

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 3, Nomor 1, January 2025, P. 851-872

E-ISSN: 2986-6340

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14677157>

Komunikasi Publik Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon: Analisis Konten Kualitatif Melalui Model Philipp Mayring Pada Akun Instagram @Prokompimkotacirebon

Anisha Febri Rahim¹, Aang Koswara², Aat Ruchiat Nugraha³

^{1,2,3}Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

E-mail Korespondi : anisha20001@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena peningkatan signifikan aktivitas unggahan konten pada akun Instagram @prokompimkotacirebon selama tahun 2024, yang berbanding terbalik dengan penurunan jumlah pengikut dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai kualitas konten sebagai komunikasi publik yang dilakukan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan publik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami komunikasi publik yang dilakukan oleh Prokompim Kota Cirebon melalui akun Instagram @prokompimkotacirebon pada periode Mei–Agustus 2024 guna meningkatkan kredibilitas informasi secara formal maupun humanis. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten kualitatif berbasis model Philipp Mayring. Data diperoleh melalui analisis mendalam terhadap 297 unggahan berupa gambar, video, dan infografis; dan wawancara terstruktur dengan lima informan dari Prokompim Kota Cirebon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unggahan pada akun Instagram @prokompimkotacirebon lebih banyak berfokus pada penyampaian informasi terkait keterlibatan pimpinan dalam berbagai acara formal maupun informal. Format video memiliki tingkat keterlibatan tertinggi karena mengintegrasikan elemen visual, teks, dan audio yang menarik. Selain itu, kolaborasi lintas sektor dengan institusi pemerintah, komunitas, dan tokoh masyarakat turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan pesan dan kredibilitas informasi. Penelitian ini juga mengungkap sejumlah kendala, seperti keterbatasan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* dalam pengelolaan konten, rendahnya interaktivitas komunikasi pada unggahan, serta hambatan sumber daya manusia yang memengaruhi konsistensi penyampaian pesan pada jam strategis.

Kata kunci: Komunikasi Publik, Instagram, Model Mayring, Pimpinan Daerah, Kredibilitas

Abstract

This study was motivated by the phenomenon of a significant increase in content upload activity on the Instagram account @prokompimkotacirebon during 2024, which contrasted with a decline in followers compared to previous years. This raised questions about the effectiveness of public communication conducted by the Protocol and Communication Section of the Regional Secretariat of Cirebon City in attracting attention and building public engagement. This phenomenon raises questions about the quality of content as public communication conducted by the Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) of the Regional Secretariat of Cirebon City in attracting attention and fostering public engagement. The study employed a qualitative method using Philipp Mayring's qualitative content analysis model. Data were collected through an in-depth analysis of 297 posts in the form of images, videos, and infographics; and structured interviews with five informants from Prokompim Kota Cirebon. The findings revealed that the posts on the Instagram account @prokompimkotacirebon predominantly focused on delivering information about leadership involvement in various formal and informal events. Video formats demonstrated the highest engagement levels as they integrated visually appealing elements, text, and audio. Additionally, cross-sectoral collaborations with government institutions, communities, and public figures contributed to broader message outreach and increased information credibility. The study also identified several challenges, such as the lack of Standard Operating Procedures (SOPs) in content management, low interactivity in communication within posts, and human resource limitations affecting message delivery consistency during strategic hours.

Keywords: Public Communication, Instagram, Mayring Model, Regional Leadership, Credibility

Article Info

Received Date: 29 December 2024

Revised Date: 05 January 2025

Accepted Date: 15 January 2025

PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi publik di Kota Cirebon menjadi salah satu strategi penting bagi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Kota Cirebon. Sebagai

lembaga yang bertugas mendukung penyebaran informasi kepemimpinan, Prokompim Kota Cirebon memanfaatkan akun Instagram resmi @prokompimkotacirebon untuk menyampaikan informasi strategis dan operasional pemerintahan. Namun, tantangan muncul ketika pola unggahan dan tingkat pengikut akun ini tidak selalu menunjukkan peningkatan signifikan, meskipun volume konten yang diunggah telah ditingkatkan. Hal ini menimbulkan pertanyaan terkait efektivitas pola komunikasi yang digunakan. Tantangan ini tidak dapat dilepaskan dari perubahan struktural pemerintahan yang memengaruhi Prokompim sebagai organisasi pengelola komunikasi publik.

Aktivitas Humas di pemerintahan Indonesia mengalami perubahan signifikan, terutama dalam hal susunan struktural. Pada tahun 2020, susunan struktural pemerintahan daerah mengalami perubahan besar yang dikenal dengan istilah peleburan. Perubahan ini didasarkan pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia (Permendagri) Nomor 56 Tahun 2019 tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota. Salah satu perubahan tersebut melibatkan peleburan fungsi Humas, yang kemudian digantikan oleh pembentukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim). Prokompim diposisikan sebagai salah satu pendukung utama fungsi Sekretariat Daerah, dengan tetap berfokus pada penyediaan layanan keprotokolan dan kehumasan (Amir & Idris, 2023). Transformasi ini membawa dampak signifikan terhadap kesiapan Prokompim Kota Cirebon dalam menyesuaikan diri dengan tuntutan komunikasi berbasis digital.

Hasil evaluasi penerapan budaya kerja pada Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Sekretariat Daerah Kota Cirebon, berdasarkan Permenpan Nomor Per/01/M.PAN/01/2007, mengidentifikasi salah satu masalah utama, yaitu rendahnya adaptabilitas, fleksibilitas, dan kesiapan Prokompim dalam memahami manfaat dari perubahan. Meskipun demikian, Prokompim berupaya untuk mengimplementasikan fungsi komunikasi publik berbasis digital yang adaptif dan inovatif, sesuai dengan Peraturan Wali Kota Cirebon Nomor 61 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE). Penyatuan upaya pendekatan kerja konvensional ke berbasis digital (konvergensi media) memberikan kesempatan kepada Prokompim Kota Cirebon untuk mengelola informasi dan komunikasi dengan lebih cepat, efektif, dan efisien guna mendukung implementasi Reformasi Birokrasi Digitalisasi Administrasi Pemerintah (Humas Setkab RI, 2024).

Transformasi pola komunikasi ini juga selaras dengan konsep *Cyber Public Relations (CPR)*, di mana Soleh Soemirat et al. (2010: 187) menyatakan bahwa CPR ditandai dengan pergeseran komunikasi organisasi menjadi berbasis digital (Jauharri, 2021). Berdasarkan teori keunggulan (*excellence theory*) yang dikembangkan oleh James E. Grunig, organisasi juga perlu memahami lingkungan secara mendalam dan mengidentifikasi dampak keputusan organisasi terhadap publik dengan tetap memperhatikan kepentingan kedua belah pihak. Pandangan ini konsisten dengan arahan Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kemkominfo, yang menyatakan bahwa dalam konteks revolusi industri 4.0, kehumasan pemerintah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya melalui penggunaan media sosial (Waluyo, n.d). Oleh karena itu, Prokompim di bawah Sekretariat Daerah Kota Cirebon menyesuaikan pola kerjanya dengan kebutuhan masyarakat yang semakin melek teknologi untuk mendukung transparansi kegiatan pimpinan.

Penelitian ini berangkat dari fenomena menarik yang menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aktivitas unggahan konten pada akun Instagram @prokompimkotacirebon selama tahun 2024. Namun, meskipun terdapat peningkatan aktivitas, pertumbuhan jumlah pengikut justru mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai efektivitas konten yang diproduksi Prokompim Kota Cirebon dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan publik. Fokus penelitian diarahkan pada analisis konten yang diunggah selama periode Mei-Agustus 2024, yakni masa transisi kepemimpinan di Kota Cirebon yang menjadi momen krusial dalam komunikasi publik.

Peneliti berupaya memahami bagaimana Prokompim Kota Cirebon merancang dan menyajikan konten yang tidak hanya mendukung kelancaran proses transisi kepemimpinan, tetapi juga mempertahankan kredibilitas informasi pemerintah. Hal ini semakin penting di tengah tantangan komunikasi publik di era disinformasi, di mana akurasi dan kepercayaan terhadap informasi pemerintah menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.

Penelitian ini juga mengkaji strategi komunikasi publik eksternal yang diterapkan, baik dalam penyajian konten formal maupun humanis, agar tetap relevan dan menarik bagi audiens.

Untuk mendalami masalah ini, penelitian membagi analisis konten ke dalam empat tema utama: aktivitas kepemimpinan, konten keterlibatan pimpinan, konten grafis, dan kolaborator konten. Pemilihan tema ini didasarkan pada relevansinya dalam mengisi kekosongan literatur terkait peran media sosial Instagram dalam pemerintahan lokal, khususnya dalam kaitannya dengan kredibilitas informasi dan literasi digital masyarakat di era disinformasi.

Peneliti menggunakan pendekatan analisis konten kualitatif yang dikembangkan oleh Philipp Mayring sebagai metode utama. Metode ini membantu dalam menganalisis informasi yang disampaikan melalui teks, gambar, atau video pada akun Instagram @prokompimkotacirebon. Selain itu, wawancara dengan pihak terkait dilakukan untuk memvalidasi data yang diperoleh, memastikan temuan penelitian relevan dan dapat diandalkan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi strategi komunikasi efektif yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Analisis isi (*content analysis*) merupakan metode utama dalam ilmu komunikasi yang digunakan untuk mengidentifikasi secara sistematis berbagai media, seperti surat kabar, radio, film, televisi, iklan, dan materi *public relations* (Eriyanto, 2011). Metode ini telah digunakan sejak 4.000 tahun lalu pada masa Romawi Kuno (Neuendorf, 2002: 31). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teknik analisis konten kualitatif yang dikembangkan oleh Philipp Mayring (2000). Metode ini dipilih untuk mengeksplorasi komunikasi publik yang dilakukan oleh Prokompim Kota Cirebon melalui akun Instagram resmi @prokompimkotacirebon selama periode Mei-Agustus 2024. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam, dengan menekankan proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data secara sistematis (Denzin & Lincoln, 2011). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan untuk menggali makna di balik pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial Instagram @prokompimkotacirebon serta untuk memahami bagaimana pola komunikasi publik terbentuk.

Pendekatan analisis konten kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk mengategorisasikan dan menganalisis data secara sistematis berdasarkan tema yang relevan dengan fokus penelitian. Model Mayring memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pola dan makna dalam konten unggahan media sosial secara terstruktur. Penelitian ini menganalisis unggahan Instagram @prokompimkotacirebon yang mencakup elemen visual, teks, dan interaksi di kolom komentar. Fokus utama analisis terbagi dalam empat kategori tema, yaitu Aktivitas Kepemimpinan, Keterlibatan Pimpinan, Konten Grafis, dan Kolaborasi Konten.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu analisis dokumen Instagram dan wawancara terstruktur. Dokumentasi mencakup pengunduhan dan pengarsipan unggahan Instagram @prokompimkotacirebon selama periode penelitian untuk dianalisis lebih lanjut. Wawancara terstruktur dilakukan dengan staf Prokompim untuk memahami proses produksi konten, strategi komunikasi yang diterapkan, serta tujuan yang ingin dicapai melalui setiap unggahan.

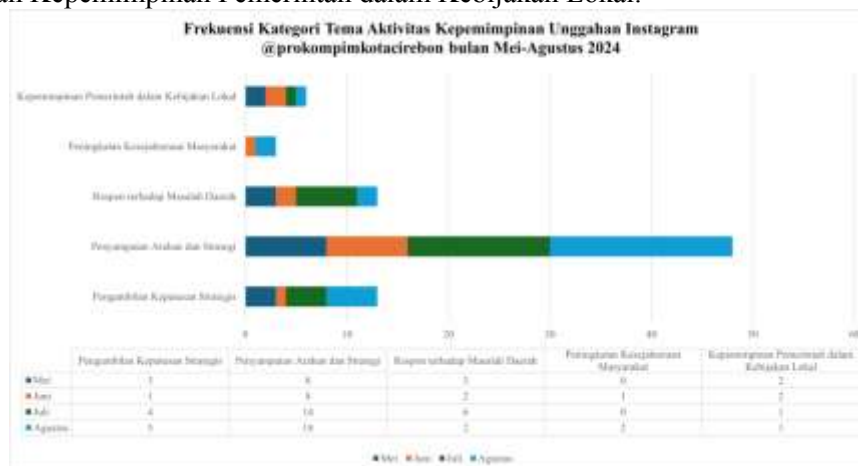
Dalam pelaksanaan analisis data, penelitian ini mengikuti tahapan model Mayring yang meliputi reduksi data, kategorisasi, penafsiran data, dan validasi melalui triangulasi teknik. Reduksi data dilakukan dengan mengelompokkan informasi berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan untuk memahami pola komunikasi yang diterapkan oleh Prokompim. Validasi data dilakukan dengan membandingkan hasil dari dokumentasi dan wawancara untuk memastikan akurasi dan kredibilitas temuan penelitian.

HASIL

Tema Aktivitas Kepemimpinan dalam Akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei-Agustus 2024

Berdasarkan hasil analisis dokumen 297 konten di akun Instagram @prokompimkotacirebon selama periode Mei-Agustus 2024, tema Aktivitas Kepemimpinan tercatat sebanyak 83 konten. Tema ini meliputi berbagai kegiatan kepemimpinan yang mencerminkan Pengambilan Keputusan Strategis,

Penyampaian Arahan dan Strategi, Respon terhadap Masalah Sosial, Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat, dan Kepemimpinan Pemerintah dalam Kebijakan Lokal.



Sumber: Data Penelitian, 2024

Gambar 1 Frekuensi Kategori Tema Aktivitas Kepemimpinan Unggahan Instagram @prokompinkotacirebon bulan Mei-Agustus 2024

Distribusi frekuensi konten pada tema Aktivitas Kepemimpinan selama periode Mei–Agustus 2024 mencerminkan prioritas komunikasi publik pemerintah daerah berdasarkan lima kategori utama. Kategori dengan frekuensi tertinggi adalah Penyampaian Arahan dan Strategi, yang mencapai puncaknya pada bulan Agustus dengan 18 konten. Pola ini menunjukkan bahwa pemerintah memfokuskan komunikasi pada penyampaian arahan dan panduan strategis, baik kepada masyarakat maupun kepada pihak terkait, terutama di bulan tersebut.

Kategori Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat mencatat frekuensi terendah dengan hanya 3 konten selama periode penelitian. Distribusi konten dalam kategori ini menunjukkan pola tidak teratur, yakni 1 konten pada bulan Juni dan 2 konten pada bulan Agustus. Rendahnya angka ini mengindikasikan minimnya komunikasi pemerintah terkait program atau kebijakan yang bertujuan langsung untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kategori lainnya menunjukkan pola variasi yang menarik. Pengambilan Keputusan Strategis memiliki distribusi yang relatif konsisten, dengan frekuensi tertinggi sebanyak 5 konten pada bulan Agustus dan terendah 1 konten pada bulan Juni. Sementara itu, kategori Respons terhadap Masalah Daerah mencatat angka tertinggi sebanyak 6 konten pada bulan Juli, yang mencerminkan intensitas pemerintah dalam merespons isu-isu lokal secara lebih aktif di bulan tersebut. Di sisi lain, kategori Kepemimpinan Pemerintah dalam Kebijakan Lokal menunjukkan angka yang stabil tetapi rendah, yakni hanya 1 hingga 2 konten per bulan sepanjang periode penelitian.

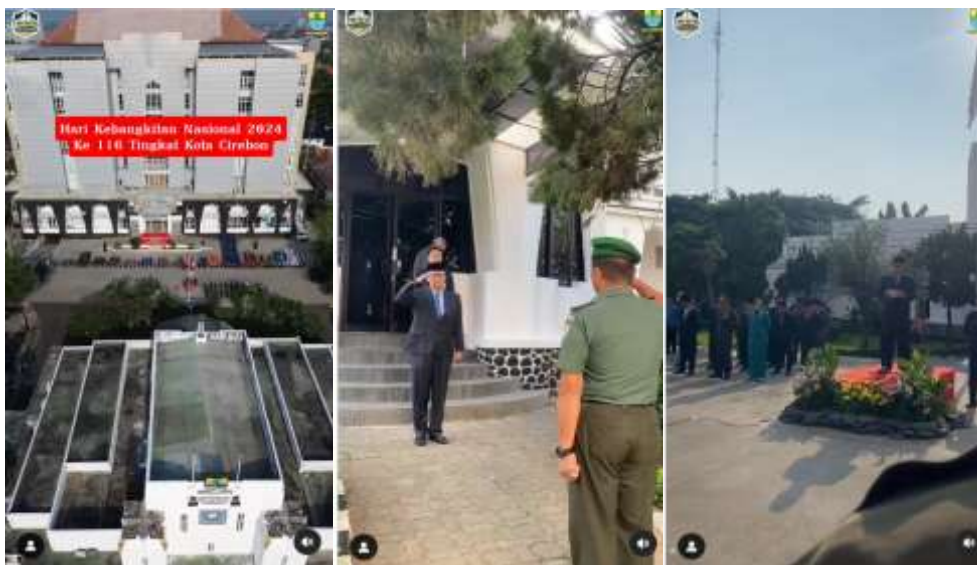
“... menginformasikan agenda-agenda pimpinan, kemudian kegiatan-kegiatan yang disebarkan oleh pemerintah Kota Cirebon ya. Dan kemudian juga ingin mengenalkan, gitu kan, sekarang ini kan pimpinan sekarang itu kan istilahnya ‘Pejabat’. Kadangkala masyarakat mungkin banyak yang belum tau, gitu kan. Kalau mungkin di lingkungan instansi ya udah, mungkin udah tahu lah ya, Cuma ke masyarakat-masyarakat yang memang perlu atau butuh informasi gitu kan” (Bayu Purnama, staf multimedia, tim dokumentasi pimpinan pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon, 06 November 2024).

Konten pada tema Aktivitas Kepemimpinan disebarkan kepada publik lewat akun Instagram @prokompinkotacirebon dengan tujuan agar masyarakat mengetahui akan aktivitas kepemimpinan selama transisi yang sedang diisi oleh ‘Pejabat’ atau PJ Wali Kota. Transparansi kegiatan pimpinan pada masa transisi ini dirasa perlu di informasikan agar semakin meningkatkan kredibilitas akan kegiatan pemerintah daerah di mata masyarakat, terutama bagaimana penerapan gaya komunikasi publik Prokompim Kota Cirebon. Strategi ini diwujudkan melalui penulisan caption dan pemilihan tagar yang secara khusus dirancang.

“... caption yang bersifat menginspirasi atau membangkitkan semangat, terutama dalam konteks pelayanan publik dan kolaborasi. Hashtag yang digunakan biasanya relevan dengan

konten, seperti #KotaCirebon, #ProkompimKotaCirebon, atau hashtag acara tertentu. Penggunaan hashtag ini tidak hanya meningkatkan visibilitas postingan, tetapi juga mengkategorikan konten agar lebih mudah ditemukan oleh audiens yang lebih luas.” (Mike Dwi Setiawati, Pranata Humas Ahli Pertama pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon, 04 November 2024).

Prokompim menggunakan caption yang jelas dan ringkas, namun bersifat inspirasi. Penggunaan tagar juga konsisten mereka gunakan, seperti #KotaCirebon, #ProkompimKotaCirebon. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa Prokompim Kota Cirebon konsisten menggunakan tagar seperti #GiatPakPJ, #pjwalikotacirebon, #pjsekdakotacirebon, #KotaCirebon, dan #ProkompimKotaCirebon. Menurut Mike, penggunaan tagar-tagar tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan visibilitas unggahan, tetapi juga untuk mengoptimalkan pengelompokan konten, sehingga memudahkan audiens menemukan informasi yang relevan.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 2 Postingan Konten Tema Aktivitas Kepemimpinan dengan ER Tertinggi pada periode Mei-Agustus 2024

Pada Gambar 2, ditampilkan sebuah unggahan Instagram dari akun @prokompimkotacirebon yang berhasil mencatatkan *Engagement Rate (ER)* tertinggi selama periode Mei–Agustus 2024. Unggahan tersebut diunggah pada tanggal 20 Mei 2024 dan berbentuk konten video yang menampilkan Penjabat (Pj.) Wali Kota Cirebon saat memimpin apel peringatan Hari Kebangkitan Nasional di Halaman Balai Kota Cirebon. Video ini mendapatkan interaksi yang signifikan, meliputi 48 suka, 0 komentar, dan 2 simpanan, dengan jangkauan mencapai 696 akun dan total tayangan sebanyak 1.244. Konten ini dikategorikan dalam tema Aktivitas Kepemimpinan, khususnya pada sub kategori Penyampaian Arahan dan Strategi.

Pengemasan konten dilakukan secara profesional dengan format video yang memadukan elemen visual, teks, dan audio menarik. Video tersebut menggunakan kombinasi *sound original* dan *copyrighted soundtrack*, yang menciptakan nuansa formal sekaligus menarik bagi audiens. Teks judul yang muncul di awal video memberikan konteks yang jelas, sehingga memudahkan audiens untuk memahami isi pesan sejak awal. Strategi ini memperkuat daya tarik konten dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi.

Dalam video tersebut, Prokompim Kota Cirebon menonjolkan salah satu aktivitas kepemimpinan Pj. Wali Kota Cirebon sebagai inspektur upacara. Peran kepemimpinan ini ditegaskan melalui adegan simbolis penjemputan menuju podium kepala daerah, yang menampilkan otoritas dan kedudukan Pj. Wali Kota dalam acara resmi. Momen ini tidak hanya menegaskan posisi Pj. Wali Kota

sebagai pemimpin daerah, tetapi juga memperlihatkan aspek protokoler yang dihadirkan secara eksplisit dalam konten.

Selain itu, video tersebut menampilkan Pj. Wali Kota saat memberikan arahan strategis kepada unsur Forum Komunikasi Pimpinan Daerah (Forkopimda), para kepala perangkat daerah, dan pimpinan organisasi masyarakat serta Organisasi Kemasyarakatan Pemuda (OKP). Arahan yang disampaikan melalui naskah pidato menunjukkan kepemimpinan yang aktif, dengan fokus pada pemberian panduan strategis dan upaya membangun komunikasi yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan.

Dalam konten tersebut, Prokompim Kota Cirebon menggunakan *caption* yang menyampaikan informasi tentang:

Momen apel peringatan Hari Kebangkitan Nasional di Halaman Balai Kota Cirebon, Senin (20/5/2024).

Apel diikuti sejumlah unsur forkopimda, para kepala perangkat daerah, pimpinan atau ketua Organisasi Kemasyarakatan Pemuda (OKP) dan organisasi masyarakat.

Peringatan Ke-116 Hari Kebangkitan Nasional tahun ini bertepatan Bangkit untuk Indonesia Emas."

#pemdakotacirebon #prokompimkotacirebon #pjwalikotacirebon #harikebangkitannasional #harkitnas2024 #kotacirebon #indonesiaemas2045 #bangkituntukindonesiaemas

Konten yang diunggah oleh Prokompim Kota Cirebon terkait apel peringatan Hari Kebangkitan Nasional pada 20 Mei 2024 di Halaman Balai Kota Cirebon menampilkan informasi yang ringkas dan padat. Dalam *caption* tersebut, disebutkan bahwa acara ini dihadiri oleh unsur Forkopimda, kepala perangkat daerah, serta pimpinan atau ketua Organisasi Kemasyarakatan Pemuda (OKP) dan organisasi masyarakat.

Tema peringatan, "*Bangkit untuk Indonesia Emas*," juga disampaikan untuk menyoroti tujuan nasional dalam konteks Hari Kebangkitan Nasional ke-116. Konten ini menggunakan tagar seperti #pemdakotacirebon, #prokompimkotacirebon, dan #pjwalikotacirebon untuk memperkuat identitas lokal, sementara tagar #indonesiaemas2045 dan #bangkituntukindonesiaemas digunakan untuk menghubungkan konten dengan isu nasional. Penyajian informasi melalui *caption* ini cenderung bersifat informatif dengan struktur yang langsung menyampaikan inti acara tanpa menambahkan elemen naratif atau interaksi yang dapat memperkaya komunikasi dengan audiens.

Berdasarkan hasil analisis *caption* unggahan pada akun Instagram @prokompimkotacirebon (lihat unggahan konten Gambar 4.4), dari segi bahasa, gaya yang digunakan bersifat formal namun tetap sederhana, sesuai dengan konteks komunikasi resmi pemerintah. Penggunaan kata-kata seperti "apel," "peringatan," dan "unsur Forkopimda" mencerminkan bahasa institusional yang relevan dalam komunikasi publik. Selain itu, tema seperti "*Bangkit untuk Indonesia Emas*" memberikan sentuhan persuasif yang membangkitkan semangat nasionalisme. Struktur kalimat cenderung pendek dan efektif, langsung menuju inti informasi tanpa terlalu banyak detail tambahan.

Dari segi penulisan, format konten mengikuti standar penyajian informasi resmi, mencakup konteks acara, pelaksanaan (tanggal dan lokasi), serta partisipan yang terlibat. Penggunaan hashtag seperti #harikebangkitannasional atau #bangkituntukindonesiaemas menunjukkan strategi digital yang bertujuan meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens di media sosial. Namun, kohesi dan koherensi dalam konten terlihat lebih fokus pada deskripsi acara, sementara relevansi tema seperti "*Bangkit untuk Indonesia Emas*" tidak dielaborasi secara mendalam.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 3 Postingan Konten Aktivitas Kepemimpinan dengan ER Terendah pada periode Mei-Agustus 2024

Pada Gambar 3, ditampilkan sebuah unggahan dengan tema Aktivitas Kepemimpinan yang mencatatkan *Engagement Rate (ER)* terendah selama periode Mei–Agustus 2024. Unggahan ini diunggah pada 18 Agustus 2024 dan memperoleh interaksi yang sangat rendah, yakni hanya 8 suka, tanpa komentar atau simpanan, dengan jangkauan 71 akun dan total tayangan sebanyak 111. Konten ini menampilkan Pj. Wali Kota Cirebon yang menghadiri Rapat Paripurna DPRD Kota Cirebon, yang bertujuan untuk memberikan persetujuan atau mengambil keputusan terkait Raperda tentang Pemajuan Kebudayaan. Berdasarkan tema yang telah ditentukan, konten ini termasuk dalam kategori Pengambilan Keputusan Strategis pada tema Aktivitas Kepemimpinan.

Konten yang ditampilkan memiliki kekuatan dalam menyampaikan informasi secara jelas, terstruktur, dan formal sesuai dengan kebutuhan komunikasi pemerintah daerah. Kehadiran Pj. Wali Kota Cirebon dalam Rapat Paripurna DPRD Kota Cirebon yang bertujuan untuk menyetujui Raperda tentang Pemajuan Kebudayaan menjadi bukti peran aktif pemerintah daerah dalam pengambilan keputusan strategis. Foto-foto yang menampilkan Pj. Wali Kota berpidato dan menandatangani dokumen resmi memberikan visualisasi formalitas acara, mencerminkan otoritas dan tanggung jawab kepemimpinan. Selain itu, caption yang menyertai foto secara efektif menyampaikan tujuan kegiatan dan harapan yang ingin dicapai melalui kebijakan yang disahkan.

Digambarkan lewat penulisan keterangan judul tajuk unggahan, Pj. Wali Kota hadir untuk mengesahkan keputusan terkait Raperda Kota Cirebon tentang Pemajuan Kebudayaan. Pada salah satu foto, Pj. Wali Kota Cirebon terlihat memberikan pidato di podium resmi, yang dilengkapi dengan logo pemerintah Kota Cirebon, yang menandakan bahwa acara tersebut bersifat formal dan resmi. Caption yang menyertai foto ini menyampaikan informasi inti secara jelas, mencakup waktu, tempat, tujuan kegiatan, serta peran Pj. Wali Kota dalam proses pengambilan keputusan tersebut.

Identitas visual yang kuat, seperti logo HUT ke-597 di sudut kiri atas, memberikan pengenalan yang jelas mengenai peringatan spesial tersebut. Selain itu, ornamen khas budaya Cirebon yang ditambahkan pada bagian kanan dan kiri bawah memberikan kesan lokal yang memperkaya narasi konten, sejalan dengan tema yang diangkat. Elemen-elemen ini bukan hanya memperkuat ciri khas daerah, tetapi juga menghubungkan acara dengan budaya setempat, sehingga audiens merasa lebih terikat dengan konten yang disajikan.

Tata letak konten yang rapi dan pemilihan gambar Pj. Wali Kota Cirebon sebagai pusat perhatian secara efektif menegaskan peran kepemimpinan dalam acara tersebut. Warna netral seperti putih dengan aksen hijau dan emas menambah kesan profesional dan elegan, sesuai dengan konteks acara formal. Namun, terdapat potensi untuk meningkatkan kontras antara elemen teks dan visual. Penggunaan warna teks hitam pada latar putih memang menciptakan kesan bersih, namun dengan sedikit penyesuaian pada warna teks atau penggunaan efek tebal (*bold*), teks bisa menjadi lebih

mencolok dan meningkatkan keterbacaan, terlebih pada platform media sosial yang membutuhkan perhatian cepat dari audiens.

Pendekatan dan gaya bahasa yang digunakan dalam konten akun Instagram @prokompimkotacirebon dirancang oleh Bagian Prokompim Kota Cirebon secara strategis untuk mempermudah pemahaman audiens. Bahasa yang digunakan bersifat formal, resmi, namun tetap informatif, dengan penekanan pada penyampaian informasi terkini terkait kegiatan, program, dan kebijakan pemerintah. Konten-konten informasi tentang pemerintah secara konsisten Prokompim Kota Cirebon rancang untuk peningkatan literasi publik, baik melalui deskripsi kegiatan maupun penjelasan kebijakan yang disampaikan secara jelas dan terstruktur.

“Secara keseluruhan, gaya penulisan dalam konten instagram Prokompim Kota Cirebon memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan preferensi audiens, menciptakan komunikasi yang efektif dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.” (Mike Dwi Setiawati, Pranata Humas Ahli Pertama pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon, 04 November 2024).

Mike mengonfirmasi bahwa pendekatan dan gaya bahasa yang diterapkan pada konten akun Instagram @prokompimkotacirebon dirancang dengan memperhatikan berbagai faktor strategis. Salah satu elemen utamanya adalah penggunaan bahasa yang sederhana, jelas, dan inklusif, sehingga informasi dapat dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka dengan latar belakang pendidikan yang beragam.

Selanjutnya, dalam foto lainnya, Pj. Wali Kota Cirebon tampak menandatangani dokumen resmi di hadapan pejabat daerah, termasuk anggota DPRD dan perwakilan lainnya. Adegan ini menegaskan peran aktif Pj. Wali Kota dalam proses legislasi yang penting, mencerminkan kepemimpinannya dalam mengarahkan keputusan strategis di tingkat daerah. Penyajian konten ini, meskipun menggunakan gaya penulisan yang formal dan informatif sesuai dengan konteks acara pemerintahan, tetapi tidak mencakup elemen interaksi atau narasi tambahan yang dapat memperkuat keterlibatan audiens di media sosial.

Dalam konten tersebut, Prokompim Kota Cirebon menggunakan *caption* yang menyampaikan informasi tentang:

Pj Wali Kota Cirebon, Drs H Agus Mulyadi MSi hadir dalam rapat paripurna DPRD Kota Cirebon dalam rangka persetujuan/pengambilan keputusan terhadap Raperda Kota Cirebon tentang pemajuan kebudayaan, Kamis (15/8/2024).

Melalui Raperda ini, diharapkan akan ada langkah-langkah konkret yang dapat memperkuat identitas budaya serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian warisan budaya Cirebon. Semoga keputusan ini membawa dampak positif dan mewujudkan cita-cita bersama dalam memajukan kebudayaan kota kita tercinta!

#pemdakotacirebon #prokompimkotacirebon #pjwalikotacirebon #dprdkotacirebon #kotacirebon #budayakotacirebon #pemajuankebudayaan

Konten yang diunggah oleh akun Instagram @prokompimkotacirebon menyampaikan informasi mengenai kehadiran Pj. Wali Kota Cirebon, Drs. H Agus Mulyadi MSi, dalam rapat paripurna DPRD Kota Cirebon pada Kamis, 15 Agustus 2024. Rapat tersebut berfokus pada persetujuan dan pengambilan keputusan terhadap Raperda Kota Cirebon tentang Pemajuan Kebudayaan. Dalam *caption* juga disampaikan harapan bahwa melalui Raperda ini, langkah-langkah konkret dapat diambil untuk memperkuat identitas budaya dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian warisan budaya Cirebon. Harapan ini mencerminkan upaya strategis pemerintah daerah dalam melibatkan publik dan memperkuat keberlanjutan budaya lokal melalui kebijakan yang terstruktur.

Pada tema aktivitas kepemimpinan, peneliti menemukan perubahan signifikan dalam desain pengemasan konten di akun @prokompimkotacirebon mulai terlihat sejak 5 Juli 2024, sebagai hasil dari evaluasi tim Prokompim. Langkah ini dilakukan oleh tim Prokompim dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas visualisasi dokumentasi kegiatan pimpinan, khususnya dalam rangka memperingati Hari Jadi Cirebon ke-597.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 4. Perubahan Desain Visual Konten Akun Instagram @prokompimkotacirebon

Perubahan desain visual pada dua unggahan Instagram @prokompimkotacirebon, masing-masing diunggah pada 2 Juli 2024 dan 5 Juli 2024, mengilustrasikan perbedaan pendekatan dalam visualisasi serta penggunaan ornamen. Pada unggahan pertama, desain menonjolkan kesederhanaan, dengan fokus utama pada elemen gambar tanpa ornamen tambahan yang kompleks. Pendekatan ini memungkinkan elemen inti dari konten, seperti foto kegiatan atau subjek utama, lebih menonjol, serta menciptakan kesan yang bersih dan lugas.

Unggahan kedua mengadopsi desain visual yang lebih dekoratif, menggunakan warna yang lebih beragam, tata letak yang lebih terstruktur, dan penambahan ornamen seperti border atau simbol formal. Elemen dekoratif ini memberikan kesan visual yang lebih formal sekaligus menarik, cocok untuk memperingati momen penting seperti Hari Jadi Cirebon ke-597. Penambahan ornamen dan variasi warna juga dirancang untuk mencerminkan identitas lokal sekaligus memperkuat estetika unggahan, sehingga lebih efektif menarik perhatian audiens.

Dari segi gaya bahasa, kedua unggahan mempertahankan konsistensi dalam formalitas, sesuai dengan karakteristik komunikasi pemerintah. Teks yang disertakan menggunakan gaya bahasa yang resmi, informatif, dan relevan dengan audiens, memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap jelas dan mudah dipahami. Perbedaan pada pendekatan visual ini menunjukkan strategi variatif Prokompim dalam meningkatkan daya tarik konten sekaligus mempertahankan kredibilitas komunikasi pemerintahan.

Tema Keterlibatan Pimpinan dalam Akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei-Agustus 2024

Berdasarkan hasil analisis dokumen 297 konten di akun Instagram @prokompimkotacirebon selama periode Mei-Agustus 2024, tema Keterlibatan Pimpinan tercatat sebanyak 135 konten. Tema Keterlibatan Pimpinan dalam informasi pemerintah sering kali mengacu pada peran aktif pimpinan dalam membangun hubungan langsung dengan masyarakat atau pihak-pihak lain di luar pemerintahan. Tema ini meliputi berbagai kegiatan keterlibatan pimpinan yang mencerminkan Interaksi Langsung dengan Masyarakat, Kehadiran dalam Acara Formal atau Informal, Respon terhadap Isu Publik, dan Partisipasi dalam Kolaborasi Sosial.



Sumber: Data Penelitian, 2024

**Gambar 4. Frekuensi Kategori Tema Keterlibatan Pimpinan Unggahan Instagram
@prokompimkotacirebon bulan Mei-Agustus 2024**

Gambar 4 menunjukkan distribusi frekuensi kategori Keterlibatan Pimpinan dalam periode Mei–Agustus 2024. Berdasarkan data yang dianalisis, kategori yang paling menonjol adalah Partisipasi dalam Kolaborasi Sosial, dengan frekuensi tertinggi tercatat pada bulan Juli sebanyak 19 konten. Angka ini mencerminkan tingginya intensitas keterlibatan pimpinan dalam kegiatan sosial yang bertujuan mempererat hubungan dengan masyarakat serta berbagai pemangku kepentingan. Kegiatan kolaborasi sosial ini menunjukkan bahwa pemerintah memberikan perhatian besar terhadap isu-isu yang memerlukan kerja sama lintas sektor, seperti antara pemerintah, masyarakat, dan organisasi lainnya, untuk mencapai tujuan bersama atau mengatasi permasalahan sosial yang ada.

Kategori Kehadiran dalam Acara Formal atau Informal juga mencatat angka yang cukup signifikan. Frekuensi tertinggi terjadi pada bulan Agustus dengan 17 konten, sementara angka terendah ditemukan pada bulan Juni dengan 6 konten. Kehadiran pimpinan dalam acara-acara ini menggambarkan upaya untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat serta menjaga kedekatan dengan berbagai pihak, sekaligus berkontribusi pada pencitraan positif pemerintah di mata publik.

Sebaliknya, kategori Respon terhadap Isu Publik menunjukkan angka yang paling rendah, dengan 0 konten pada bulan Juni. Hal ini menunjukkan bahwa pada bulan tersebut, tidak terdapat respons resmi yang diterbitkan terkait isu-isu publik melalui saluran komunikasi pemerintah. Namun, terjadi peningkatan respons pada bulan Juli dan Agustus, dengan puncaknya pada Agustus sebanyak 5 konten. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk meningkatkan responsivitas terhadap isu-isu publik yang berkembang di masyarakat.

Kategori Interaksi Langsung dengan Masyarakat mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, dengan angka tertinggi pada bulan Juli sebanyak 18 konten dan angka terendah pada bulan Agustus sebanyak 3 konten. Variasi ini menunjukkan bahwa intensitas interaksi langsung antara pimpinan dengan masyarakat cenderung dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti agenda pimpinan yang lebih padat atau fokus pada kegiatan pemerintahan lainnya.

Secara keseluruhan, tema Keterlibatan Pimpinan menjadi jenis konten yang paling dominan selama periode Mei–Agustus 2024, mencatat total 135 konten dari 297 unggahan. Dominasi tema ini menegaskan prioritas Prokompim Kota Cirebon dalam menampilkan interaksi langsung, kehadiran, respons, dan partisipasi aktif Pj. Wali Kota Cirebon dalam berbagai kegiatan strategis maupun operasional.

“... kita ingin mengajak masyarakat ataupun juga memberikan informasi kepada masyarakat bahwa semua kegiatan atau semua acara yang dihadiri pimpinan tuh nggak melulu kaku dan resmi. Ada sifat-sifat yang memang yakni kegiatan-kegiatan fleksibel, kayak olahraga bersama, kemudian juga menghadiri CFD, senam, atau mungkin kemarin juga sempat touring” (Bayu Purnama, staf multimedia, tim dokumentasi pimpinan pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon, 06 November 2024).

Hasil analisis konten dan pernyataan dari Bayu menunjukkan bahwa tema keterlibatan pimpinan dalam unggahan yang dipilih dirancang secara strategis oleh tim Prokompim untuk menggambarkan interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat. Tujuan dari tema ini adalah untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas pemerintah, sekaligus memperkuat hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Melalui pendekatan ini, melalui Prokompim Kota Cirebon berusaha menunjukkan bahwa pemerintah daerah Kota Cirebon terbuka dalam komunikasi dan responsif terhadap kebutuhan serta aspirasi publik.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 5 Postingan Konten Keterlibatan Pimpinan dengan ER Tertinggi pada periode Mei-Agustus 2024

Pada Gambar 4.8 ditampilkan sebuah konten unggahan tanggal 29 Juli 2024 yang mengangkat tema Keterlibatan Pimpinan, mencatatkan *Engagement Rate (ER)* tertinggi selama periode Mei–Agustus 2024. Unggahan ini mencatat interaksi signifikan, terdiri dari 120 suka, 2 komentar, 11 simpan, 2 bagikan, menjangkau 1.744 akun, dan menghasilkan total 3.052 tayangan. Konten ini menonjolkan keterlibatan langsung Pj. Wali Kota Cirebon dalam mengajak masyarakat mengunjungi Diorama Arsip di Balai Kota. Upaya ini menghubungkan figur kepemimpinan dengan kegiatan yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, sekaligus menyampaikan informasi mengenai relevansi Diorama Arsip sebagai bagian dari pelestarian budaya dan sejarah Kota Cirebon.

Konten ini dikemas dalam format video yang dirancang menarik, dengan penggunaan elemen-elemen audio-visual. Video tersebut dilengkapi sound original yang diselaraskan dengan musik berhak cipta untuk menciptakan suasana yang hidup dan relevan. Narasi diperkuat dengan *voice-over* yang menekankan poin-poin penting, sementara teks pada video digunakan untuk menyampaikan informasi utama secara eksplisit. Konten ini secara jelas menampilkan Prokompim Kota Cirebon, dengan fokus pada kegiatan pemerintah terkait promosi tema ini. Salah satu elemen utama video adalah tulisan “PAMERAN ARSIP DALAM RANGKA HUT KOTA CIREBON KE-597,” yang menjadi pusat perhatian dalam kegiatan tersebut. Penekanan pada momentum Hari Ulang Tahun Kota Cirebon mencerminkan upaya pemerintah untuk melestarikan warisan budaya dan sejarah lokal melalui pendekatan komunikasi publik yang strategis.

Dalam video tersebut, Pj. Wali Kota Cirebon tampil penuh semangat, menyampaikan ajakan langsung kepada masyarakat. Pernyataan seperti, “*Jadi kami mengajak seluruh masyarakat Kota Cirebon dan sekitarnya untuk datang ke balai kota melihat nuansa balai kota seperti apa sebagai sebuah pusat pemerintahan, tapi kemudian kita kemas menjadi sebuah pusat informasi,*” menegaskan kehadiran pemimpin sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, Pj. Wali Kota memberikan informasi singkat mengenai Diorama Arsip dan tujuannya, serta memperkenalkan museum topeng sebagai bagian dari upaya memperkaya warisan budaya Cirebon.

Dalam konten tersebut, Prokompim Kota Cirebon menggunakan *caption* yang menyampaikan informasi tentang:

Ayo, warga Cirebon dan sekitarnya! Ajak keluarga dan teman-teman untuk mengunjungi Diorama Arsip di Balai Kota. Gratis! Melalui diorama ini, masyarakat dapat melakukan perjalanan waktu dan menyaksikan langsung sejarah Kota Cirebon dari masa ke masa.

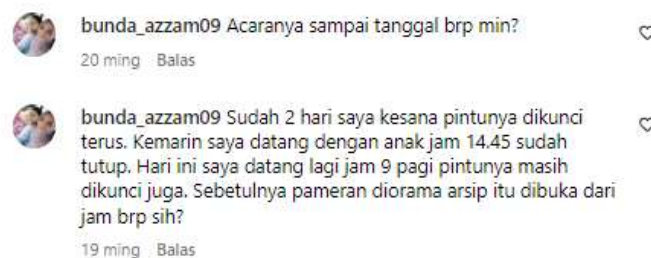
Selain belajar sejarah, kamu juga bisa menikmati suasana dan melihat bangunan Balai Kota yang unik. Tak hanya itu, rencananya akan hadir juga Museum Topeng di Balai Kota yang menampilkan filosofi di balik setiap topeng sebagai ikon Kota Cirebon.

Jangan lupa abadikan momenmu dan tag akun kami ya!

#visitcirebon #dioramaarsip #balaikotacirebon #kotacirebon #sejarahcirebon
#museumtopeng #budayacirebon #pemdakotacirebon #pjwalikotacirebon
#prokompimkotacirebon

Konten yang diunggah oleh akun Instagram @prokompimkotacirebon bertujuan untuk mempromosikan Diorama Arsip di Balai Kota sebagai destinasi edukasi yang memperkenalkan sejarah Kota Cirebon kepada masyarakat. Dalam caption tersebut, Prokompim Kota Cirebon menggunakan gaya bahasa persuasif dengan mengajak warga untuk mengunjungi diorama secara langsung bersama keluarga dan teman-teman, seraya menekankan bahwa kegiatan ini gratis. Selain itu, konten ini juga menonjolkan aspek visual dan edukasi, seperti rencana kehadiran Museum Topeng yang akan memperkenalkan filosofi di balik setiap topeng sebagai salah satu ikon budaya lokal.

Strategi komunikasi yang digunakan dalam caption ini cukup efektif untuk menarik minat masyarakat, dengan menampilkan keunikan Balai Kota sebagai latar edukasi sejarah, serta memberikan elemen interaktif melalui ajakan untuk mengabadikan momen dan menandai akun Instagram terkait. Penggunaan tagar seperti #visitcirebon, #sejarahcirebon, dan #museumtopeng bertujuan memperluas jangkauan konten dan meningkatkan kesadaran publik terhadap program yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Cirebon. Meskipun demikian, tidak ada informasi detail terkait waktu kunjungan atau mekanisme program, yang dapat membatasi efektivitas pesan bagi audiens yang memerlukan informasi lebih spesifik.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 6 Komentar Konten Keterlibatan Pimpinan dengan ER Tertinggi pada periode Mei-Agustus 2024

Komentar pada unggahan tersebut di akun Instagram @prokompimkotacirebon menunjukkan adanya interaksi dari pengguna media sosial terkait pameran diorama arsip yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah. Berdasarkan komentar pengguna dengan akun bunda_azzam09, terdapat dua poin utama yang disampaikan, yaitu pertanyaan mengenai tanggal berakhirnya acara dan keluhan tentang akses pintu yang terkunci pada dua kesempatan kunjungan, yakni pada pukul 14.45 dan 09.00 pagi. Dari komentar tersebut, tampak jelas bahwa terdapat kebingungan dari publik terkait jam operasional dan aksesibilitas acara yang diselenggarakan. Namun, meskipun komentar ini mencerminkan kebutuhan informasi yang mendesak dari publik, tidak ditemukan adanya respons dari pihak Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Kota Cirebon.

“... kita tidak punya kewenangan untuk merespon apa yang menjadi komentar di Instagram. Tapi tetap kita pantau, kita screenshot, itu kita laporkan ke pemangku kepentingan dalam ini Wali Kota dan Wakil Wali Kota. Contohnya, misalnya ada respon tentang Alun-Alun Kejaksan yang rusak dan lain-lain, tetap kita tidak respon secara langsung diisana. Kalaupun

misalnya ada jawabanpun, kita jawabannya formatif” (Yoga Pramono, SSTP., M.Si Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Cirebon, 04 November 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Prokompim, diketahui bahwa ketidakhadiran respons tersebut bukan disebabkan oleh keengganan untuk merespon, melainkan karena tidak adanya arahan resmi atau *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang mengatur mekanisme balasan terhadap komentar publik di media sosial. Hal ini menegaskan bahwa kendala struktural dalam bentuk kebijakan internal masih menjadi tantangan utama dalam optimalisasi komunikasi dua arah.



Sumber: Instagram @prokompimkotacirebon

Gambar 7 Unggahan Konten Keterlibatan Pemimpin dengan ER Terendah pada periode Mei-Agustus 2024

Pada Gambar 7, ditampilkan sebuah konten dengan tema Keterlibatan Pimpinan yang mencatatkan *Engagement Rate* (ER) terendah selama periode Mei–Agustus 2024. Unggahan yang diunggah pada 18 Agustus 2024 ini hanya memperoleh 5 suka, tanpa komentar atau simpanan, dengan jangkauan 67 akun dan total tayangan sebanyak 127. Secara visual, konten ini menampilkan Pj. Wali Kota Cirebon yang menghadiri Simulasi Sistem Pengamanan Kota (Sispamkota) untuk Operasi Mantap Praja Sunyaragi 2024 di Pelabuhan Cirebon, yang termasuk dalam kategori Partisipasi dalam Kolaborasi Sosial pada tema Keterlibatan Pimpinan.

Konten yang diunggah oleh akun Instagram @prokompimkotacirebon menampilkan partisipasi aktif Pj. Wali Kota Cirebon dalam Simulasi Sistem Pengamanan Kota (Sispamkota) untuk Operasi Mantap Praja Suryajaya 2024 di Pelabuhan Cirebon. Kehadiran Pj. Wali Kota dalam kegiatan ini menunjukkan komitmen dan peran pentingnya dalam mendukung persiapan sistem pengamanan kota, khususnya dalam menghadapi potensi gangguan keamanan menjelang Pemilu Serentak 2024. Dalam visual yang ditampilkan, Pj. Wali Kota tampak berdiri bersama jajaran aparat keamanan, termasuk TNI dan Polri, yang mencerminkan kolaborasi yang solid antara berbagai lembaga dalam menjaga stabilitas dan keamanan daerah.

Melalui caption yang disertakan, informasi disampaikan secara ringkas dan formal mengenai tujuan dan konteks acara yang dihadiri. Meskipun demikian, caption ini tidak mencakup detail lebih lanjut terkait peran spesifik yang dimainkan oleh Pj. Wali Kota dalam simulasi, yang dapat mengurangi daya tarik dan kedalaman informasi bagi audiens. Penggunaan gambar yang menunjukkan kelompok besar dalam latar belakang menggambarkan semangat kebersamaan dan sinergi antara aparat keamanan, pemerintah, dan masyarakat dalam menjaga keamanan kota. Hal ini sekaligus mempertegas pentingnya kerja sama antar lembaga dalam mempersiapkan dan menghadapi potensi ancaman keamanan.

Konten visual ini juga menggambarkan momen interaksi antara Pj. Wali Kota dan berbagai pemimpin institusi lainnya, seperti perwakilan TNI, Polri, dan kejaksaan. Dalam gambar-gambar tersebut, Pj. Wali Kota terlihat bersalaman dengan para pejabat yang terlibat dalam simulasi, yang secara simbolis menunjukkan pentingnya komunikasi interpersonal dan hubungan kerja yang erat antara pemerintah daerah dan institusi pengamanan. Hal ini menegaskan kepemimpinan Pj. Wali Kota dalam memastikan kolaborasi lintas lembaga berjalan dengan baik. Untuk meningkatkan pemahaman

audiens, caption pada konten ini bisa ditambahkan dengan narasi yang lebih mendalam, menjelaskan lebih jauh tentang peran setiap pihak yang terlibat dan dampaknya terhadap keamanan serta kelancaran pelaksanaan Pemilu Serentak 2024.

Konten selanjutnya memperlihatkan simulasi pengamanan yang melibatkan latihan fisik dan interaksi dengan massa simulasi, di mana personel keamanan dilatih untuk berhadapan langsung dengan individu yang memerankan massa. Adegan ini menggambarkan kesiapsiagaan aparat dalam menghadapi situasi darurat, dengan pelatihan yang bertujuan untuk mengasah keterampilan dalam menangani kerusakan atau gangguan keamanan. Dalam konteks ini, visual yang diunggah juga menunjukkan upaya kolaboratif antara instansi pemerintah dan aparat keamanan dalam menjaga stabilitas serta kelancaran Pemilu. Dari sudut pandang komunikasi publik, gambar ini memberikan gambaran positif mengenai kesiapan pihak berwenang dalam mengelola potensi ancaman, serta menanamkan keyakinan kepada masyarakat bahwa tindakan pencegahan dan pengendalian kerusakan dilakukan dengan profesional dan terukur. Untuk meningkatkan pemahaman audiens, sebaiknya konten ini dilengkapi dengan penjelasan yang lebih rinci tentang tujuan simulasi, proses yang dilalui, serta dampaknya terhadap masyarakat dan pelaksanaan Pemilu yang aman.

Dalam konten tersebut, Prokompim Kota Cirebon menggunakan *caption* yang menyampaikan informasi tentang:

Pj Wali Kota Cirebon, Drs H Agus Mulyadi MSi hadir dalam simulasi Sistem Pengamanan Kota (Sispamkota) untuk Operasi Mantap Praja Sunyaragi 2024 di Pelabuhan Cirebon, Rabu (14/8/2024). Kegiatan ini merupakan bagian dari persiapan intensif menjelang Pilkada Serentak 2024, bertujuan memastikan kesiapan dalam menghadapi berbagai situasi, baik kondusif maupun yang memerlukan penanganan khusus. Pj Wali Kota menegaskan pentingnya simulasi ini untuk menghadapi segala kemungkinan dan menjaga keamanan Pilkada.

Kapolres Cirebon Kota, AKBP M Rano Hadiyanto, juga menekankan kolaborasi yang solid antara Polres, Kodim 0614/Cirebon, Pemerintah Daerah dan unsur Forkopimda dalam simulasi ini. Dengan melibatkan sekitar 350 personil dari berbagai instansi, simulasi ini mengantisipasi dan memitigasi risiko, serta memastikan Pilkada 2024 dapat berjalan dengan lancar, aman, dan adil.

*#pemdakotacirebon #prokompimkotacirebon #pjwalikotaciebon #Pilkada2024
#SimulasiSispamkota #KeamananPilkada*

Konten yang diunggah oleh akun Instagram @prokompimkotacirebon menampilkan partisipasi Pj. Wali Kota Cirebon, Drs. H. Agus Mulyadi, MSi dalam simulasi Sistem Pengamanan Kota (Sispamkota) untuk Operasi Mantap Praja Sunyaragi 2024 di Pelabuhan Cirebon. Kegiatan ini merupakan bagian dari upaya persiapan intensif menjelang Pilkada Serentak 2024, yang bertujuan untuk memastikan kesiapan sistem pengamanan dalam menghadapi berbagai kemungkinan situasi, baik yang kondusif maupun yang memerlukan penanganan khusus. Dalam caption yang menyertai foto, Pj. Wali Kota menegaskan bahwa simulasi ini sangat penting untuk menghadapi potensi gangguan keamanan dan menjaga kelancaran Pilkada, yang menjadi fokus utama dalam konteks pengamanan.

Selain itu, Kapolres Cirebon Kota, AKBP M. Rano Hadiyanto, turut menekankan pentingnya kolaborasi yang solid antara Polres, Kodim 0614/Cirebon, Pemerintah Daerah, dan unsur Forkopimda dalam menjalankan simulasi ini. Keterlibatan sekitar 350 personil dari berbagai instansi menandakan sinergi yang terjalin antara aparat keamanan dan pemerintah dalam memitigasi risiko serta memastikan bahwa Pilkada 2024 dapat berjalan dengan lancar, aman, dan adil. Konten ini secara jelas menunjukkan perhatian pemerintah dan aparat keamanan terhadap stabilitas dan keamanan daerah, khususnya dalam rangka memfasilitasi proses demokrasi yang aman dan terjamin. Meskipun demikian, caption dapat lebih menggali lebih dalam mengenai dinamika pelaksanaan simulasi dan peran spesifik masing-masing pihak yang terlibat, untuk memberi pemahaman lebih komprehensif kepada audiens mengenai tujuan dan dampak dari kegiatan ini terhadap pelaksanaan Pilkada.

PEMBAHASAN

Pembahasan Tema Aktivitas Kepemimpinan dalam Akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei-Agustus 2024

Kategori dengan frekuensi tertinggi dalam tema Aktivitas Kepemimpinan adalah Penyampaian Arahan dan Strategi, yang mencapai puncaknya pada bulan Agustus. Data ini mencerminkan peran strategis pemerintah dalam memberikan panduan kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait, sejalan dengan konsep humas pemerintah yang dikemukakan oleh Ruslan (2014). Menurut Ruslan, praktisi humas pemerintah memiliki tanggung jawab utama untuk memastikan keamanan kebijakan pemerintah, memberikan pelayanan informasi kepada publik, dan menyebarkan informasi mengenai program serta kebijakan pemerintah (Chandratama Priyatna et al., 2020). Meskipun demikian, tingginya frekuensi kategori ini juga mengindikasikan bahwa komunikasi pemerintah lebih banyak berfokus pada aspek administratif, dibandingkan pada pendekatan yang lebih humanis, seperti penyampaian isu kesejahteraan masyarakat.

Sebaliknya, kategori Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat memiliki frekuensi terendah selama periode penelitian. Rendahnya angka ini menunjukkan bahwa komunikasi terkait kebijakan atau program kesejahteraan masyarakat belum menjadi prioritas dalam strategi komunikasi publik Prokompim. Kategori lain seperti Pengambilan Keputusan Strategis dan Respons terhadap Masalah Daerah menunjukkan pola distribusi yang variatif, dengan momentum tertentu pada bulan Agustus dan Juli. Hal ini mencerminkan responsivitas pemerintah terhadap isu-isu strategis dan lokal yang sedang berkembang.

Namun, stabilitas angka rendah pada kategori Kepemimpinan Pemerintah dalam Kebijakan Lokal mengindikasikan adanya keterbatasan dalam eksplorasi komunikasi terkait kebijakan yang secara langsung memenuhi kebutuhan masyarakat lokal. Dalam konteks ini, tantangan miskomunikasi dan miskoordinasi sering menjadi hambatan dalam lembaga pemerintah di Indonesia, sebagaimana tercermin dalam prinsip strategi komunikasi publik. Oleh karena itu, diperlukan *political will* yang lebih kuat dari pimpinan pemerintah untuk mengarahkan strategi komunikasi yang lebih inklusif (Rahayu, 2023). Menjadikan kebijakan lokal sebagai salah satu fokus utama dalam strategi komunikasi publik merupakan langkah penting guna meningkatkan keterlibatan aktif dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Pada Gambar 4.4, unggahan Instagram @prokompimkotacirebon yang mencapai *Engagement Rate (ER)* tertinggi selama periode Mei–Agustus 2024 menunjukkan keberhasilan Prokompim dalam mengoptimalkan elemen strategis komunikasi publik guna meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik. Dalam perspektif teori komunikasi, konten ini menunjukkan relevansi pendekatan *agenda-setting* dalam membimbing isu penting, yaitu Hari Kebangkitan Nasional, sebagai momen untuk menegaskan posisi kepemimpinan dan memperkuat identitas pemerintah daerah. Elemen protokoler yang ditampilkan, seperti penjemputan menuju podium, menekankan aspek otoritas dan legitimasi Pj. Wali Kota sebagai pemimpin daerah.

Strategi pengemasan konten dengan format video yang memadukan teks judul, *sound original*, dan *copyrighted soundtrack* juga selaras dengan pendekatan *multimodal communication*, yang meningkatkan efektivitas pesan melalui sinergi elemen visual dan audio. Namun, dari segi interaksi, meskipun unggahan ini mencatat *engagement rate* tertinggi, tidak adanya komentar menunjukkan keterbatasan dalam menciptakan komunikasi dua arah dengan audiens. Hal ini menunjukkan tim Prokompim Kota Cirebon memerlukan pendekatan komunikasi dua arah, seperti Model Simetris Dua Arah (*Two-Way Symmetrical Model*) pada pengelolaan media sosial Instagram, untuk membangun hubungan yang lebih seimbang antara pemerintah dan masyarakat. Ketiadaan elemen naratif atau pertanyaan yang memancing diskusi dalam *caption* menjadi salah satu faktor yang menghambat terjadinya komunikasi dialogis, sehingga komunikasi publik tidak di akun Instagram @prokompimkotacirebon inklusif dan interaktif.

Dari segi penyampaian informasi, meskipun cukup informatif, konten dengan *engagement rate (ER)* tertinggi cenderung bersifat laporan fakta tanpa eksplorasi makna tema. Elaborasi tentang kaitan tema "Bangkit untuk Indonesia Emas" dengan tujuan Hari Kebangkitan Nasional atau relevansinya menuju visi Indonesia Emas 2045 perlu ditambahkan untuk memberikan nilai edukasi. Begitu pula unggahan Instagram pada Gambar 4.5, menunjukkan bahwa pengemasan konten yang dilakukan oleh Prokompim Kota Cirebon pada dasarnya sudah mencerminkan perhatian yang matang terhadap elemen visual dan penyampaian informasi yang terstruktur.

Temuan menunjukkan bahwa meskipun caption telah memenuhi fungsi informatif dengan menjelaskan waktu, tempat, peserta, dan tema kegiatan, terdapat beberapa kelemahan yang memengaruhi efisiensi komunikasi publik. Penyampaian informasi yang cenderung deskriptif tanpa adanya upaya untuk menciptakan keterlibatan emosional atau dialog dengan audiens menyebabkan unggahan terkesan generik. Hal ini menunjukkan bahwa caption tersebut lebih berfokus pada penyampaian fakta secara formal dibandingkan membangun hubungan interaktif dengan masyarakat, yang merupakan salah satu potensi utama media sosial. Penggunaan gaya penulisan yang formal memang relevan dalam konteks komunikasi pemerintah, namun kurang menarik bagi audiens di platform seperti Instagram yang menuntut pendekatan yang lebih personal dan interaktif.

Dari perspektif strategi komunikasi, caption pada unggahan Instagram @prokompimkotacirebon selama periode Mei-Agustus 2024, khususnya pada tema Aktivitas Kepemimpinan, mencerminkan model komunikasi *Public Information* (Grunig & Kim, 2021). Model ini menekankan penyampaian informasi satu arah, di mana fokus utama adalah menyebarkan informasi secara jelas dan terstruktur tanpa adanya interaksi atau umpan balik langsung dari audiens. Meskipun model ini sesuai untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik, tetapi kurang memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat untuk membangun hubungan interaktif antara pemerintah dan masyarakat.

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian oleh (Sumarwan et al., 2024), yang menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Jawa Barat berhasil mengoptimalkan Instagram @jabarprovgoind sebagai media komunikasi pembangunan. Sepanjang tahun 2022, akun tersebut mengimplementasikan *participation communication strategy design* atau *Professional Public Relations* pada komunikasi dua arah, di mana organisasi dan publik saling berinteraksi secara aktif melalui unggahan berbentuk desain grafis, yang secara signifikan berkontribusi pada pengembangan citra dan reputasi pemerintah.

Selama proses pengumpulan data, peneliti menemukan perubahan signifikan dalam desain konten akun Instagram @prokompimkotacirebon pada 5 Juli 2024 juga menunjukkan perhatian terhadap kualitas visualisasi dan upaya untuk menjaga agar komunikasi yang disampaikan tetap menarik dan relevan. Perbedaan pendekatan desain visual pada dua unggahan Instagram @prokompimkotacirebon, yakni pada 2 Juli 2024 dan 5 Juli 2024, mencerminkan strategi komunikasi visual yang variatif dalam upaya menyampaikan pesan kepada audiens digital. Desain konten yang lama menonjolkan desain minimalis dengan fokus utama pada elemen inti seperti foto kegiatan atau subjek utama. Desain sederhana ini menciptakan kesan profesional yang sesuai untuk menyampaikan informasi operasional atau administratif tanpa distraksi visual berlebih.

Sebaliknya, unggahan dengan desain konten baru menunjukkan penggunaan desain visual yang lebih kompleks dengan tambahan ornamen seperti border, simbol formal, dan warna yang beragam. Pendekatan ini relevan dengan literatur mengenai visualisasi komunikasi, yang menyatakan bahwa elemen visual dekoratif dapat memperkuat pesan emosional dan simbolis, terutama untuk konten yang memperingati momen khusus.

Desain yang diperbarui ini mencerminkan evaluasi tim Prokompim terhadap efektivitas konten yang sudah ada. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa desain visual yang baik dapat memperkuat pemahaman serta memengaruhi sikap pengguna media sosial terhadap informasi yang disampaikan (Jokar et al., 2023). Dengan memperhatikan elemen estetika, Prokompim Kota Cirebon berupaya memperbaiki kualitas dokumentasi visual yang digunakan dalam memperingati Hari Jadi Cirebon ke-597, sehingga pesan yang disampaikan lebih efektif dalam menarik perhatian publik dan membangun citra positif pemerintah.

Pembahasan Tema Keterlibatan Pimpinan dalam Akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei-Agustus 2024

Berdasarkan hasil analisis konten yang dipublikasikan oleh Prokompim Kota Cirebon selama periode Mei-Agustus 2024, tema Keterlibatan Pimpinan menjadi kategori yang paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa Prokompim Kota Cirebon memprioritaskan penyajian interaksi langsung antara pimpinan dan masyarakat sebagai salah satu bentuk transparansi dan responsivitas pemerintah terhadap kebutuhan publik.

Unggahan akun Instagram @prokompimkotacirebon yang dikelola oleh tim Prokompim Kota Cirebon menggambarkan penerapan prinsip komunikasi pemerintahan, Joel Netshitenzhe dalam *Government Communicators' Handbook*, yang dilakukan oleh Pj. Wali Kota Cirebon. Hal ini terlihat dari upaya pimpinan daerah Kota Cirebon dalam menekankan pentingnya keterlibatan aktif pimpinan

dalam membangun hubungan yang efektif antara pemerintah dan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, pimpinan daerah tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan strategis, tetapi juga sebagai komunikator utama yang berperan aktif dalam menyampaikan informasi, mendengarkan aspirasi publik, dan mendukung kepentingan masyarakat secara transparan dan akuntabel (Annisarizki & Surahman, 2022).

Hasil penelitian pada tema ini menunjukkan bahwa Prokompim Kota Cirebon berupaya menyampaikan informasi mengenai pimpinan daerah yang menjaga kedekatan dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan informal dan fleksibel, seperti olahraga bersama dan acara *Car Free Day* (CFD). Upaya ini mendukung pencitraan positif pemerintah di mata masyarakat. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian pengabdian oleh Budiana et al., (2023), menjelaskan bahwa komunikasi publik berperan penting dalam membangun dan menjaga hubungan baik antara pemerintah dengan pemangku kepentingan. Hubungan yang terjalin dengan baik menghasilkan citra positif di mata stakeholder, yang selanjutnya dikelola secara berkelanjutan untuk memperkuat kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap pemerintah.

Dari segi implikasi, temuan ini memperkaya pemahaman tentang peran strategis komunikasi publik dalam pemerintahan daerah. Komunikasi pemerintah yang efektif terbukti dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta kepercayaan masyarakat. Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi untuk memperkenalkan kegiatan pemerintah menjadi strategi yang penting dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan publik. Penelitian Lasco (2024), mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa keterlibatan pimpinan dalam berbagai aktivitas publik yang dipublikasikan secara luas dapat memperkuat persepsi publik terhadap efektivitas dan integritas pimpinan tersebut.

Hasil analisis konten unggahan Instagram @prokompimkotacirebon pada tema Keterlibatan Pimpinan pada tanggal 29 Juli 2024 (lihat Gambar 4.8) menunjukkan *Engagement Rate (ER)* tertinggi selama periode penelitian Mei–Agustus 2024. Unggahan ini menggambarkan peran strategis Prokompim Kota Cirebon dalam mengemas komunikasi publik dengan memadukan elemen audio-visual, narasi persuasif, dan desain menarik.

Ajakan langsung yang dilontarkan Pj. Wali Kota dalam video merupakan bentuk dari komunikasi persuasif agar masyarakat mau bertindak sesuai keinginan komunikator. Idris (2014) menekankan bahwa tugas utama praktisi humas pemerintah meliputi kewajiban memastikan hak masyarakat atas informasi, mendorong partisipasi publik dalam kebijakan, serta mendukung transparansi jalannya pemerintahan (Chandratama Priyatna et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang melibatkan narasi persuasif dan ajakan langsung dapat memperkuat keterlibatan Masyarakat dalam program pemerintah.

Tingginya tingkat keterlibatan ini menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian audiens dengan cara yang relevan secara budaya dan edukatif. Secara analitis, komentar bunda_azzam09 pada unggahan tersebut menunjukkan bahwa ada ekspektasi keterbukaan informasi dan interaksi dari pihak pemerintah sebagai bentuk pelayanan publik yang responsif. Namun, ketidakhadiran respons dari Prokompim Kota Cirebon menimbulkan kesan kurangnya transparansi dan kesiapan pemerintah dalam menghadapi komunikasi publik digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan *Standard Operating Procedure* (SOP) dan kebijakan yang mengatur responsivitas dalam komunikasi digital agar tujuan komunikasi publik dapat tercapai secara lebih efektif dan interaktif.

Hasil penelitian terhadap konten Instagram @prokompimkotacirebon pada Gambar 4.10, meskipun konten ini menyoroti peran strategis Pj. Wali Kota Cirebon dalam mendukung persiapan keamanan menjelang Pilkada Serentak 2024, daya tariknya bagi audiens masih terbatas, sebagaimana tercermin dari minimnya interaksi berupa suka, komentar, dan simpanan. Temuan ini mempertegas penelitian Brigagão et al., (2023), yang menyatakan bahwa teks berperan penting dalam melengkapi visualisasi grafis (Unwin, 2020). Oleh karena itu, elemen narasi yang mendalam dan visual yang menarik menjadi krusial untuk meningkatkan keterlibatan audiens dalam komunikasi publik di media sosial.

Secara keseluruhan, konten tema Keterlibatan Pimpinan yang disajikan oleh Tim Prokompim Kota Cirebon menunjukkan fokus pada kolaborasi lintas institusi dan stabilitas politik. Namun, pendekatan yang cenderung formal, serta minimnya informasi rinci mengenai peran spesifik pihak-pihak yang terlibat dalam simulasi, menjadi kendala dalam menarik perhatian masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015, yang menekankan pentingnya

transparansi dan keterbukaan informasi dalam komunikasi publik (Ramadani, 2019). Prinsip komunikasi pemerintah sebagaimana diuraikan oleh Kriyantono (2020), juga menegaskan bahwa keterbukaan informasi dengan publik merupakan aspek utama dalam komunikasi pemerintahan (Annisarizki & Surahman, 2022). Media sosial efektif sebagai alat komunikasi publik jika mengedepankan keterbukaan informasi dan narasi yang relevan dengan kebutuhan audiens.

Kedua caption yang dianalisis mencerminkan upaya strategis Prokompim Kota Cirebon dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung komunikasi publik yang efektif. Caption pertama (lihat Gambar 4.8), yang mempromosikan Diorama Arsip di Balai Kota menonjolkan komunikasi persuasif dengan gaya bahasa inklusif dan ajakan langsung kepada masyarakat. Melalui elemen visual, narasi video, dan penggunaan tagar, Prokompim Kota Cirebon berupaya meningkatkan kesadaran publik terhadap sejarah dan budaya lokal. Pada caption kedua (lihat Gambar 4.10), yang berfokus pada simulasi Sistem Pengamanan Kota (Sispamkota) untuk Pilkada Serentak 2024, komunikasi yang digunakan lebih bersifat informatif dengan menekankan koordinasi lintas lembaga dan kesiapan pemerintah dalam menjaga keamanan. Dengan melibatkan berbagai instansi seperti Polres, Kodim, dan Forkopimda, narasi dalam caption ini memperkuat legitimasi pemerintah sebagai penjaga stabilitas sosial-politik.

Temuan ini juga menjawab rumusan masalah penelitian, yakni bagaimana Prokompim Kota Cirebon memublikasikan tema Keterlibatan Pimpinan melalui konten di Instagram @prokompimkotacirebon selama periode penelitian. Penekanan pada ajakan langsung, pemanfaatan momentum strategis, dan pendekatan visual yang menarik menunjukkan bahwa komunikasi publik yang efektif dapat berperan penting dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, sekaligus menumbuhkan kepercayaan publik.

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis konten Instagram @prokompimkotacirebon (Mei-Agustus 2024) sebagai bagian dari strawtegi komunikasi publik Prokompim Kota Cirebon, dengan empat tema utama: Aktivitas Kepemimpinan, Keterlibatan Pimpinan, Konten Grafis, dan Kolaborator Konten. Berikut adalah simpulan untuk masing-masing tema yang menjawab pertanyaan dari penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, tema Aktivitas Kepemimpinan pada akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei–Agustus 2024 menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang diterapkan masih cenderung berorientasi pada penyampaian informasi satu arah. Kategori Penyampaian Arah dan Strategi menjadi dominan, yang mencerminkan peran pemerintah dalam memberikan panduan kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait. Namun, tingginya fokus pada aspek administratif ini menunjukkan kurangnya perhatian terhadap isu yang lebih humanis, seperti Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat, yang memiliki frekuensi terendah dalam tema ini. Hal ini mengindikasikan perlunya penguatan *political will* untuk memperluas cakupan komunikasi publik yang lebih inklusif. Dari sisi desain konten, perubahan signifikan pada unggahan mulai 5 Juli 2024 menunjukkan upaya Prokompim Kota Cirebon untuk meningkatkan daya tarik visual dan kualitas komunikasi. Meski demikian, konten unggahan dengan *engagement rate* tertinggi lebih menonjolkan elemen formal dan informatif tanpa eksplorasi naratif yang mendalam. Ketiadaan komunikasi dua arah dengan audiens juga menjadi salah satu kelemahan yang menghambat terwujudnya hubungan interaktif antara pemerintah dan masyarakat, yang seharusnya menjadi potensi utama media sosial seperti Instagram. Model komunikasi Public Information yang diterapkan efektif untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik, namun terbatas dalam membangun interaksi. Sebagai perbandingan, Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui akun @jabarprovgoind berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi partisipatif berbasis interaksi dua arah, yang menunjukkan pentingnya pendekatan simetris untuk menciptakan keterlibatan masyarakat secara aktif.
2. Berdasarkan hasil analisis konten pada tema Keterlibatan Pimpinan dalam akun Instagram @prokompimkotacirebon periode Mei–Agustus 2024, ditemukan bahwa tema ini menjadi kategori dominan dalam upaya Prokompim Kota Cirebon untuk memperlihatkan interaksi langsung antara pimpinan daerah dengan masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik melalui komunikasi yang terbuka. Hasil analisis menunjukkan bahwa unggahan yang

menampilkan keterlibatan pimpinan dalam kegiatan formal dan informal, seperti olahraga bersama dan acara Car Free Day, berperan penting dalam memperkuat citra positif pemerintah di mata masyarakat. Dalam hal ini, penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi publik terbukti efektif dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara pemerintah dan publik. Namun, meskipun konten yang memanfaatkan elemen visual dan narasi persuasif terbukti mampu menarik perhatian audiens, kurangnya respons terhadap komentar audiens menandakan bahwa pemerintah perlu meningkatkan komunikasi dua arah dengan memperkuat standar *operasional prosedur* (SOP) untuk merespons interaksi publik secara lebih responsif. Selain itu, temuan ini juga menunjukkan bahwa meskipun konten yang bersifat informatif, seperti simulasi pengamanan Pilkada, masih memiliki keterbatasan dalam menarik perhatian audiens, yang mengindikasikan perlunya peningkatan kedalaman narasi dan daya tarik visual dalam publikasi tersebut. Secara keseluruhan, Prokompim Kota Cirebon telah berhasil memanfaatkan tema Keterlibatan Pimpinan sebagai bagian dari strategi komunikasi publik untuk membangun hubungan yang lebih transparan dan akuntabel antara pemerintah dan masyarakat. Namun, untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik, diperlukan perbaikan dalam aspek responsivitas, pengelolaan konten yang lebih variatif, dan kreativitas visual yang lebih menarik guna mencapai komunikasi yang lebih interaktif dan berbasis pada partisipasi publik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, berikut adalah rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan efisiensi strategi komunikasi publik Prokompim Kota Cirebon melalui konten akun Instagram @prokompimkotacirebon:

1. Pengelolaan media sosial Instagram oleh Bagian Prokompim Kota Cirebon dapat ditingkatkan secara profesional melalui peningkatan kualitas konten yang sesuai dengan prinsip-prinsip penulisan hubungan masyarakat (public relations writing) serta penguatan sarana dan prasarana pendukung fungsi tugas tim Prokompim Kota Cirebon dan alat analitik media sosial.
2. Prokompim sebaiknya memperbanyak jumlah tim media sosial dan meningkatkan kompetensi mereka melalui pelatihan yang berfokus pada pembuatan konten media sosial, manajemen media sosial, serta analisis data digital. Dengan demikian, tim dapat mengelola konten secara lebih kreatif dan strategis. Selain itu, penggunaan alat analitik media sosial yang lebih canggih akan mempermudah evaluasi performa unggahan secara real-time, memungkinkan Prokompim untuk menyusun strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens.
3. Penting untuk menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus terkait pembuatan konten, penanganan komentar, dan pesan langsung (direct message) secara profesional. SOP ini harus mencakup seluruh proses mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten yang dipublikasikan.
4. Prokompim Kota Cirebon perlu memaksimalkan pemanfaatan media sosial yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat. Fitur-fitur interaktif seperti polling, tanya jawab (Q&A), serta dialog terbuka dengan publik akan memberikan ruang bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik langsung, sekaligus mempererat hubungan antara pemerintah dan warga.
5. Penting untuk melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkelanjutan terhadap efektivitas setiap jenis konten yang dipublikasikan, baik dari sisi kualitas grafis maupun dampak keterlibatan audiens. Berdasarkan temuan yang ada, konten yang tidak menghasilkan tingkat keterlibatan yang tinggi perlu dievaluasi dan disesuaikan, dengan mempertimbangkan faktor waktu, narasi, serta elemen visual yang digunakan.

REFERENSI

- Abdullah, M. Z. (2011). *Strategi Komunikasi Pemerintahan Menuju Pelayanan Publik Yang Berkualitas*.
- Adhrianti, L. (2018). *Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah*.

- Ahmad, J. (2018a). *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.12201.08804>
- Ahmad, J. (2018b). *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.12201.08804>
- Amir, I. F., & Idris, M. (2023). *Aktivitas Prokopim Kabupaten Kolaka Dalam Meningkatkan Layanan Keprotokolan Pimpinan*. 1(1).
- Annisarizki, A. A., & Surahman, S. (2022). Upaya Komunikasi Publik Pemerintah Kota Cilegon Dalam Mengedukasi Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 170. <https://doi.org/10.31315/Jik.V20i2.4344>
- Ari, F. X., & Prastowo, A. (2020). Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah Pada Lembaga Pemerintah. *Profesi Humas*, 5(1), 45363.
- Brigagão, J. I. M., Malinverni, C., & De Gea Gervasio, M. (2023). Design In Health Data Communication: Infographics About Covid-19 In Rio Claro Municipality. *Comunicacao E Sociedade*, 43, 2–21. [https://doi.org/10.17231/Comsoc.43\(2023\).4338](https://doi.org/10.17231/Comsoc.43(2023).4338)
- Budiana, H. R., Koswara, A., & Syuderajat, F. (2023). Pelatihan Komunikasi Publik Dengan Pendekatan Kehumasan Bagi Aparatur Pemerintah Di Wilayah Kecamatan Cigugur, Kabupaten Pangandaran. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 92–101. <https://doi.org/10.32509/Abdimoestopo.V6i1.2455>
- Chandratama Priyatna, C., Ari, F. X., Prastowo, A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi Teknologi Informasi Oleh Lembaga Pemerintah Dalam Aktivitas Komunikasi Publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 45363.
- Ciparay, K. B., Isakh, I. H., Rossa, J. C., Narendragharini, K. S., & Putri, K. S. (2020). Kolaborasi Dalam Program Inovasi Pembangunan Dan Pemberdayaan Kewilayahan Di. In *Jurnal Birokrasi & Pemerintahan Daerah* (Vol. 2, Issue 2).
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social Media Engagement With Organization-Generated Content: Role Of Visuals In Enhancing Public Engagement With Organizations On Facebook And Instagram. *Public Relations Review*, 48(2). <https://doi.org/10.1016/J.Pubrev.2022.102174>
- Donsbach, W. (2008). *The International Encyclopedia Of Communication*. Blackwell Pub.
- Dr. Drs. Suprawoto, S. H., M. Si. (2018). *Government Public Relations Perkembangan & Praktik Di Indonesia* (Dr. Nursodik Gunarjo, Ed.; 1st Ed.). Prenadamedia Group.
- Dunan, A., & Mudjiyanto, B. (2020). "The Republic Of Indonesia Government Public Relations Communication Strategy In The Era Of The Industrial Revolution 4.0 ". *Journal Of Southeast Asian Studies*, 25(1), 58–78. <https://doi.org/10.22452/Jati.Vol25no1.4>
- Emzir. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (1st Ed.). Pt Rajagrafindo Persada.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (1st Ed.). Kencana.
- Firdaus Haidar, N. (2021a). Analisis Konten Visual Post Instagram Rilis Dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdkv/>
- Firdaus Haidar, N. (2021b). Analisis Konten Visual Post Instagram Rilis Dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdkv/>
- Grunig, J. E., & Kim, J.-N. (2021). 15 The Four Models Of Public Relations And Their Research Legacy. In *Public Relations* (Pp. 277–312). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110554250-015>
- Hakim, L., Kediri, I., Sunan, J., No, A., Kediri, K. K., Kediri, K., & Timur, J. (2021). *Praktik Jurnalisme Online Pada Instansi Pemerintah (Studi Pada Jatim Newsroom Dinas Kominfo Jatim) Practices Of Online Journalism On Government Agencies (A Study On Jatim Newsroom East Java Communications And Information Services)*. <http://kominfo.jatimprov.go.id/>
- Handaka, T., Adhi Dharma, F., Realitas Sosial, K., & Peter Berger Tentang Kenyataan Sosial, P. L. (2018). *The Social Construction Of Reality: Peter L. Berger's Thoughts About Social Reality*. <https://doi.org/10.21070/Kanal.V%Vi%I.3024>
- Hartika, M., Pawito, & Utari, P. (2022). Brand Activism On The Digital Public Sphere: Campaign Content Analysis Of #Bringbackourbottle On Instagram. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, 1016(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1016/1/012027>

- Harun, A., & Karniawati, N. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Kepala Daerah. In *Journal Of Scientific Communication* (Vol. 5, Issue 2).
- Hidayat M.I.Kom, Dr. Dasrun., Kuswarno M.S, Prof. Dr. E., & Hafiar M.Si, Dr. H. (2023). *Public Relations Budaya* (N. Siti Nurbaya, Ed.; 1st Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Humas. (2023, March 6). *Agar Humas Strategis, Lakukan Langkah Cutlip & Center*. HumasIndonesia.Id.
- Humas Setkab Ri. (2024, August 16). Pidato Presiden Joko Widodo Pada Penyampaian Keterangan Pemerintah Atas Ruu Tentang Apbn Tahun Anggaran 2024 Beserta Nota Keuangannya Di Depan Rapat Paripurna DPR Ri, Di Gedung Nusantara MPR/DPR/DPRD Ri, Senayan, Provinsi DKI Jakarta, 16 Agustus 2023. *Setkab.Go.Id*. <https://Setkab.Go.Id/Pidato-Presiden-Ri-Pada-Penyampaian-Keterangan-Pemerintah-Atas-Ruu-Tentang-Apbn-Tahun-Anggaran-2023-Beserta-Nota-Keuangannya-Di-Depan-Rapat-Paripurna-DPR-Ri-Di-Gedung-Nusantara-MPR-DPR-DPRD-Ri-Senaya-2/>
- Jauharri, M. (2021). *Public Relations* (T. Nurdiyana, Ed.; 1st Ed.). Lp3di Press.
- Jokar, A. H. R., Roche, S., & Karimi, H. (2023). Stuttering On Instagram: What Is The Focus Of Stuttering-Related Instagram Posts And How Do Users Engage With Them? *Journal Of Fluency Disorders*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.jfludis.2023.106021>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2012). *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*.
- Kemp, S. (2024, February 21). Digital 2024: Indonesia. *Datareportal.Com*. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2024-Indonesia>
- Kominfo. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Komunikasi Dan Informatika Tahun 2023*.
- Kominfo. (2024, February 22). Wamenkominfo: Humas Pemerintah Harus Adaptif Dan Inovatif! *Biro Humas Kementerian Kominfo*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/54925/Siaran-Pers-No-151hmkominfo022024-Tentang-Wamenkominfo-Humas-Pemerintah-Harus-Adaptif-Dan-Inovatif/0/Siaran_Pers
- Kriyanto, R. (2008). *Public Relations Writing (Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat)* (3rd Ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Lasco, G. (2024). Political Constructions Of People Who Use Drugs In The Philippines: A Qualitative Content Analysis. *International Journal Of Drug Policy*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2024.104518>
- Luttrell, R. (2015). *Social Media How To Enngage, Share, And Connect*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Mayring, P. (2000). *Qualitative Content Analysis*. <http://www.zuma-mannheim.de/research/en/methods/textanalysis/>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis Theoretical Foundation, Basic Procedures And Software Solution*. www.beltz.de
- Mucharam, A. (2022a). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(1).
- Mucharam, A. (2022b). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(1).
- Muhtadi, A. S. (2016). *Komunikasi Pemerintah (Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi)* (1st Ed.). Cv Pustaka Setia.
- Muktaf, Z. M. (2016). *Paradigma Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Prosiding Hubungan Masyarakat Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Di Media Sosial. *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Di Media Sosial*, 2(1).
- Rahayu, H. S. (2023). Strategi Komunikasi Publik Pemerintah Di Masa Pandemi Covid-19. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(1), 45–50. <https://doi.org/10.33830/ikomik.V3i1.3756>
- Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1). <https://doi.org/10.32834/Gg.V15i1.42>
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @Kominfbogor. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (Kaganga)*, 6(1). <https://doi.org/10.31539/Kaganga.V6i1.4539>

- Riyanto, A. D. (2024, February 21). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Andi.Link. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Data-Digital-Indonesia-2024/>
- Rubiyanto, R., Herari, N., & Waluyo, W. (2024). Komunikasi Pemasaran Digital: Analisis Kolaborasi Konten Komedi Pada Dua Merek Berbeda Di Instagram. *Scriptura*, 14(1), 59–71. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.14.1.59-71>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (1st Ed.). Graha Ilmu.
- Shela, Y., Lubis, R., & Rorong, M. J. (2023). *Membangun Citra Pariwisata Kota Batam Melalui Analisis Konten Instagram @Batampromotion*.
- Silalahi, U. (2004). Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik. *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, 3(1).
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Aprilia, A. A. T., & Indriani, A. N. (2024). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(02), 124–137. <https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Axelfa Tri Aprilia, A., & Nurwan Indriani, A. (N.D.). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022 Instagram As Government Development Communication Media: A Study Of The 2022 Regional Development Award Winners. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(02), 2023–2124. <https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Thianika Budiarsa, Y., Pandiangan, A., Pawiyatan Luhur Sel No, J. I., Duwur, B., Gajahmungkur, K., & Semarang, K. (N.D.). *Political Communication During A Pandemi: Content Analysis Of Instagram Posts Regarding The Covid-19 Responses And Economic Recovery Program*. <https://doi.org/10.17933/Jskm.2021.4865>
- Walsh-Buhi, E., Houghton, R. F., Lange, C., Hockensmith, R., Ferrand, J., & Martinez, L. (2021). Pre-Exposure Prophylaxis (Prep) Information On Instagram: Content Analysis. *Jmir Public Health And Surveillance*, 7(7). <https://doi.org/10.2196/23876>
- Waluyo, D. (N.D.). *Tinjauan Peran Government Public Relations Era Revolusi Industri 4.0 Untuk Bersikap Milenial*.
- Wiradharma, G., Arisanty, M., & Mahmudah, D. (2021). *Infografis Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Ri Sebagai Media Diseminasi Informasi Dan Branding Ekonomi Kreatif Kabupaten/Kota Di Indonesia*. www.kotakreatif.id