

## MODEL KOMUNIKASI PEMERINTAH PADA PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI

Talya Oktarian Asa Putri Imanez<sup>1(a)</sup>, Arif Zainudin<sup>2(b)</sup>, Akhmad Habibullah<sup>3(c)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Pancasila

<sup>a)</sup>talyaoktarian.1313@gmail.com, <sup>b)</sup>arifzainudin@upstegal.ac.id,

<sup>c)</sup>akhmad.habibullah@upstegal.ac.id

### INFORMASI ARTIKEL

#### Article History:

Dikirim:

20-04-2026

Diterbitkan Online:

01-06-2026

#### Kata Kunci:

Komunikasi, Media Sosial,  
Partisipasi Publik, Pemerintah

#### Keywords:

Communication, Social Media,  
Public Participation,  
Government

#### Corresponding Author:

talyaoktarian.1313@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi oleh bagaimana tata kelola pemerintahan yang baik, bahwa komunikasi merupakan peranan penting bagi pemerintah dan masyarakat dalam menyampaikan informasi dan membangun dialog agar masyarakat ikut berpartisipasi, dengan pemerintah menerapkan komunikasi dua arah melalui pemanfaatan media sosial, yang memungkinkan adanya dialog dan umpan balik dari masyarakat. Tujuan penelitian untuk menganalisis proses komunikasi dari pihak pemerintah kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis literatur review, data yang diperoleh melalui basis data ilmiah seperti Scopus, yang diolah menggunakan perangkat lunak Biblioshiny untuk melihat tren publikasi, kolaborasi antarnegara, kata kunci, jaringan komunikasi serta hubungan antar topik yang berkembang dalam literatur ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi mengalami peningkatan dan penurunan selama tujuh tahun terakhir, dimana penelitian mengalami perkembangan bahwa media sosial sebagai wadah untuk penyampaian pada isu kesehatan, komunikasi krisis dan kebijakan publik. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pada hasil data dalam publikasi ilmiah pemerintah sebagai komunikator dalam menyampaikan informasi melalui media sosial Instagram belum sepenuhnya optimal, dimana dalam penyebaran informasi masih berfokus pada penyampaian satu arah yang belum membuka ruang interaksi kepada masyarakat untuk bisa ikut berpartisipasi.

### ABSTRACT

*This study is motivated by the principle of good governance, which holds that communication plays a vital role for both the government and the public in conveying information and fostering dialogue to encourage public participation. The government implements two-way communication through the use of social media, which facilitates dialogue and feedback from the public. The objective of this study is to analyze the communication process from the government to the public. This study employs a descriptive qualitative approach using a literature review method. Data were obtained from scientific databases such as Scopus and analyzed using Biblioshiny software to identify publication trends, international collaborations, keywords, communication networks, and the evolving relationships between topics in the scientific literature. The research findings indicate that the government's communication model regarding the use of Instagram to disseminate information has experienced both improvements and setbacks over the past seven years, with the study revealing that social media has emerged as a platform for communicating on health issues, crisis communication, and public policy. This study shows that the government, as a communicator conveying information via the social media platform Instagram, has not yet been fully effective; its dissemination of information remains focused on one-way communication and has not yet created opportunities for the public to participate.*

**DOI:**

<https://doi.org/10.24036/publicness.v5i2.382>

**PENDAHULUAN**

Dalam tata kelola pemerintahan yang baik, komunikasi merupakan peranan penting bagi pemerintah dan masyarakat, karena fungsi pemerintah tidak hanya membuat kebijakan, namun menyampaikan informasi dan pemerintah juga perlu membangun dialog agar masyarakat ikut berpartisipasi, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami. Komunikasi pemerintahan yang efektif, dapat mewujudkan partisipasi public, transparansi kebijakan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah (Herwan, 2024; Agung Kurniawan & Suswanta, 2021). Namun, tantangan yang dihadapi pemerintah dalam membangun dialog dengan publik adalah bagaimana pemerintah menyampaikan informasi dengan efektif untuk bisa diterima dan dipahami oleh masyarakat, hal ini disebabkan oleh komunikasi satu arah, kurangnya transparansi, dan minimnya ruang untuk masyarakat ikut berpartisipasi (Supriyanto et al., 2024).

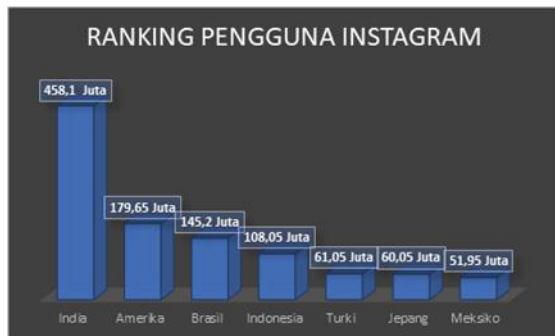
Komunikasi satu arah dalam menyalurkan informasi dinilai kurang efektif, dimana pemerintah yang hanya menyampaikan informasi tanpa ruang interaksi. Pola komunikasi ini kurang efektif karena mengabaikan umpan balik publik yang sebenarnya penting untuk evaluasi dan perbaikan kebijakan, karena menurut Walian et al., (2024) komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat memungkinkan pelayanan publik dengan kualitas sesuai dengan harapan masyarakat, adanya sebuah keberhasilan atau kesalahan antara pemerintah dan masyarakat karena salah paham dalam proses komunikasi. Maka pemerintah perlu menerapkan model komunikasi yang baik, dengan pemerintah menerapkan komunikasi dua arah yang memungkinkan adanya dialog dan umpan balik dari masyarakat. Model komunikasi ini dapat menciptakan hubungan pemerintah dan masyarakat, untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap pelayanan pemerintah (Nababan et al., 2020; Rolos, 2020). Dengan ini, pemerintah perlu memiliki strategi komunikasi yang tepat. Saat ini, model komunikasi penting bagi pemerintah untuk memastikan bahwa masyarakat memahami

informasi sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Febriani & Juliani, 2022; Havifi et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan waktu, teknologi informasi semakin maju. Kondisi ini memungkinkan pemerintah untuk berpindah dari media konvensional ke media digital, tujuannya untuk mempermudah akses informasi dan pelayanan antara pemerintah dan masyarakat (Wulur & Mulyanti, 2023). Salah satu wujud perubahan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial. Seperti yang dikatakan Damayanti et al., (2023) bahwa media sosial tidak hanya membantu menyebarkan informasi tetapi sebagai sarana untuk menjalin interaksi. Dengan memanfaatkan platform media sosial, pemerintah dapat menyebarkan informasi serta membangun citra positif lembaga pemerintah melalui komunikasi yang bersifat dua arah, agar masyarakat ikut berpartisipasi (Arianto & Handayani, 2023; Dema et al., 2021).

Menurut data dari Backlinko, (2025) Dari tahun 2015–2025, penggunaan media sosial meningkat sebesar 9,8% per tahun. Pada 2015, pengguna berjumlah sekitar 2,08 miliar. Angka ini terus meningkat menjadi 2,31 miliar pada 2016, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 11%. Pada tahun 2020, pertumbuhan ini terus meningkat menjadi 3,71 miliar, atau meningkat 7,2%, dan beberapa saat pertumbuhan yang lambat, namun 2021 hingga 2025 ada peningkatan sampai akhirnya 5,24 miliar dengan pertumbuhan 4,1% (Novianti et al., 2020). Sampai tahun 2024, sepuluh aplikasi media sosial menyumbang jumlah data pengguna aktif terbesar. Facebook memiliki 3.065 juta pengguna aktif, sedangkan YouTube memiliki 2.504 juta, dan WhatsApp dan Instagram memiliki masing-masing 2.000 juta pengguna. TikTok kemudian memiliki 1.582 juta pengguna, sementara WeChat memiliki 1.343 juta. Menurut laporan dari We Are Social, (Goodstats, 2025), Indonesia dengan 108,05 juta pengguna aktif posisi keempat, India menduduki posisi pertama sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, dengan 458,1 juta pengguna aktif per April 2025, yang diikuti Amerika Serikat sebagai peringkat kedua, dan Brazil di posisi ketiga, kemudian pada peringkat ke lima sampai enam

urut dari Turki, Jepang, dan Meksiko (Goodstats, 2025).



**Gambar 1. Ranking Pengguna Instagram 2025**

*Sumber: Goodstats We Are Social, 2025*

Data di atas menunjukkan, bahwa India menjadi pengguna Instagram terbanyak yang memanfaatkan untuk personal branding, mendorong bisnis dan UMKM lokal berkembang, dan untuk kampanye sosial dan politik (Sari et al., 2024). Begitu juga di Indonesia, selain individu banyak menggunakan Instagram sebagai *personal branding*, lembaga pemerintah juga menggunakan media sosial secara aktif untuk menyebarkan informasi yang lebih terbuka, memberi pelayanan, bahkan membuat kebijakan yang lebih sesuai tujuan dan efektif, serta adanya partisipasi public, untuk membuka komunikasi dua arah dengan masyarakat, salah satunya melalui penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada masyarakat umum (Arpandi, 2023; Nabila Ulayya et al., 2022).

Seperti yang dikatakan pada penelitian Havifi et al., (2023), bahwa model komunikasi penting untuk pemerintah memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami masyarakat sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam hal ini, salah satu teori model komunikasi ialah Harold Laswell tahun 1948, yang menekankan pada unsur “Who says What, in Which Channel, to Whom, and with What Effect”, sebagai dasar untuk memahami proses komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi pemerintah, model ini relevan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap model komunikasi menjadi penting untuk landasan konseptual dalam melihat perkembangan kajian komunikasi pemerintah.

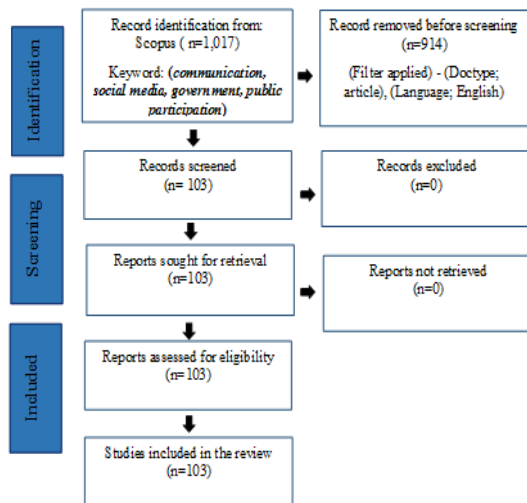
## METODE PENELITIAN

### Desain Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode bibliometric yang dipadukan dengan PRISMA. Data dikumpulkan secara sistematis yang dipilih untuk mewakili berbagai sudut pandang ilmiah dan empiris. Desain metode memungkinkan penelitian ini memahami bagaimana komunikasi pemerintah melalui media sosial dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan partisipasi publik. Dimana teori model komunikasi Harold Laswell yaitu “Who says What, in Which Channel, to Whom, and with What Effect”, digunakan sebagai landasan teoritis dalam memahami hasil pemetaan pada komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui media social Instagram (Nugraha et al., 2020; Nurman et al., 2024; Parlindungan & Dwi Handayani, 2022).

### Pengumpulan Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui basis data ilmiah seperti Scopus, dengan melihat kredibilitas penerbit atau lembaga yang mempublikasikan dan diutamakan dari 2019-2025 (Nugraha et al., 2020). Penelusuran literatur menggunakan kata kunci: communication, social media, Instagram government, public participation. Pencarian awal dengan kata kunci tersebut menghasilkan 1.017 dokumen, jumlah tersebut menunjukkan bahwa topik komunikasi pemerintah dan media sosial cukup luas dan berkembang. Namun tidak semua dokumen yang dihasilkan relevan dengan fokus penelitian ini. Sehingga, penulis melakukan penyaringan dokumen yang sesuai kriteria yaitu; dokumen yang berbasis artikel ilmiah, menggunakan Bahasa Inggris, terbit dengan rentang tahun 2019-2025, memiliki keterkaitan langsung dengan topik komunikasi pemerintah dalam penggunaan media social terutama Instagram. Sesuai dengan kriteria tersebut menghasilkan 103 dokumen.



**Gambar 2. Diagram PRISMA**

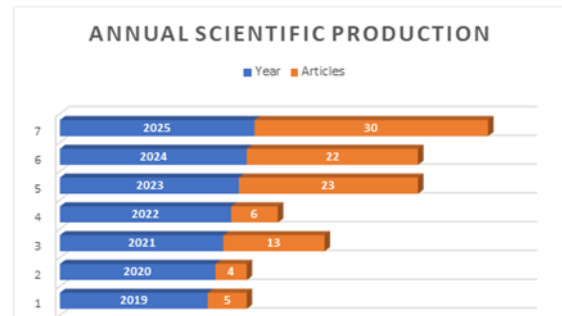
Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

### Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam menjawab mengenai model komunikasi kepemimpinan agar dapat meningkatkan partisipasi publik, maka penulis menggunakan analisis scientometrics. Analisis ini tujuannya untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan penelitian terkait model komunikasi pemerintah dan partisipasi public di media sosial. Dengan pendekatan ini penulis dapat melihat tren publikasi, kolaborasi antarnegara, kata kunci, jaringan komunikasi serta hubungan antar topik yang berkembang dalam literatur ilmiah. Hasil analisis scientometrics ini membantu penulis memahami sejauh mana teori model komunikasi Harold Lasswell digunakan dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan partisipasi public (Ali et al., 2023). Kemudian dari data yang sudah didapat dari Scopus, penulis mengubah data menjadi format Bib dan dibantu menggunakan perangkat lunak Biblioshiny (Bibliometrix) untuk dilakukan penganalisisan dan persebaran kata kunci.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan publikasi topik Model Komunikasi Pemerintahan pada Pemanfaatan Instagram dalam Menyampaikan Informasi



**Gambar 3. Perkembangan Publikasi topik Komunikasi Pemerintah di Instagram**

Sumber: Olahan Data Peneliti pada Software R-Studio, 2025

Berdasarkan gambar diatas menyajikan perkembangan publikasi terkait model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi yang mengalami peningkatan dan penurunan selama tujuh tahun terakhir dari 2019-2025. Pada tahun 2019, publikasi terbilang rendah dengan adanya 5 publikasi, hal ini menunjukkan awal perkembangan topik penelitian sudah memperhatikan bagaimana pemerintah sudah mulai memanfaatkan media sosial terutama Instagram untuk menyebarkan informasi (Priyanto et al., 2021). Meskipun penurunan publikasi terjadi pada tahun 2020 menjadi 4 publikasi. Kemudian, pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang signifikan dengan 13 publikasi, yang membahas model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi, adanya peningkatan pada tahun ini sejalan dengan masa krisis covid-19, dimana pemerintah mulai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran penyebaran informasi penting sebagaimana dimasa covid-19 semua informasi banyak didapatkan melalui media digital (Arissaputra & Winduwati, 2022). Namun, di tahun 2022 publikasi mengalami penurunan cukup drastis hanya 6 publikasi, yang menunjukkan adanya penurunan penelitian terkait topik ini. Dan pada tahun 2023 kembali meningkat sebanyak 23 publikasi meski ditahun selanjutnya mengalami penurunan menjadi 22 publikasi. Kemudian, peningkatan tertinggi dicapai pada tahun 2025 sebanyak 30 publikasi. Hal ini menunjukan bahwa topik terkait model komunikasi pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi sebagai topik yang mulai banyak dibahas dalam penelitian. Jika dijumlahkan artikel terkait model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam

menyampaikan informasi terdapat 103 artikel yang terpublikasi selama tujuh tahun terakhir.

**Kolaborasi Antarne negara topik Model Komunikasi Pemerintahan pada Pemanfaatan Instagram dalam Menyampaikan Informasi**



**Gambar 4. Kolaborasi Antarne negara topik Komunikasi Pemerintahan di Intagram**

Sumber: *Olahan Data Penelitian pada Software R-Studio, 2025*

**Tabel 1. Frekuensi kolaborasi antarne negara topik Komunikasi Pemerintahan di Instagram**

No	From	To	Frequency
1	CHINA	JEPANG	138,030895577
2	CHINA	AUSTRALIA	134,491000082
3	CHINA	KOREA	127,839160864
4	CHINA	SINGAPORE	103,81725592
5	GERMAN Y	ARAB EMIRATES	54.3001671016
6	KAZAKHS TAN	UZBEKISTA N	63.1400152805
7	MALAYSI A	KAZAKHST AN	67.2914935687
8	MALAYSI A	UZBEKISTA N	63.1400152805
9	USA	CHINA	103.81907349
10	USA	PHILIPPINE S	122.883932529

Gambar dan tabel diatas menunjukkan tingkat kolaborasi antarne negara mengenai topik komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan media sosial Instagram. Peta tersebut menggambarkan intensitas kolaborasi antarne negara dengan gradasi warna. Warna biru yang lebih gelap menunjukkan negara dengan tingkat publikasi dan kolaborasi lebih tinggi, sedangkan garis antarne negara menggambarkan hubungan kolaboratif dalam publikasi Scopus (Sanjaya, 2025). Peta kolaborasi menunjukkan China sebagai negara dengan tingkat kolaborasi yang tinggi dengan beberapa negara yaitu Jepang (138,03), Australia (134,49), Korea (127,83) dan Singapura (103,81). Ini menunjukkan bahwa penelitian tentang

komunikasi pemerintah di media sosial lebih dominan berkembang di kawasan yang memiliki teknologi dengan kemajuan tinggi, menegaskan fokus penelitian pada pemanfaatan media digital oleh pemerintah sebagai alat untuk penyampaian informasi publik.

Selain itu, Amerika Serikat menunjukkan kontribusi kolaborasi dengan negara Filipina (122,88) dan China (103,81). Hal ini menunjukkan antara negara maju dan negara berkembang memiliki penilaian untuk membahas model komunikasi pemerintah melalui media sosial. Kemudian Malaysia menjadi negara pada tingkat menengah hubungan kolaborasi dengan Kazakhstan (67,29) dan Uzbekistan (63,14), kemudian kolaborasi antara Kazakhstan dengan Uzbekistan (63,14), menunjukkan negara berkembang, terkait kajian komunikasi pemerintah pada media sosial mulai berkembang, meskipun cakupan kolaborasi masih terbatas. Selanjutnya kontribusi kolaborasi rendah ditunjukkan dengan negara Jerman dengan Uni Emirates Arab (54,30), menunjukkan meskipun tingkat kolaborasi masih tergolong rendah dan berkembang. Secara keseluruhan, pola kolaborasi ini menunjukkan kajian literatur internasional mengenai model pemanfaatan Instagram dalam komunikasi pemerintah sudah menjadi perhatian yang cukup besar dari negara maju hingga berkembang.

**Penulis yang berpengaruh pada Model Komunikasi Pemerintahan dalam Pemanfaatan Instagram**

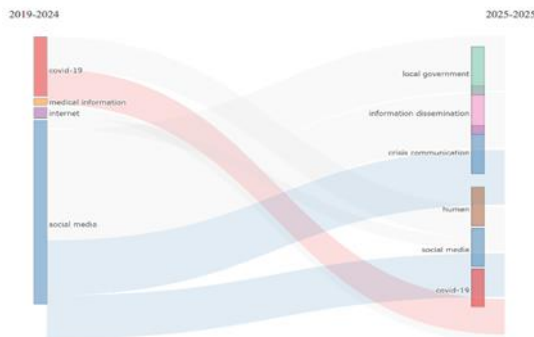
**Tabel 2. Penulis berpengaruh dalam topik Komunikasi Pemerintahan di Instagram**

No	Author	Articles
1	MABILLARD V	3
2	PASQUIER M	3
3	ZUMOFEN R	3
4	CHEN Q	2
5	DEPAULA N	2
6	EVANS R	2
7	JIANG W	2
8	PANG PC-I	2
9	SVIRAK N	2
10	ZHANG W	2

Pada tabel diatas, menunjukkan perkembangan publikasi mengenai komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan media sosial

data yang diperoleh ada sepuluh (10) penulis teratas yang dapat dikatakan sering menulis publikasi mengenai Komunikasi Pemerintah dan Pemanfaatan Media Sosial. Mabillard V, Pasquier M, dan Zumofen R sebagai penulis yang menempati tiga posisi pertama masing-masing 3 publikasi, menjadikan mereka sebagai penulis yang konsisten pada topik ini. Sementara itu, posisi keempat hingga kesepuluh masing-masing memiliki 2 publikasi. Penulis pada posisi ini adalah Chen Q, Depaula N, Evans R, Jiang W, Pang PC-I, Svirak N, dan Zhang W.

### Perkembangan tema terkait Model Komunikasi Pemerintah pada Pemanfaatan Instagram

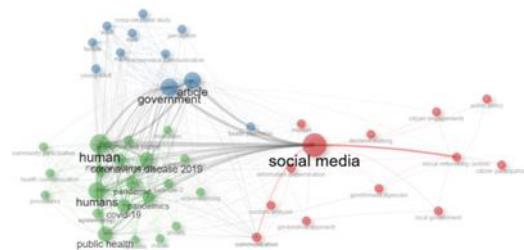


**Gambar 5. Perkembangan tema topik Komunikasi Pemerintah di Instagram**  
*Sumber: Olahan Data Penelitian pada Software R-Studio, 2025*

Gambar diatas merupakan hasil thematic evolution, yang menunjukkan gambaran awal bagaimana penelitian mengalami perkembangan dalam konteks model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi. Temuan awal menunjukkan bahwa dalam penelitian terkait model komunikasi di dominasi dengan isu kesehatan, hal ini menegaskan kajian terkait komunikasi pemerintah melalui media sosial awal berkembang banyak berfokus pada bagaimana media sosial sebagai wadah untuk penyampaian terkait isu kesehatan, komunikasi krisis dan kebijakan publik. Yang dimana, pada pemanfaatan media sosial terutama Instagram, pemerintah berperan sebagai aktor utama yang memanfaatkan untuk penyebaran informasi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kajian literatur pemanfaatan media sosial Instagram dikaji sebagai wadah penyebaran informasi dan edukasi kepada masyarakat, terkait informasi

darurat, dimana situasi ini membutuhkan respon cepat dari pemerintah. Hal ini, menunjukkan model komunikasi dalam kajian literatur, dalam penyebaran informasi bahwa partisipasi publik dan ketelibatan warga belum mendominasi, menegaskan pemerintah belum berupaya membuka ruang untuk interaksi dua arah untuk melibatkan masyarakat, dimana masyarakat hanya sebagai penerima informasi penting menurut pemerintah.

### Pola Keterkaitan Tema Model Komunikasi Pemerintah dalam Pemanfaatan Instagram



**Gambar 6. Keterkaitan tema pada topik Komunikasi Pemerintah di Instagram**  
*Sumber: Olahan Data Penelitian pada Software R-Studio, 2025*

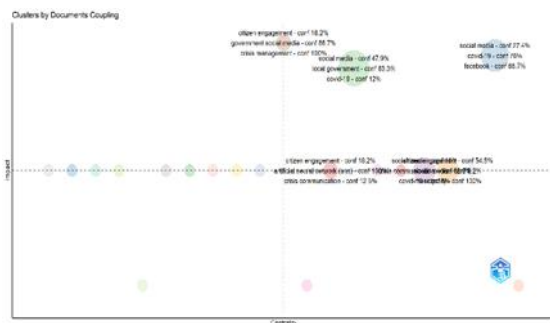
Hasil analisis co-occurrence network, sesuai data yang telah difilter menunjukkan hubungan kata kunci utama secara spesifik yaitu social media termasuk Instagram dalam kajian terhubung dengan kata kunci lainnya. Dalam konteks model komunikasi pemerintah pada kluster merah, temuan menunjukkan bahwa kata kunci social media, yang didalamnya termasuk platform Instagram sebagai jaringan dominan dan inti, yang terhubung dengan kata kunci communication, dan information dissemination menegaskan bahwa social media Instagram sebagai saluran utama yang efektif digunakan dalam model komunikasi pemerintah sebagai tempat penyebaran informasi (Arissaputra & Winduwati, 2022).

Selanjutnya, munculnya kluster biru dan hijau dengan dominasi kata kunci government, public health, covid-19, pandemic menegaskan bahwa dalam model komunikasi, pemerintah sebagai komunikator utama yang berperan menyampaikan informasi kepada masyarakat, dimana komunikasi yang efektif tidak hanya dilihat pada informasi yang disampaikan namun cara penyampaian untuk dapat dipahami dengan baik, terutama terkait isu kesehatan, merupakan

isu yang cukup krusial (Habibullah et al., 2022; Prastowo et al., 2021).

Temuan ini mengindikasikan, pola komunikasi yang dilakukan pemerintah pada pemanfaatan Instagram, masih difungsikan sebagai wadah penyampaian informasi, dibandingkan untuk membuka ruang interaksi sebagaimana media sosial Instagram memiliki fitur untuk mendorong interaksi dan partisipasi public, namun dalam pemanfaatannya belum di optimalkan sebagai sarana yang memungkinkan keterlibatan masyarakat (Rahmadiva & Sofyan, 2023). Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram, dari hasil data yang dianalisis sejalan dengan konsep model komunikasi dari pemerintah sebagai aktor utama dalam menyampaikan informasi, masih berfokus pada penyampaian informasi satu arah, melalui media sosial terutama Instagram belum dimanfaatkan secara optimal untuk membangun komunikasi dua arah yang dapat mendorong partisipasi publik.

### Kluster Publikasi pada Topik Model Komunikasi Pemerintah dalam Pemanfaatan Instagram



**Gambar 7. Kluster publikasi berdasarkan bibliographic coupling**

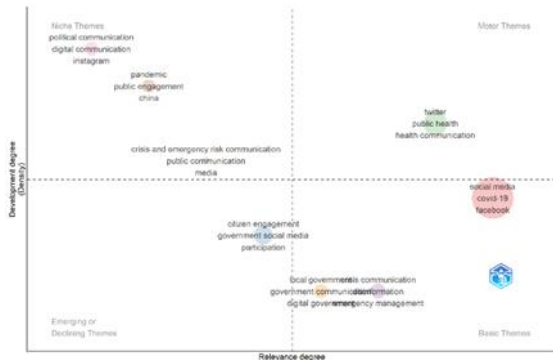
Sumber: *Olahan Data Penelitian pada Software R-Studio, 2025*

Hasil visualisasi clustering by coupling menggambarkan hubungan antar topik berdasarkan seberapa berpengaruh (impact) topik tersebut dan sentralitas (centrality) menunjukkan topik sebagai penghubung pada penelitian tersebut. Tingginya centrality menunjukkan bahwa topik tersebut berperan sebagai penghubung utama dalam penelitian, dan pengaruhnya besar dalam membentuk arah kajian komunikasi pemerintah (Ionescu et al., 2024). Dalam konteks model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam

menyampaikan informasi, topik social media, facebook, local government, covid-19 mendominasi sebagai topik yang memiliki impact dan centrality yang tinggi. Hal ini menegaskan dalam model komunikasi pemerintah, bahwa pemerintah termasuk pemerintah daerah sebagai komunikator utama dalam pemanfaatan media sosial khususnya Instagram menjadi saluran utama, yang memungkinkan penyampaian informasi dapat tersampaikan secara cepat dan akurat, yang bukan hanya sebagai wadah dalam penyampaian informasi, tetapi memberikan fasilitas yang efektif terutama pada informasi darurat, seperti informasi terkait covid-19 (Rahmanto et al., 2024).

Sementara itu, munculnya topik citizen engagement, crisis communication, crisis management, menjadi topik penghubung dengan centrality tinggi dalam kajian model komunikasi pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dilakukan pemerintah dalam penyebaran informasi, sebagai penyebaran secara cepat terutama dalam komunikasi krisis, menjadikan model komunikasi yang dilakukan pemerintah hanya sebatas penyebaran informasi penting yang menunjukkan arahan untuk dilakukan oleh masyarakat, dimana peran masyarakat sebatas penerima pesan atas informasi dari pemerintah, sehingga tidak memiliki kesempatan untuk masyarakat berinteraksi (Sukmono & Surya Kencana, 2023). Hal ini, menunjukkan bahwa pola komunikasi masih bersifat satu arah dan informatif, yang belum disertai upaya untuk pemerintah membangun interaksi dan komunikasi dua arah dengan masyarakat. Dengan demikian, model komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan Instagram menyoroti bahwa pemerintah sebagai komunikator utama masih memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai alat komunikasi satu arah yang belum digunakan untuk meningkatkan komunikasi dua arah dan meningkatkan partisipasi publik.

## Peta Tematik Topik pada Model Komunikasi Pemerintah dalam Pemanfaatan Instagram



**Gambar 8. Peta tematik topik Komunikasi Pemerintah di Instagram**  
 Sumber: Olahan Data Peneliti pada Software R-Studio, 2025

Hasil thematic map menunjukkan adanya pengelompokan tema penelitian yang terbagi dalam empat kuadran utama yaitu, motor themes, basic themes, emerging or declining themes, dan niche themes, kemudian pemetaan ini menggambarkan (centrality) seberapa penting tema dalam penelitian dan (density) seberapa berkembang suatu tema (Lerouge et al., 2023). Pada kuadran motor themes, kemunculan tema-tema seperti *public health*, *health communication* menunjukkan tingkat centrality dan density yang tinggi. Temuan menegaskan dalam model komunikasi pemerintah berfokus pada penyampaian terkait informasi kebijakan krisis dan kesehatan. Selanjutnya, adanya tema seperti *social media*, *government communication*, *local government*, *digital government*, pada kuadran basic themes menunjukkan bahwa tema penting sebagai fondasi dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai saluran utama yang penting dimanfaatkan dalam komunikasi pemerintah sebagai alat komunikasi risiko, terkait informasi kesehatan karena memungkinkan penyebaran informasi secara real-time, adanya hal ini sehingga model komunikasi yang dilakukan berfokus pada efektivitas penyampaian pesan, daripada untuk membangun interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat (Gao et al., 2021).

Temuan ini sejalan dengan, posisi Instagram pada kuadran niche themes yang menunjukkan bahwa Instagram, sebagai saluran untuk penyebaran informasi yang belum dioptimalkan sebagai wadah untuk membangun ruang

interaksi dua arah oleh pemerintah. Dengan munculnya tema seperti *citizen engagement* dan *participation* pada kuadran emerging or declining themes menunjukkan tema ini masih berkembang dan belum sebagai tema yang dibahas dalam literatur. Temuan ini menunjukkan, dalam model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram menegaskan pola komunikasi yang dilakukan masih bersifat informatif dan satu arah, dimana komunikasi lebih difungsikan sebagai wadah penyampaian informasi kepada masyarakat sebagai informasi penting terkait kesehatan, hal ini mengindikasikan bahwa keterlibatan publik masih belum menjadi perhatian utama dalam praktik komunikasi pemerintah melalui media sosial (Putri Khairunnisa & Junita Triwardhani, 2023). Dengan demikian, analisis *thematic map* ini menegaskan bahwa model komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan Instagram, sudah dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai saluran penyebaran informasi, namun masih berorientasi pada penyampaian informasi secara satu arah, dalam penyebaran informasi, yang belum membuka ruang untuk interaksi secara optimal untuk mendorong komunikasi dua arah dan partisipasi publik.

Secara keseluruhan, hasil analisis pada konteks model komunikasi pemerintah pada pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan informasi jika dikaitkan dengan model komunikasi Harold Lasswell, mengindikasikan bahwa dalam model komunikasi, (Who) pemerintah menjadi aktor utama sebagai komunikator yang bertanggungjawab dalam penyebaran informasi penting, melalui pesan yang disampaikan (Says What) terkait informasi krisis seperti isu kesehatan maupun kebijakan yang dibuat. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram (In Which Channel) sebagai wadah penyebaran informasi menunjukkan pola komunikasi yang terjadi bersifat satu arah, pesan yang disampaikan (To Whom) kepada masyarakat dimana masyarakat hanya sebagai penerima informasi, hal ini menunjukkan (What Effect) efek dari model komunikasi pemerintah lebih mengarah pada penyebaran informasi yang informatif, daripada untuk membangun ruang interaksi dua arah yang melibatkan masyarakat.

## PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan hasil kajian mengenai model komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan Instagram untuk menjawab

rumusan masalah. Hasil analisis memperlihatkan adanya peningkatan yang signifikan dalam tujuh tahun terakhir, dengan kolaborasi antarnegara yang cukup di dominasi oleh beberapa negara seperti China dan Amerika Serikat. Kemudian, adanya pergeseran fokus topik dari penyebaran informasi mengenai isu kesehatan menuju tata kelola pemerintah yang lebih strategis. Secara keseluruhan, pada konteks pemanfaatan Instagram dalam komunikasi pemerintah, jika dikaitkan dengan model komunikasi Harold Lasswell, hasil analisis menunjukkan bahwa (Who) pemerintah sebagai aktor utama yang bertanggungjawab dalam (Says What) penyampaian informasi terkait isu kesehatan (In Which Channel) melalui media sosial Instagram, yang masih bersifat informatif dan satu arah. Menunjukkan (To Whom) masyarakat sebagai penerima pesan, sehingga (What Effect) efek dalam proses komunikasi belum optimal karena belum membuka ruang interaksi dengan melibatkan partisipasi masyarakat.

Temuan ini mengindikasikan, bahwa pada hasil data dalam publikasi ilmiah pemerintah sebagai komunikator dalam menyampaikan informasi melalui media sosial Instagram cenderung belum sepenuhnya optimal, dimana dalam penyebaran informasi masih berfokus pada penyampaian satu arah yang belum membuka ruang interaksi kepada masyarakat untuk bisa ikut berpartisipasi. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan dari data yang diperoleh maupun adanya celah penelitian pada topik terkait pemanfaatan Instagram sebagai model komunikasi pemerintah. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya perlu untuk memperluas cakupan data dengan mencari menggunakan kata kunci yang lebih spesifik untuk dapat menganalisis lebih mendalam sejauh mana pemanfaatan media sosial terutama Instagram digunakan secara strategis oleh lembaga pemerintah sebagai model komunikasi pemerintah di era modern yang dapat memperkuat ruang partisipasi publik dalam menyampaikan informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Agung Kurniawan, & Suswanta. (2021). Manajemen Aparatur Sipil Negara Dalam Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik. *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(01), 134–148.

<https://doi.org/10.31629/kemudi.v5i01.2305>

Ali, M., Jailani, M. A., Setiawan, R. E. B., & Kurniawan, C. (2023). Meta-Analysis: Trends of Digital Democracy Research Publications. *Journal of Government and Civil Society*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v7i1.5723>

Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *Arkana: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 220–236.

Arissaputra, S., & Winduwati, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Publik Terkait dengan Penanggulangan COVID-19 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @ikpdinaskominfobabel). *Kiwari*, 1(1), 209. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15780>

Arpandi, A. (2023). Media Online dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum (Pemilu). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 843–855. <https://doi.org/10.56832/edu.v3i1.293>

Backlinko. (n.d.). *Social Media Usage & Growth Statistics*. Retrieved <https://backlinko.com/social-media-users>

Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>

Dema, H., Alamsah D, N., Mulyaman, R., & Rahmatunnisa, M. (2021). Inovasi Tata Kelola Pemerintahan Daerah Di Kabupaten Bantaeng. *PRAJA: Jurnal Ilmiah Pemerintahan*, 9(2), 64–75. <https://doi.org/10.55678/prj.v9i2.542>

Febriani, D. L., & Juliani, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam

- Mensosialisasikan Informasi Publik Di Kabupaten Aceh Barat. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 19–38.  
<https://doi.org/10.47498/tanzir.v13i1.970>
- Gao, S., Zhang, Y., & Liu, W. (2021). How Does Risk-Information Communication Affect the Rebound of Online Public Opinion of Public Emergencies in China? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 7760.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph18157760>
- Goodstats. (2025). 7 Negara pengguna Instagram.  
<https://data.goodstats.id/statistic/7-negara-pengguna-instagram-terbanyak-2025-6xpxl>
- Habibullah, A., Pratiwi, D. D., Sari, E. E., Putra, F. D., & Novanto, T. D. (2022). Komunikasi Pemerintahan Dalam Menyebaran Informasi Protokol Kesehatan Covid-19 Kepada Masyarakat Kota Tegal. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 54.  
<https://doi.org/10.31764/jail.v6i1.11144>
- Havifi, I., Marta, R., & Sari, L. P. (2023). Model Komunikasi Humas Pemerintah Nagari (Studi pada Nagari III Koto Aur Malintang sebagai Nagari Berprestasi Informatif di Provinsi Sumatera Barat). *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(1), 299–308.  
<https://doi.org/10.37676/professional.v10i1.4011>
- Herwan, E. (2024). *Strategi Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik dalam Peningkatan Citra Pemerintahan Kabupaten Bangka Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Pahlawan 12 Kabupaten ( Pemkab ) Bangka untuk menjaga kesetabilan daerah ( Parrey, 201. 05(01), 1–12.*
- Ionescu, Ștefan, Dumitrescu, G., Ioanăș, C., & Delcea, C. (2024). Mapping the Landscape of Key Performance and Key Risk Indicators in Business: A Comprehensive Bibliometric Analysis. *Risks*, 12(8).  
<https://doi.org/10.3390/risks12080125>
- Lerouge, R., Lema, M. D., & Arnaboldi, M. (2023). The role played by government communication on the level of public fear in social media: An investigation into the Covid-19 crisis in Italy. *Government Information Quarterly*, 40(2), 101798.  
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101798>
- Nabila Ulayya, K., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Journal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2548–2964.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11 (1), 48–59. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48–59.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221.  
<https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Nurman, F. W. R., Moenawar, M. G., Dharmawan, L., Riyanto, S., Manisyah, N., & Azzahra, M. (2024). Strategi humas pemerintah kota bogor dalam penyebaran informasi melalui instagram. *Jurnal Digital Media Dan Relationship*, 6(2), 52–58.  
<https://doi.org/10.51977/jdigital.v6i2.1906>
- Parlindungan, D. R., & Dwi Handayani, F. L. (2022). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Walikota Jakarta Timur dalam Menyampaikan Pesan Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, Sains Dan Teknologi*, 1(2), 78–82.  
<https://doi.org/10.61098/jkst.v1i2.9>
- Prastowo, F. A. A., Priyatna, C. C., & Indarto, M. J. (2021). Public's perception on government's public communication in

- handling covid-19. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(2), 250. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i2.33257>
- Priyanto, A., Purnomo, E. P., Fadhlurrohman, M. I., Fahamsyah, H., & Khairina, E. (2021). The Influence of Social Media (Instagram) of Bantul's General Election Commissions on Voters Participation in the 2019 Elections. *Journal of Government and Civil Society*, 5(1), 79. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v5i1.2924>
- Putri Khairunnisa, S., & Junita Triwardhani, I. (2023). Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sebagai Media Edukasi dan Informasi bagi Masyarakat. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.6373>
- Rahmadiva, A. V., & Sofyan, N. (2023). The management of Instagram of Yogyakarta Special Region Province as a Medium to communicate public policy on Instagram social media @Humasjogja in 2022. *Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION) 2022*, 3(1), 431. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14009>
- Rahmanto, F., Zaenuri, M., & Fauzi Rahmat, A. (2024). Adaptive Governance Komunikasi Informasi Bencana Covid-19 Melalui Facebook dan Twitter oleh Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.22146/jmki.84049>
- Rolos, P. M. (2020). Model Komunikasi Public Relations Di Pemerintah Kota Salatiga Dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt. *Jurnal InterAct*, 9(1). <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1712>
- Sanjaya, R. (2025). Tren Penelitian Artificial Intelligence Dalam Bidang Sosial Dan Humaniora: Kajian Scientometrika Pada Database Scopus Tahun 2015–2025. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 17(2), 193–205. <https://doi.org/10.52166/humanis.v17i2.9498>
- Sari, Y., Dristiana Dwivayani, K., Arsyad, A. W., & Purwanti, S. (2024). Penggunaan Media Sosial Instagram @Makanansmr Sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 761–767.
- Sukmono, F. G., & Surya Kencana, A. P. (2023). Pola Baru Pengelolaan Media Digital Dalam Instagram @humasjogja. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 15(2), 264–277. <https://doi.org/10.29313/mediator.v15i2.10705>
- Supriyanto, D., Nuryanti, & Noegroho, A. (2024). Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 7796–7810.
- Walian, A., Komunikasi, T., Wayne, O. R., & Faules, D. F. (2024). Pola Komunikasi Pemerintah Untuk Peningkatan Pelayanan Publik Dengan Masyarakat Desa Menten Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuwasin. (2), 1–13.
- Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik di Pemerintah Systematic Literature Review. *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 2(1), 37–45.