunakan ruang ini untuk menyuarakan keluhan (sering kali di luar topik unggahan), menuntut akuntabilitas, dan mencari informasi detail yang tidak terjawab oleh pemerintah.
4. Adanya Kesenjangan Antara Narasi Resmi dan Realitas Publik: Terdapat kesenjangan yang signifikan antara narasi positif yang ditampilkan dalam unggahan dengan realitas atau pengalaman yang disuarakan sebagian warga di kolom komentar. Perbedaan persepsi ini, terutama terlihat pada unggahan tentang survei kepuasan publik dan kebijakan sekolah gratis, berisiko menggerus kredibilitas komunikasi pemerintah.
5. Peluang Besar dalam Komunikasi Dialogis Belum Dimanfaatkan: Akun "Pawarta Tuban" belum memanfaatkan secara maksimal fitur-fitur interaktif Instagram seperti Stories, Q&A, Polling, dan Live. Peluang untuk bertransformasi dari sekadar penyampai informasi menjadi fasilitator dialog dan pembangun komunitas digital masih sangat terbuka lebar dan belum dieksplorasi.

Temuan-temuan yang telah direkapitulasi memberikan jawaban yang jelas terhadap tujuan utama penelitian ini, yaitu untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi komunikasi digital yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban melalui rubrik "Pawarta Tuban" di Instagram.

1. Mengenai Strategi Konten yang Digunakan:

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konten "Pawarta Tuban" adalah diseminasi, informasi satu arah yang berfokus pada pembentukan citra positif pemerintah. Strategi ini diimplementasikan dengan memprioritaskan tema-tema seperti Prestasi & Apresiasi serta Pelayanan Publik, menggunakan bahasa yang formal namun persuasif (termasuk

- personalisasi figur pimpinan), dan mengemas pesan dalam format visual (video dan infografis) yang modern dan profesional untuk memaksimalkan jangkauan.
2. Mengenai Model Interaksi dan Keterlibatan Audiens:
Model interaksi yang terbentuk adalah monolog pemerintah yang menghasilkan keterlibatan audiens yang bersifat pasif. Meskipun konten berhasil meraih tingkat likes dan views yang tinggi, akun ini hampir tidak pernah terlibat dalam dialog dua arah dengan audiensnya. Ketiadaan respons ini menyebabkan kolom komentar beralih fungsi menjadi kanal pengaduan publik alternatif, di mana warga menyuarakan aspirasi dan keluhan yang sering kali tidak sejalan dengan narasi resmi yang ditampilkan.
 3. Mengenai Efektivitas dan Implikasi Strategi Komunikasi:
Strategi komunikasi "Pawarta Tuban" dinilai efektif dalam menyiarkan citra pemerintah yang berkinerja baik, namun tidak efektif dalam membangun hubungan dialogis yang kuat dengan publik. Implikasi utamanya bagi komunikasi pemerintah daerah adalah bahwa kehadiran digital yang profesional secara visual tidaklah cukup. Tanpa adanya keterlibatan aktif dan responsivitas, pemerintah berisiko menciptakan kesenjangan kredibilitas antara narasi resminya dengan realitas yang dirasakan warga, serta kehilangan peluang untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan partisipasi publik yang otentik.

REFERENSI

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage publications.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage publications.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication*. Waveland press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2007). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*. Pustaka Pelajar.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage publications.
- Agostino, D., & Arnaboldi, M. (2016). A-framework for the assessment of social media engagement in the public sector. *International Journal of Public Administration*, 39(14), 1168-1178.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264-271.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123-132.
- Coombs, W. T. (2015). The value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research. *Business Horizons*, 58(2), 141-148.
- Firmansyah, F. A., & Purnomo, E. P. (2020). Model Komunikasi Pemerintah Daerah Era Digital (Studi Kasus Humas Pemerintah Provinsi D.I. Yogyakarta). *Jurnal Pemerintahan dan Kebijakan (JPK)*, 1(1), 1-13.
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327-334.

- Nababan, H., & Fajarica, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Melalui Media Sosial Instagram @humas_jabar. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 123-138.
- Pranata, A. W., & Prihantoro, E. (2021). Transformasi Digital dan Komunikasi Publik Pemerintah Daerah di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 87-97.
- Redi, A. A., & Amri, M. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah (Studi Pada Akun @diskominfokukar). *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 110-124.
- Sari, D. P., & Wijaya, A. (2023). Analisis Sentimen Terhadap Akun Instagram Pemerintah Daerah: Studi Kasus @dkijakarta. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 10(1), 55-64.
- Asmara, C. G. (2022, November 11). Kunci Sukses Ridwan Kamil Gunakan Medsos: Seimbangkan Konten Serius dan "Receh". *Kompas.com*. Diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2022/11/11/143000178/kunci-sukses-ridwan-kamil-gunakan-medsos-seimbangkan-konten-serius-dan>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). Panduan Implementasi Gerakan Menuju Smart City. Diakses dari <https://aptika.kominfo.go.id/>
- Pemerintah Kabupaten Tuban. (2022-2025). Akun Instagram Resmi @pembabtuban. Diakses dari <https://www.instagram.com/pembabtuban/>