



EFEKTIVITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN PUBLIK OLEH PEMERINTAH KOTA BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

¹M. Ryan Faureza & ²Nia Karniawati

^{1,2} Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer
Indonesia, Kota Bandung

ryan.41720023@mahasiswa.unikom.ac.id

*Received 1 September 2025; Revised: 3 September 2023; Accepted: 7 September 2023; Published: 30 September 2025; Available
online: September 2023*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas sosialisasi kebijakan publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung melalui media sosial Instagram. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bandung (@humas_bandung), serta masyarakat pengguna Instagram yang aktif merespons konten sosialisasi kebijakan publik. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif model Miles dan Huberman, keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan dan mengkroscek data dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Bandung telah menjadi sarana sosialisasi kebijakan publik yang cukup efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas, namun efektivitasnya masih terbatas pada penyampaian informasi secara satu arah. Strategi komunikasi yang digunakan belum sepenuhnya mampu mendorong keterlibatan aktif dan pemahaman mendalam dari masyarakat terhadap isi kebijakan yang disampaikan. Tingkat interaksi yang masih rendah, serta minimnya partisipasi publik dalam fitur-fitur interaktif menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan perlu disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang bersifat partisipatif. Oleh karena itu, ke depan diperlukan pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih kreatif, edukatif, dan dialogis, agar media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga ruang keterlibatan publik yang mendorong partisipasi dan kepercayaan terhadap kebijakan pemerintah.

Kata kunci: Efektifitas, Sosialisasi Pemerintah, Media Sosial

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effectiveness of public policy socialization carried out by the Bandung City Government through Instagram social media. In this study, the researcher used a qualitative descriptive method. The subjects in this study were the managers of the official Instagram account of the Bandung City Government (@humas_bandung), as well as Instagram users who actively responded to public policy socialization content. The data analysis technique used interactive analysis of the Miles and Huberman model, the validity of this research data used triangulation techniques, namely comparing and cross-checking data from various sources, methods, and times. The results obtained in this study are that the use of Instagram social media by the Bandung City Government has become a fairly effective means of public policy socialization in reaching the wider community, but its effectiveness is still limited to delivering information in one direction. The communication strategy used has not been fully able to encourage active involvement and in-depth understanding of the community regarding the contents of the policies conveyed. The low level of interaction, as well as the minimal public participation in interactive features, indicate that the approach used needs to be adjusted to the characteristics of participatory social media. Therefore, in the future, it is necessary to develop a more creative, educational, and dialogical digital communication strategy, so that social media is not only a tool for disseminating information, but also a space for public involvement that encourages participation and trust in government policies.

Keyword: *Effectiveness, Government Socialization, Social Media*

PENDAHULUAN

Informasi merupakan salah satu kebutuhan dasar masyarakat dalam upaya meningkatkan wawasan dan pengetahuan. Banyak aspek kehidupan bergantung pada ketersediaan informasi, karena melalui informasi seseorang dapat memperkirakan kejadian yang mungkin terjadi di masa depan. Contoh dari fenomena yang terjadi ketika Pemerintah Kota Bandung mengumumkan perubahan jadwal operasional layanan publik dan kebijakan ganjil-genap melalui akun Instagram resmi mereka. Warga yang aktif mengikuti akun tersebut dapat segera mengetahui dan menyesuaikan diri, seperti mengatur ulang jadwal perjalanan atau mengurus dokumen sebelum perubahan kebijakan

diberlakukan. Namun, masih banyak warga yang tidak mendapatkan informasi ini tepat waktu karena kurangnya interaksi dengan media sosial pemerintah, sehingga mereka mengalami kebingungan atau bahkan pelanggaran kebijakan karena tidak tahu informasi terbaru. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan informasi melalui media sosial sangat berperan penting dalam membantu masyarakat memperkirakan dan mempersiapkan diri terhadap kebijakan yang akan diterapkan, dan efektivitas sosialisasinya sangat menentukan keberhasilan implementasi kebijakan tersebut. (Supriyanto, D., 2024)

Hal ini memungkinkan masyarakat untuk lebih siap dalam

*M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*

menghadapi risiko maupun potensi bahaya. Selain itu, informasi juga berperan penting dalam memberikan pemahaman tentang peristiwa-peristiwa yang sedang maupun telah terjadi di sekitar mereka, sehingga memperluas cakrawala pengetahuan. (Supriyanto, D., 2024)

Oleh karena itu, keterbukaan informasi menjadi suatu keharusan agar informasi yang diterima oleh masyarakat bersifat faktual dan sesuai realitas, sehingga mampu memberikan edukasi dan nilai guna yang bermanfaat. Dengan demikian, fungsi utama dari informasi adalah memberikan pemahaman tentang hal-hal yang sebelumnya belum diketahui. Inilah alasan mengapa informasi memiliki posisi penting dan menjadi kebutuhan esensial bagi masyarakat. (Uthama, 2021)

Tak hanya bagi masyarakat, informasi juga sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Dalam konteks ini, pemerintah sebagai suatu organisasi membutuhkan arus informasi timbal balik dari masyarakat sebagai bahan evaluasi dan dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran. Salah satu contoh yang memperjelas pentingnya arus informasi dua arah adalah saat Pemerintah Kota Bandung menyosialisasikan kebijakan PPKM melalui Instagram. Dalam unggahan tersebut, masyarakat

tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif memberikan respons melalui komentar dan pesan langsung, seperti menyampaikan kebingungan, keluhan, atau kebutuhan bantuan. Respons ini menjadi masukan penting bagi pemerintah untuk mengevaluasi kebijakan dan menyesuaikan strategi komunikasi. Dengan demikian, arus informasi dari masyarakat ke pemerintah sangat penting sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran, sekaligus menunjukkan bahwa informasi bukan hanya kebutuhan masyarakat, tetapi juga kebutuhan pemerintah dalam proses pelayanan publik. (Fauzi, M. I., & Yuliati, N. 2021).

Di tengah kemajuan era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat penting bagi berbagai lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Instagram menjadi salah satu platform yang populer dan dinilai efektif karena menyuguhkan konten visual yang menarik serta fitur interaktif yang mendukung penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Dalam konteks pemerintahan, peran Instagram sebagai sarana komunikasi publik semakin menonjol karena mampu mendorong transparansi, meningkatkan partisipasi warga, dan mempererat keterlibatan masyarakat dalam berbagai

kebijakan serta program pemerintah. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kota Bandung turut memanfaatkan Instagram sebagai saluran utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakatnya.

Akun Instagram Pemerintah Kota Bandung melalui Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (@humas_bandung) digunakan untuk berbagai tujuan, antara lain menyebarkan informasi mengenai kebijakan pemerintah, menyosialisasikan berbagai program, serta memberikan edukasi kepada masyarakat seputar teknologi dan layanan publik. Melalui media ini, Pemkot Bandung berupaya menjangkau publik secara lebih luas dan efektif. Keberhasilan pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah bergantung pada sejumlah faktor, seperti akurasi dan kualitas informasi yang disampaikan, kemudahan akses bagi masyarakat, serta tingkat interaksi dan kecepatan dalam merespons. Instagram menawarkan beragam fitur yang mendukung penyampaian informasi secara maksimal, termasuk unggahan gambar dan video, fitur stories, IGTV, serta elemen interaktif seperti polling dan sesi tanya jawab. Penggunaan fitur-fitur ini secara optimal dapat mendorong peningkatan partisipasi dan keterlibatan masyarakat.

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara pemerintah dalam menyampaikan informasi dan menjangkau masyarakat. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu saluran komunikasi yang populer dan efektif digunakan oleh institusi pemerintah untuk menyosialisasikan berbagai kebijakan publik secara cepat dan luas.

Namun, seiring dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh pemerintah, muncul pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas sosialisasi kebijakan tersebut benar-benar diterima, dipahami, dan direspons oleh masyarakat. Sosialisasi yang tidak efektif dapat menyebabkan kurangnya partisipasi publik, kesalahpahaman terhadap isi kebijakan, hingga resistensi dari masyarakat. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun akun pemerintah memiliki banyak pengikut, tingkat keterlibatan (*engagement*) seperti *like*, komentar, dan berbagi (*share*) masih tergolong rendah, serta belum mencerminkan pemahaman substansial atas isi kebijakan yang disampaikan.

Dalam konteks Pemerintah Kota Bandung, kebijakan publik seperti penataan PKL, pengelolaan sampah, serta program *smart city*, seringkali disosialisasikan melalui Instagram. Namun, efektivitas dari pendekatan ini masih belum banyak dikaji secara ilmiah. Oleh

*M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*

karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi yang dilakukan melalui Instagram berdampak terhadap pemahaman, penerimaan, dan respons masyarakat terhadap kebijakan yang diinformasikan.

Penelitian yang serupa dengan penelitian ini yang pertama dilakukan oleh Syarif Abdilah (2024) dengan judul Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Instagram Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Karawang telah memproduksi konten secara berkala, tetapi interaksi dengan masyarakat masih perlu ditingkatkan. Penggunaan Instagram telah membantu dalam menyebarkan informasi layanan publik dan meningkatkan transparansi, meskipun belum sepenuhnya efektif dalam melibatkan masyarakat. Kesimpulannya, meskipun Instagram telah meningkatkan komunikasi dan transparansi, diperlukan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan efektivitas layanan publik. Pengukuran terhadap pemanfaatan media sosial ini penting untuk memaksimalkan potensi dan manfaatnya bagi tata kelola pemerintahan yang lebih baik.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Komang Triananda

Kurnia Devi (2024) dengan judul Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Publik guna Mencegah Penyebaran Berita Hoax oleh DISKOMINFOS Kota Denpasar, Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam indikator pencapaian tujuan, sudah berjalan cukup baik karena sesuai dengan landasan hukum serta SOP yang berlaku, waktu pencapaian yang baik serta sasaran masyarakat sebagai penerima informasi. Indikator Integrasi belum dikatakan optimal karena masih ada permasalahan seperti interaksi dua arah yang belum maksimal, kurangnya literasi digital dan minat masyarakat terhadap informasi yang diberikan. Terakhir Indikator Adaptasi juga dapat dikatakan cukup baik dari segi sarana dan prasarana serta persiapan dari pegawai, namun hal ini masih harus ditingkatkan. Rekomendasi yang diberikan bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi publik seperti peningkatan interaksi sosial dan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan oleh pemerintah.

Yang terakhir penelitian dilakukan oleh Dimas Fadly Syahputra (2022) dengan judul Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram @Tmcpoldametro Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Ganjil-Genap DKI Jakarta Pada Saat Covid-19, Hasil penelitian menemukan bahwa pemanfaatan akun media

sosial Instagram @tmcpoldametro sebagai sarana penyebaran sosialisasi kebijakan ganjil genap sudah baik, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang melihat konten pada akun media sosial Instagram @tmcpoldametro dan komentar positif yang diberikan oleh masyarakat, TMC Polda Metro Jaya melaksanakan sosialisasi kebijakan Ganjil Genap melalui media sosial Instagram sudah baik, hal ini terlihat dari pemanfaatan fitur Instagram oleh akun Instagram @tmcpoldametro dan penggunaan berbagai jenis konten seperti gambar dan video mengenai kebijakan ganjil genap.

Ketiga penelitian diatas memiliki kesamaan dalam mengangkat efektivitas media sosial khususnya Instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik oleh instansi pemerintah. Ketiganya menyoroti bahwa media sosial dapat meningkatkan transparansi dan memperluas jangkauan informasi kebijakan. Namun, tantangan utama yang sama dihadapi adalah rendahnya interaksi dua arah dengan masyarakat serta kurangnya partisipasi aktif dari publik. Faktor pendukung yang ditemukan meliputi penggunaan konten visual (gambar dan video) dan kesiapan infrastruktur serta SDM, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Syahputra dan Devi. Sementara itu, faktor penghambat utamanya adalah minimnya literasi digital masyarakat,

kurangnya strategi komunikasi interaktif, serta kurang optimalnya integrasi dalam pengelolaan informasi digital. Dalam konteks penelitian masing-masing, para peneliti sepakat bahwa pemanfaatan media sosial belum sepenuhnya efektif tanpa adanya strategi yang mendorong partisipasi publik, peningkatan kualitas informasi, serta optimalisasi fitur media sosial sebagai media komunikasi dua arah.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya dalam menganalisis efektivitas sosialisasi kebijakan publik oleh Pemerintah Kota Bandung secara khusus melalui platform media sosial Instagram. Penelitian ini tidak hanya menilai frekuensi atau intensitas penggunaan media sosial oleh pemerintah, tetapi juga mengkaji sejauh mana masyarakat memahami, merespons, dan terlibat secara aktif terhadap konten kebijakan yang disampaikan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung membahas efektivitas komunikasi kebijakan dalam konteks media konvensional atau media sosial secara umum, penelitian ini mengombinasikan pendekatan analisis interaksi digital (*engagement rate*) dengan penilaian persepsi publik, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih menyeluruh terkait efektivitas komunikasi kebijakan di era digital. Dengan demikian,

*M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*

penelitian ini menawarkan perspektif baru dan relevan dalam upaya peningkatan strategi komunikasi kebijakan publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas sosialisasi kebijakan publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung melalui media sosial Instagram. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan kebijakan publik melalui akun resmi @humas_bandung, menganalisis tingkat keterlibatan masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan rekomendasi strategis guna meningkatkan efektivitas sosialisasi kebijakan publik melalui media sosial yang lebih interaktif, partisipatif, dan informatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang dipilih karena topik yang diteliti telah dibahas sebelumnya namun belum memberikan solusi yang menyeluruh, khususnya terkait efektivitas penggunaan media sosial Instagram oleh pemerintah daerah dalam menyampaikan kebijakan publik.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena secara mendalam melalui analisis terhadap data yang bersifat non-numerik.

Adapun subjek penelitian mencakup pengelola akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bandung (@humas_bandung), serta masyarakat pengguna Instagram yang secara aktif merespons konten-konten sosialisasi kebijakan publik. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Bandung, dengan rentang waktu dari bulan Januari hingga Juni 2025.

Dalam menganalisis data, peneliti mengacu pada model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara berkelanjutan hingga ditemukan pola dan makna yang sesuai dengan fokus penelitian.

Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai sumber, metode, dan waktu pengumpulan. Penerapan triangulasi ini dimaksudkan agar hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan menggambarkan kondisi nyata di

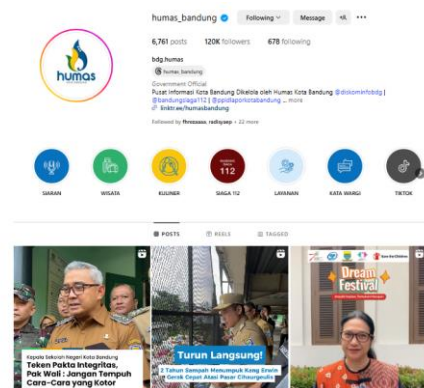
lapangan. Melalui pendekatan ini, peneliti diharapkan dapat menyajikan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas Instagram sebagai media sosialisasi kebijakan publik oleh Pemerintah Kota Bandung.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengacu pada Teori *Uses and Gratification* yang pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959. Teori ini menyoroti peran aktif individu dalam memilih dan menggunakan media sebagai sarana untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Dalam kerangka ini, diasumsikan bahwa setiap orang secara sadar memilih media dan konten berdasarkan tujuan tertentu, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, pembentukan identitas pribadi, interaksi sosial, dan lainnya. Dalam hal penggunaan akun Instagram milik Pemerintah Kota Bandung, teori ini membantu menjelaskan mengapa masyarakat tertarik mengikuti akun tersebut dan bagaimana mereka memanfaatkan informasi yang tersedia (Khansa Nabila Ulayya, D. P., 2022). Teori ini juga memiliki keterkaitan dengan teori kebutuhan dan motivasi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow, yang menyatakan bahwa seseorang akan secara aktif memenuhi kebutuhannya, lalu berpindah ke kebutuhan lain setelah yang sebelumnya terpenuhi (Mesi Indriyani, A. B., 2020).

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis konten akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bandung, yaitu @humas_bandung, selama periode Januari hingga Mei 2025. Data yang dianalisis mencakup jumlah unggahan terkait kebijakan publik, jenis konten, serta tingkat interaksi (*engagement*) dari masyarakat berupa jumlah *likes*, komentar, dan *share*.

Gambar 1.1
Tampilan Akun
@humas_bandung



(Sumber: Instagram
@humas_bandung, 2025)

Akun Instagram @humas_bandung merupakan media resmi Pemerintah Kota Bandung yang secara aktif digunakan untuk menyosialisasikan berbagai kebijakan publik kepada masyarakat. Aktivitas sosialisasi yang dilakukan melalui akun ini mencakup unggahan konten visual seperti poster, infografis, dan video pendek yang berisi informasi seputar kebijakan kota,

*M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*

program pemerintah, serta imbauan layanan publik. Konten-konten tersebut disajikan dengan desain yang menarik dan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Tabel 1.1
Aktivitas Akun @humas_bandung

Bulan	Poster Kebijakan	Infografis Program	Reels (Video Pendek)	Total Konten	Fokus Sosialisasi
Januari	11	8	4	23	Imbauan awal tahun, pelayanan publik, dan program bersih kota
Februari	13	6	5	24	Sosialisasi peraturan lalu lintas & Hari Peduli Sampah
Maret	10	9	6	25	Pajak daerah, layanan digital, dan program kesehatan
April	12	9	6	27	Hari Jadi Kota Bandung & penertiban reklame
Mei	10	7	8	25	PPDB, pemilu, dan layanan publik
Total	56	39	29	124	Aktivitas konsisten dan terfokus pada agenda kebijakan bulanan

(Sumber: Instagram
@humas_bandung, 2025)

Dari bulan Januari hingga Mei 2025, akun Instagram @humas_bandung mengunggah total 124 konten yang terdiri dari poster kebijakan (56), infografis program (39), dan reels video pendek (29). Rata-rata unggahan per bulan mencapai 24–27 konten, menunjukkan konsistensi aktivitas sosialisasi kebijakan. Setiap bulan, konten disesuaikan dengan momentum dan agenda kebijakan tertentu, seperti PPDB, imbauan pemilu, hingga edukasi pajak daerah.

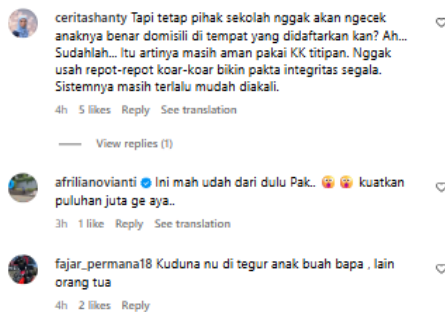
Dari segi bentuk konten, poster dan infografis masih menjadi format dominan karena lebih mudah dipahami secara cepat. Namun, penggunaan *reels* meningkat pada bulan April–Mei, menandakan adaptasi terhadap tren konsumsi konten visual yang lebih dinamis di kalangan warganet.

Meskipun intensitas penyebaran konten cukup tinggi dan tampilan visual menarik, Dengan kata lain, komunikasi satu arah sudah berjalan baik, namun partisipasi publik dan fungsi informasi sebagai dasar pengambilan keputusan masih perlu diperkuat.

Selain itu, Pemerintah Kota Bandung juga memanfaatkan fitur Instagram Reels dan IGTV untuk menyampaikan pesan kebijakan melalui video singkat, baik dalam bentuk wawancara dengan pejabat terkait maupun penjelasan langsung dari kepala daerah. Dalam beberapa kesempatan, akun ini juga melakukan siaran langsung (*live Instagram*) sebagai media komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, khususnya saat peluncuran program atau konferensi pers digital. Setiap unggahan dilengkapi dengan *caption* informatif yang menjelaskan tujuan, manfaat, dan langkah-langkah dari kebijakan yang disampaikan, serta dilengkapi dengan hashtag seperti #InfoBandung dan #BandungSmartCity untuk memperluas jangkauan. Aktivitas sosialisasi ini juga mencakup interaksi dengan pengikut melalui kolom komentar dan fitur *story*, meskipun tingkat keterlibatan masyarakat masih perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, Instagram @humas_bandung telah menjadi kanal penting dalam strategi komunikasi Pemerintah Kota Bandung untuk

menyampaikan informasi secara cepat, terbuka, dan menyeluruh kepada publik.

Gambar 1.2
Contoh kritik atau keluhan masyarakat



(Sumber: Instagram
@humas_bandung, 2025)

Data ini menunjukkan bahwa meskipun akses informasi melalui media sosial sudah terbuka luas, partisipasi aktif masyarakat dalam bentuk pemahaman terhadap substansi kebijakan masih tergolong rendah.

Selain itu, dari hasil polling singkat melalui fitur Instagram *Story* yang dilakukan oleh tim humas, hanya sekitar 18% responden yang menjawab kuis atau pertanyaan kebijakan, menunjukkan bahwa fitur-fitur interaktif belum dimanfaatkan secara optimal oleh pengikut. Sementara itu, sesi siaran langsung (*live* Instagram) yang pernah dilakukan dalam tiga kesempatan hanya berhasil menarik rata-rata 230 penonton, atau sekitar 0,1% dari total pengikut.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Pemerintah Kota Bandung telah aktif menyosialisasikan kebijakan publik melalui Instagram, efektivitas dari sisi *engagement* dan pemahaman masyarakat masih perlu ditingkatkan melalui strategi komunikasi yang lebih interaktif, edukatif, dan mendorong partisipasi dua arah secara lebih konsisten.

Interaksi antara akun Instagram @humas_bandung dengan para pengikutnya menunjukkan adanya upaya komunikasi dua arah, meskipun intensitasnya masih tergolong terbatas. Admin akun secara aktif membalas beberapa komentar, khususnya yang bersifat pertanyaan atau permintaan klarifikasi terkait kebijakan publik yang disampaikan. Namun, tidak semua komentar mendapatkan respons, terutama komentar yang masuk dalam jumlah besar atau yang dianggap tidak relevan dengan isi unggahan. Selain itu, interaksi juga dilakukan melalui fitur Instagram *Story*, seperti *polling*, pertanyaan, dan kuis singkat, meskipun partisipasi pengikut dalam fitur ini masih rendah. Sementara itu, sesi siaran langsung (*live* Instagram) yang dilakukan hanya beberapa kali, dan partisipasi pengikutnya belum maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ruang interaksi telah tersedia, keterlibatan aktif antara pemerintah dan masyarakat di

*M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*

media sosial masih perlu ditingkatkan, baik dari sisi frekuensi respons, kualitas dialog, maupun pemanfaatan fitur-fitur interaktif yang lebih kreatif dan partisipatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi saluran yang cukup efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas, terutama dari sisi keterpaparan informasi. Mayoritas masyarakat mengetahui adanya kebijakan melalui media sosial, yang menandakan bahwa fungsi penyampaian informasi secara cepat dan real-time berhasil dilakukan.

Namun demikian, efektivitas dari sisi pemahaman dan partisipasi masyarakat masih tergolong rendah. *Engagement rate* yang hanya sekitar 2,3% menunjukkan bahwa meskipun konten menjangkau banyak pengguna, tidak semua merasa terdorong untuk berinteraksi atau menindaklanjuti informasi tersebut. Ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara penyampaian informasi dan penerimaan informasi.

Banyak responden menginginkan konten yang lebih edukatif dan kontekstual, seperti video simulasi kebijakan, sesi tanya jawab interaktif, atau *live streaming* bersama pejabat yang bisa memberikan klarifikasi langsung. Ini berarti strategi komunikasi

pemerintah masih lebih bersifat satu arah, dan belum sepenuhnya memanfaatkan potensi interaktivitas yang dimiliki oleh media sosial.

Untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi kebijakan publik melalui media sosial, Pemerintah Kota Bandung disarankan untuk menyampaikan informasi kebijakan dengan menggunakan bahasa yang lebih sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat. Hindari penggunaan istilah teknis atau birokratis yang dapat membingungkan, dan gantikan dengan penjelasan yang aplikatif serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, variasi konten perlu ditingkatkan, tidak hanya dalam bentuk infografis atau poster, tetapi juga melalui video edukatif, animasi penjelasan kebijakan, dan simulasi visual agar masyarakat lebih memahami substansi dan dampak kebijakan tersebut.

Pemerintah juga perlu mengoptimalkan fitur-fitur interaktif yang tersedia di media sosial seperti polling, kuis, kolom pertanyaan, dan siaran langsung (*live*) untuk membangun komunikasi dua arah yang lebih aktif antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan respons, opini, dan masukan secara langsung

terhadap kebijakan yang disampaikan. Terakhir, konsistensi dalam jadwal unggahan, respons cepat terhadap komentar masyarakat, serta pemanfaatan data analitik media sosial untuk mengevaluasi efektivitas konten perlu dilakukan secara berkelanjutan agar strategi komunikasi digital yang dibangun dapat terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan publik.

PENUTUP

Penggunaan media sosial Instagram oleh Pemerintah Kota Bandung telah menjadi sarana sosialisasi kebijakan publik yang cukup efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas, namun efektivitasnya masih terbatas pada penyampaian informasi secara satu arah. Strategi komunikasi yang digunakan belum sepenuhnya mampu mendorong keterlibatan aktif dan pemahaman mendalam dari masyarakat terhadap isi kebijakan yang disampaikan. Tingkat interaksi yang masih rendah, serta minimnya partisipasi publik dalam fitur-fitur interaktif menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan perlu disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang bersifat partisipatif. Oleh karena itu, ke depan diperlukan pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih kreatif, edukatif, dan dialogis, agar media sosial tidak hanya menjadi

alat penyebaran informasi, tetapi juga ruang keterlibatan publik yang mendorong partisipasi dan kepercayaan terhadap kebijakan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Barlow. J. & Moller C., 1996. *A Complaint is u Gift*. San Fransico. Berrett. Koehler. Publishers.
- E. Katz, "Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal," *Stud. Public Commun.*, vol. 2, pp. 1-6, 1959, [Online]. Available: http://repository.upenn.edu/asc_papers/165/.
- Moleong. L.J (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Jurnal:

- Abdilah, S., & Purnamasari, H. (2024). Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Instagram Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang. *Moderat: Jurnal*

**M Ryan Faureza, Nia Karniawati; Efektivitas Sosialisasi Kebijakan Publik
oleh Pemerintah Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram**

- Ilmiah Ilmu
Pemerintahan, 10(2), 334-350.
- Dedy Hendra Sumarta., Mei Maemunah. (2024). Efektivitas Kinerja Pemerintah Kalurahan Sendangadi Dalam Peningkatan Pemberdayaan Umkm Di Kalurahan Sendangadi. (2024). *JISI POL | Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1). <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/view/1374>
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 7796-7810.
- Devi, K. T. K., Wirantari, I. D. A. P., & Wijaya, K. A. S. (2024). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Publik guna Mencegah Penyebaran Berita Hoax oleh DISKOMINFOS Kota Denpasar. *Socio-political Communication and Policy Review*, 1(5).
- Fauzi, M. I., & Yulianti, N. (2021). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai upaya edukasi pencegahan penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 148-155.
- Asmawati., Holipah (2024). Strategi Penerapan E-Government Dalam Rangka Meningkatkan Pelayanan Publik Melalui E-Complaint (Studi Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang). (2024). *JISI POL | Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3). <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/view/1478>
- Khansa Nabila Ulayya, D. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2064-2071.
- Mesi Indriyani, A. B. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *JSJ: Jurnal Studi Jurnalistik*, 157-167.
- Nunung Munawaroh., Mia Hildayanti. (2023). Efektivitas Penerapan Aplikasi Daftar Hadir Elektronik (Dhe) Oleh Dinas Komunikasi Dan Informasi (Diskominfo) Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. (2023). *JISI POL | Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2). <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/view/1105>

- Sepdiansyah, W. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan Pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bandung Barat . Semarang. e-Proceeding of Management , 4566.
- Syahputra, D. F. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram@ Tmcpoldametro Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Ganjil-Genap Dki Jakarta Pada Saat Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Uthama, M. R., Saefulrahman, I., & Akbar, I. (2021). Efektivitas Media Informasi Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Di Kota Bandung (Studi Tentang Pemanfaatan Media Sosial Humas Kota Bandung Dalam Penyebarluasan Informasi Program Kerja Pemerintah Bidang Kesehatan Tahun 2020). *Jurnal Administrasi Pemerintahan (Janitra)*, 1(2), 156-173.
- Veki Edizon Tuhana, L. L. (2023). Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 297-315.
- Verisha Erina Maharani, D. A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota