JURNAL ILMIAH KAJIAN KOMUNIKASI

Volume 5 No. 2 Juli 2026

https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa

E – ISSN 2986-3759

DOI : https://doi.org/10.30996/sintesa.v5i02.133718

ANALISIS GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS KOMINFO SURABAYA MELALUI INSTAGRAM @SURABAYA

Putri Galuh Cendana
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara, Surabaya
ubhara.ac.id@email.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu media sosial yang digunakan pemerintah adalah Instagram melalui akun @surabaya milik Kominfo Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas Government Public Relations Kominfo Surabaya melalui Instagram @surabaya dalam penyebaran informasi publik kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori Government Public Relations dari Scott M. Cutlip yang menjelaskan fungsi hubungan masyarakat pemerintah dalam membangun komunikasi publik melalui media digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan model Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @surabaya dimanfaatkan sebagai media Government Public Relations dalam menyampaikan informasi publik secara cepat, informatif, dan interaktif. Kominfo Surabaya menggunakan berbagai bentuk konten visual seperti foto, video, reels, dan caption untuk meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu, Instagram juga digunakan sebagai media komunikasi publik antara pemerintah dan masyarakat melalui fitur interaksi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi publik pemerintah di era digital.

Kata Kunci : Government Public Relations, Instagram, Kominfo Surabaya, Media Sosial.

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the government to utilize social media as a public communication medium in delivering information to society. One of the social media platforms used by the government is Instagram through the @surabaya account managed by Surabaya Communication and Informatics Office. This study aims to analyze the Government Public Relations activities of Surabaya Communication and Informatics Office through Instagram @surabaya in disseminating public information. This research uses the Government Public Relations theory proposed by Scott M. Cutlip which explains the role of government public relations in building public communication through digital media. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, documentation, and literature study. Data analysis uses the model of Matthew B. Miles and A. Michael Huberman consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that Instagram @surabaya is utilized as a Government Public Relations medium in delivering public information quickly, informatively, and interactively. Surabaya Communication and Informatics Office uses various visual

contents such as photos, videos, reels, and captions to improve information dissemination to the public. In addition, Instagram is also used as a public communication medium between the government and society through digital interaction features. This study indicates that social media has an important role in supporting government public communication in the digital era.

Keywords: Government Public Relations, Instagram, Surabaya Communication Office, Social Media.

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi digital di zaman globalisasi telah mempengaruhi secara signifikan cara berkomunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Keberadaan media sosial membuat proses penyampaian informasi tidak hanya satu arah, tetapi juga berubah menjadi komunikasi yang lebih dinamis, cepat, dan interaktif (Widya, 2021). Pemerintah sebagai institusi publik diharapkan mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan akses informasi yang mudah diperoleh. Dalam konteks ini, *government public relation* menjadi elemen kunci dalam membangun hubungan yang baik antara pemerintah dan masyarakat melalui komunikasi publik yang efisien. Scott M. Cutlip menyatakan bahwa public relations adalah fungsi manajemen yang menciptakan dan menjaga hubungan positif antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang saling menguntungkan . Media sosial memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan informasi secara real time, membangun citra institusi, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta menciptakan hubungan dua arah antara pemerintah dan publik. Dalam konteks ini, aktivitas komunikasi pemerintah melalui media digital dikenal sebagai *Government Public Relations* (GPR) (Arifia, 2024).

Government Public Relations (GPR) adalah jenis kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk menciptakan interaksi yang efektif dengan masyarakat. GPR berperan penting dalam mengomunikasikan kebijakan publik, mempertahankan citra pemerintah, membangun kepercayaan publik, dan menciptakan keterbukaan informasi (Alifha & Hapsari, 2021). Di era digital sekarang ini, praktik GPR mengalami transformasi yang signifikan karena pemerintah dituntut untuk dapat beradaptasi dengan kemajuan media baru dan perilaku masyarakat yang semakin proaktif dalam menggunakan internet. Pemerintah tidak hanya dituntut untuk memberikan informasi secara resmi, tetapi juga harus dapat menghasilkan komunikasi yang menarik, persuasif, dan mudah dimengerti oleh masyarakat umum.

Kemajuan teknologi juga mengubah cara pemerintah berhubungan dengan warganya. Dalam konteks ini, pentingnya *Government Public Relations* (GPR) telah beralih dari sekadar menyampaikan informasi sepihak menjadi menciptakan dialog dan hubungan yang berarti. Media sosial, terutama Instagram, sekarang tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi saluran utama komunikasi pemerintah yang bersifat interaktif (Masa & Covid, 2021). Platform digital ini mendorong institusi publik untuk bertransformasi, dari yang sebelumnya kaku menjadi lebih luwes dan berorientasi manusia, mampu menyampaikan informasi secara cepat, singkat, dan menarik (visual) (Putri & Setianingrum, 2025). Dulu, pemerintah hanya perlu merilis siaran pers yang dipublikasikan di media, tetapi kini keberhasilan informasi dan citra publik sangat bergantung pada seberapa efektif mereka memanfaatkan algoritma serta fitur interaktif dari platform tersebut.

Penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah di Indonesia terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Instagram menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan karena dapat menyampaikan pesan melalui gambar, video, dan interaksi langsung dengan pengguna. Pemanfaatan Instagram dalam komunikasi pemerintahan dianggap efektif karena dapat mencapai masyarakat secara luas, terutama generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna media sosial di Indonesia (Rosdiana et al., 2026). Di sisi lain, kemajuan komunikasi digital juga menimbulkan tantangan baru bagi lembaga pemerintah. Kecepatan arus informasi membuat masyarakat semakin peka terhadap kinerja pemerintah, khususnya terkait dengan transparansi dan pelayanan publik. Pemerintah tidak hanya diharapkan untuk aktif memberikan informasi, tetapi juga harus dapat membangun kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang tepat dan konsisten.

Menurut Avi Rudianita Widya media sosial menyimpan potensi besar dalam meningkatkan partisipasi publik di era pemerintahan terbuka karena dapat mewujudkan interaksi dua arah antara pemerintah dan warga (Widya, 2021). Akan tetapi, pemanfaatan media sosial oleh pemerintah juga sering menemui masalah seperti sedikitnya interaksi, kurangnya daya tarik konten, dan komunikasi yang masih cenderung searah. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa keberhasilan *Government Public Relations* tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada cara pesan pemerintah dapat diterima, dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat secara umum.

Fenomena pemanfaatan Instagram oleh pemerintah juga menunjukkan adanya perubahan sikap masyarakat dalam mendapatkan informasi publik. Sekarang ini, masyarakat lebih sering menggunakan media sosial daripada media tradisional untuk mencari informasi tentang kebijakan pemerintah serta perkembangan daerah mereka. Akun Instagram pemerintah lalu berfungsi sebagai saluran komunikasi baru yang menyatukan pemerintah dan masyarakat secara langsung di dalam satu platform digital (Sumarwan et al., 2024). Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua informasi yang disampaikan oleh pemerintah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Sebagian masyarakat masih melihat komunikasi pemerintah di media sosial terlalu kaku, kurang melibatkan interaksi, atau hanya berorientasi pada citra institusi. Penelitian Maulidha Arifia S menyatakan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah di Instagram dipengaruhi oleh mutu konten, daya tarik visual, dan kemampuan akun pemerintah untuk menghasilkan interaksi dengan publik (Arifia, 2024). Keadaan ini menunjukkan bahwa *Government Public Relations* di media sosial memiliki dinamika yang rumit sebab melibatkan bukan hanya penyampaian informasi, tetapi juga penciptaan keterlibatan publik serta cara pandang masyarakat terhadap pemerintah.

Kota Surabaya, yang merupakan salah satu metropolitan terbesar di Indonesia, juga mengalami kemajuan cepat dalam penggunaan teknologi komunikasi digital. Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi publik kepada masyarakat. Salah satu platform media sosial yang banyak dipakai adalah akun Instagram @surabaya. Akun itu dimanfaatkan untuk menyampaikan beragam informasi tentang pelayanan publik, program pemerintah, aktivitas kota, pendidikan masyarakat, serta informasi darurat dan kebijakan pemerintah daerah (Teguh et al., 2024). Akun Instagram @surabaya hadir sebagai bagian dari strategi Hubungan Masyarakat Pemerintah dalam menciptakan komunikasi publik yang lebih efektif di era masyarakat digital yang berkembang.

Dalam konteks Pemerintah Kota Surabaya, akun Instagram @surabaya berfungsi sebagai salah satu saluran komunikasi publik yang cukup aktif dalam membagikan berbagai informasi mengenai kota. Isi yang dipublikasikan mencakup informasi mengenai pembangunan kota, layanan publik, promosi pariwisata, pendidikan sosial, dan kampanye kebijakan pemerintah daerah. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi elemen krusial dalam

strategi komunikasi pemerintah daerah pada zaman digital (Anggarda, 2020). Namun demikian, masih ada berbagai isu menarik untuk diteliti lebih jauh, seperti pola komunikasi Government Public Relations yang diterapkan, cara penyampaian pesan kepada masyarakat, serta bagaimana akun tersebut menjalin hubungan komunikasi publik melalui media sosial.

Penggunaan Instagram Kominfo Surabaya menarik untuk dipelajari karena akun tersebut menunjukkan banyak interaksi masyarakat dan aktivitas komunikasi digital yang aktif. Konten yang disajikan tidak hanya formal dan birokratis, tetapi juga dikemas secara kreatif dengan penggunaan desain visual, video pendek, bahasa komunikatif, dan pendekatan yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Strategi ini menunjukkan bahwa paradigma komunikasi pemerintah telah berubah, menjadi lebih interaktif dan terlibat. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk membentuk opini publik dan menentukan citra pemerintah daerah.

Penelitian mengenai *Government Public Relations* melalui media sosial menjadi penting dilakukan karena media sosial memiliki pengaruh besar terhadap persepsi masyarakat terhadap pemerintah. Informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik, partisipasi masyarakat, bahkan legitimasi pemerintah di mata masyarakat. Dalam kondisi masyarakat yang semakin kritis terhadap kebijakan publik, pemerintah perlu membangun komunikasi yang terbuka, transparan, dan responsif. Oleh karena itu, analisis terhadap praktik *Government Public Relations* pada akun Instagram @surabaya menjadi relevan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi digital pemerintah dijalankan serta bagaimana efektivitasnya dalam membangun hubungan dengan masyarakat.

Penelitian ini penting dilakukan karena komunikasi pemerintah di media sosial tidak hanya berhubungan dengan distribusi informasi, tetapi juga terkait dengan transparansi, keterbukaan, dan tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Akun Instagram @surabaya sebagai sarana Hubungan Masyarakat Pemerintah menunjukkan adanya perubahan dalam cara komunikasi pemerintah yang lebih responsif terhadap kemajuan teknologi digital. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Government Public Relations* oleh Kominfo Surabaya melalui platform media sosial Instagram, cara pesan pemerintah dibangun dalam konten digital, serta peran media sosial sebagai alat komunikasi publik di era masyarakat modern.

Studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan akademik dalam pengembangan penelitian *Government Public Relations* dan komunikasi digital pemerintah, terutama dalam konteks media sosial di pemerintahan daerah Indonesia. Oleh karena itu, studi ini tidak hanya penting secara akademis, tetapi juga memberikan sumbangan praktis bagi peningkatan komunikasi publik pemerintah yang lebih efisien, transparan, dan peka terhadap tuntutan masyarakat digital saat ini.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Government public relation adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh instansi pemerintah untuk membangun interaksi dengan masyarakat melalui penyebaran informasi publik, pengembangan citra organisasi, dan menciptakan hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat. Berdasarkan pendapat Scott M. Cutlip, hubungan masyarakat merupakan fungsi manajerial yang menciptakan dan menjaga hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang memengaruhi kesuksesan organisasi tersebut. Dalam ranah pemerintahan, *Government Public Relations* berfungsi sebagai penghubung komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui berbagai media komunikasi, termasuk media sosial digital.

Media sosial adalah platform komunikasi yang berbasis internet, yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi menggunakan konten digital. Salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan untuk komunikasi pemerintahan adalah Instagram. Instagram unggul dalam menyampaikan pesan secara visual lewat foto, video, reels, story, dan fitur interaktif lain yang memudahkan distribusi informasi kepada publik. Menurut penelitian Monika Teguh dan tim, Instagram dimanfaatkan oleh instansi pemerintah sebagai media digital public relations dalam menyampaikan informasi publik, membangun hubungan dengan masyarakat, serta memperkuat citra institusi pemerintah di era digital (Teguh et al., 2024). Pemanfaatan Instagram dinilai efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama.

Dalam pelaksanaan pemerintahan modern, keterbukaan informasi menjadi salah satu indikator penting dalam menciptakan transparansi dan akuntabilitas pemerintah kepada masyarakat. Dasar hukum tentang transparansi informasi publik di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang itu menyatakan bahwa setiap lembaga publik harus menyediakan informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Dalam kemajuan teknologi komunikasi, media sosial kemudian digunakan sebagai alat untuk penyebaran informasi publik yang lebih cepat dan efisien.

Kemajuan teknologi digital telah mengtransformasikan cara komunikasi pemerintah dari metode konvensional ke komunikasi yang menggunakan media digital. Pemerintah sekarang tidak hanya memanfaatkan media massa konvensional, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi publik. Walaupun demikian, komunikasi pemerintah di media sosial juga menghadapi tantangan tersendiri, seperti penyebaran berita palsu, rendahnya keterlibatan masyarakat, hingga pandangan publik mengenai citra pemerintah. Dengan demikian, *Government Public Relations* memiliki peran krusial dalam menjamin informasi yang diberikan oleh pemerintah bersifat informatif, tepat, dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

Penelitian ini mengadopsi teori *Government Public Relations* yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip sebagai dasar utama untuk menganalisis komunikasi pemerintah yang dilakukan melalui akun Instagram @surabaya milik Kominfo Surabaya. Dalam studi ini, Instagram dianggap sebagai sarana komunikasi digital yang dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi publik kepada masyarakat. Melalui akun Instagram @surabaya, Kominfo Surabaya menggunakan media sosial sebagai wadah komunikasi publik pemerintah daerah untuk menyebarkan informasi mengenai pelayanan masyarakat, kegiatan pemerintah, kebijakan daerah, dan pendidikan publik. Studi ini akan mengkaji bagaimana praktik Public Relations Pemerintah tersebut diterapkan melalui media sosial Instagram.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif untuk memaham dan mendeskripsikan fenomena komunikasi publik pemerintah yang dilakukan oleh Kominfo Surabaya melalui akun Instagram mereka yang bernama @surabaya. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah menganalisis konten media sosial, jenis komunikasi publik pemerintah, dan penyebaran informasi publik melalui platform Instagram. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dipakai untuk menyelidiki keadaan objek yang alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data dan hasil penelitian lebih menekankan arti daripada generalisasi. Lexy J. Moleong juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh melalui deskripsi yang disampaikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alami.

Studi ini bersifat deskriptif karena peneliti berupaya menggambarkan kegiatan *Government Public Relations* Kominfo Surabaya lewat media sosial Instagram berdasarkan data yang diambil dari akun @surabaya. Penelitian ini menitikberatkan pada jenis komunikasi publik pemerintah, diseminasi informasi publik, serta penggunaan Instagram sebagai sarana komunikasi digital pemerintah. Objek penelitian ini adalah akun Instagram @surabaya milik Kominfo Surabaya. Penelitian difokuskan pada aktivitas *Government Public Relations* yang dilakukan melalui unggahan konten Instagram berupa foto, *video, reels, caption, story*, dan interaksi digital lainnya.

Adapun fokus penelitian meliputi:

a. Bentuk penyampaian informasi publik melalui akun Instagram @surabaya.
b. Aktivitas komunikasi *Government Public Relations* Kominfo Surabaya.
c. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi publik pemerintah.
d. Interaksi komunikasi antara akun Instagram @surabaya dengan masyarakat.

Data dalam penelitian ini berasal dari sumber primer dan sumber sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui pengamatan terhadap akun Instagram @surabaya. Peneliti memantau berbagai variasi konten yang diposting di akun tersebut, seperti unggahan *feed, reels, story, caption*, tanggapan publik, dan bentuk komunikasi publik lainnya yang terkait dengan

aktivitas Government Public Relations Kominfo Surabaya. Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana Instagram digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Sementara itu, data sekunder didapatkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, penelitian sebelumnya, serta dokumen lain yang berhubungan dengan Public Relations Pemerintah, komunikasi publik, media sosial, dan komunikasi digital pemerintah. Penelitian ini juga memanfaatkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai landasan pendukung penelitian mengenai distribusi informasi publik oleh pemerintah kepada warga (Salsabilla et al., 2026).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan observasi, dokumentasi, dan kajian pustaka. Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati langsung kegiatan akun Instagram @surabaya. Peneliti menganalisis tipe konten yang dirilis, cara penyampaian informasi, pemanfaatan visual, serta interaksi yang berlangsung antara akun Instagram dan masyarakat. Pengamatan dilakukan untuk mengumpulkan informasi terkait aktivitas *Government Public Relations* melalui platform media sosial Instagram.

Selain pengamatan, penelitian ini juga memanfaatkan metode dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi berupa tangkapan layar postingan Instagram, arsip unggahan, reels, caption, komentar publik, dan data visual lain yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti.

Metode analisis data dalam penelitian ini mengikuti model analisis data yang dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap awal adalah pengurangan data, yaitu proses memilih, memusatkan, dan menyederhanakan data yang didapat dari observasi dan dokumentasi akun Instagram @surabaya. Di tahap ini, peneliti mengelompokkan data yang berkaitan dengan aktivitas Government Public Relations serta distribusi informasi publik. Tahap selanjutnya adalah penyampaian data. Data yang telah diringkas kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan peneliti memahami pola komunikasi, jenis informasi, dan aktivitas media sosial yang dilakukan oleh Kominfo Surabaya melalui

Instagram. Penyajian data dilaksanakan supaya peneliti dapat memperhatikan hubungan antara data yang di dapar dan fokus penelitian. Tahap akhir adalah mengambil kesimpulan. Kesimpulan didapat melalui penafsiran hasil analisis data terkait aktivitas Government Public Relations Kominfo Surabaya melalui akun Instagram @surabaya dalam distribusi informasi publik.

D. TEMUAN

Penelitian ini menggunakan data berupa unggahan akun Instagram @surabaya yang dipublikasikan sejak Januari 2024 hingga Juni 2026. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa akun @surabaya menunjukkan aktivitas komunikasi publik yang konsisten dalam menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat Kota Surabaya. Data ini diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap postingan, reels, caption, serta interaksi masyarakat pada setiap unggahan yang berkaitan dengan *Government Public Relations.*

Dari hasil observasi, kita dapat lihat bahwa Kominfo Surabaya menggunakan Instagram tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk membangun komunikasi pubblik yang lebih dekat dengan masyarakat. Informasi yang dipublikasikan mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat Kota Surabaya, seperti pelayanan pubblik, program pemerintah, edukasi sosial, promosi wisata, hingga informasi tentang kegiatan kota.

DOKUMENTASI TEMUAN PENELITIAN

Gambar 1.1 Unggahan Informasi Publik Tahun 2024

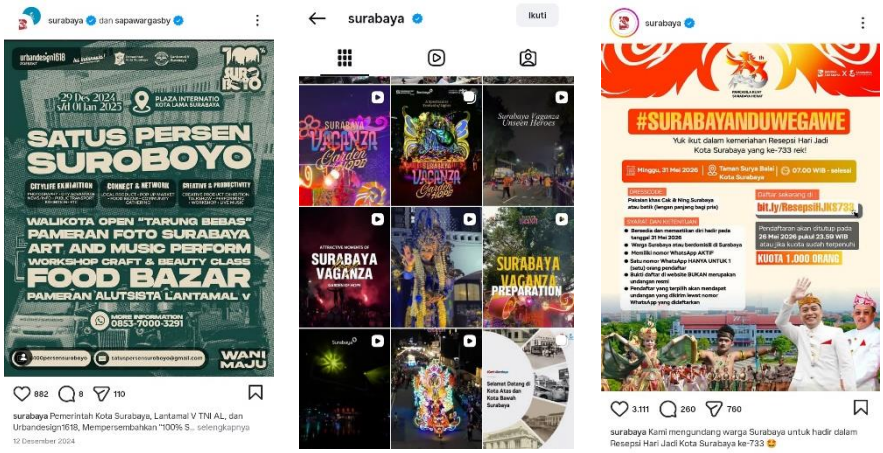
Sumber (instagram @surabaya)

Gambar 1.2 Beberapa unggahan instagram mengenai edukasi pada masyarakat

SINTESA
Magister Journal of Communication Science Program
JURNAL ILMIAH KAJIAN KOMUNIKASI
Volume 5 No. 2 Juli 2026
https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa
E – ISSN 2986-3759

Sumber (instagram @surabya)

Gambar 1.3 Beberapa Unggahan Event dan Aktivitas Kota Surabaya



Sumber (instagram @surabya)

Gambar 1.3 Interaksi Masyarakat pada Kolom Komentar

JURNAL ILMIAH KAJIAN KOMUNIKASI

Volume 5 No. 2 Juli 2026

https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa

E – ISSN 2986-3759

Sumber (instagram @surabya)

E. BAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi terhadap akun Instagram @surabaya, ditemukan bahwa Kominfo Surabaya telah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana *Government Public Relations* dalam menjalankan fungsi komunikasi publik pemerintah. Akun @surabaya digunakan secara aktif untuk menyebarluaskan berbagai informasi kepada masyarakat Kota Surabaya. Informasi yang dipublikasikan tidak terbatas pada pelayanan publik semata, tetapi juga mencakup informasi mengenai kegiatan pemerintahan, promosi event kota, edukasi masyarakat, informasi sosial, kebudayaan, hingga berbagai perkembangan terkini yang terjadi di Kota Surabaya.

Temuan tersebut sejalan dengan teori *Government Public Relations* yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip yang menyatakan bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang bertugas membangun serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Dalam konteks pemerintahan, fungsi tersebut diwujudkan melalui penyampaian informasi kepada masyarakat secara berkelanjutan. Aktivitas unggahan yang dilakukan secara rutin oleh akun @surabaya menunjukkan adanya upaya Kominfo Surabaya dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat melalui media digital yang mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Peneliti menemukan bahwa akun Instagram @surabaya tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi satu arah, melainkan juga menjadi ruang publik digital yang menampilkan berbagai aspek kehidupan Kota Surabaya. Unggahan mengenai event kota seperti perayaan hari besar nasional, festival budaya, kegiatan olahraga, pameran UMKM, hingga agenda hiburan masyarakat menunjukkan bahwa pemerintah daerah berupaya menghadirkan informasi yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Government Public Relations tidak hanya berfungsi menyampaikan kebijakan pemerintah, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan masyarakat melalui konten yang bersifat informatif sekaligus partisipatif.

Selain itu, salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah pemanfaatan fitur kolaborasi (collaboration post) pada Instagram. Peneliti menemukan bahwa akun @surabaya secara aktif melakukan kolaborasi dengan berbagai akun institusi pemerintah lainnya, seperti Dinas Sosial Kota Surabaya, Dinas Kebudayaan, serta sejumlah perangkat daerah lainnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kolaborasi tersebut memungkinkan informasi yang dipublikasikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas karena muncul secara bersamaan pada dua akun atau lebih. Praktik ini menunjukkan adanya integrasi komunikasi antarlembaga pemerintah dalam mendukung penyebaran informasi publik yang lebih efektif.

Tidak hanya berkolaborasi dengan instansi pemerintah, akun @surabaya juga ditemukan aktif melakukan kolaborasi dengan akun-akun lain yang berkaitan dengan perkembangan Kota Surabaya. Kolaborasi tersebut dilakukan dalam publikasi berbagai kegiatan kota, promosi destinasi wisata, kampanye sosial, serta informasi pembangunan daerah. Temuan ini memperlihatkan bahwa Kominfo Surabaya telah mengadopsi pola komunikasi digital yang lebih adaptif terhadap perkembangan media sosial. Melalui kolaborasi tersebut, *Government Public Relations* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi yang mampu membangun jejaring komunikasi yang lebih luas dengan berbagai pemangku kepentingan.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya kelemahan dalam pelaksanaan Government Public Relations melalui akun Instagram @surabaya. Peneliti menemukan bahwa akun tersebut cenderung kurang aktif dalam menanggapi komentar

masyarakat, khususnya komentar yang berisi pertanyaan, kritik, maupun keluhan warga terkait pelayanan publik dan kondisi Kota Surabaya. Sebagian besar komentar masyarakat tidak memperoleh respons langsung dari pengelola akun. Padahal, media sosial pada dasarnya memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa fungsi hubungan dengan publik sebagaimana dijelaskan dalam teori Scott M. Cutlip belum sepenuhnya terlaksana secara optimal. Cutlip menekankan bahwa keberhasilan public relations tidak hanya diukur dari kemampuan organisasi dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dari kemampuannya mendengarkan, memahami, serta merespons kebutuhan publik. Dengan demikian, komunikasi yang dibangun tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dialogis. Kurangnya respons terhadap komentar masyarakat berpotensi mengurangi kesempatan pemerintah untuk membangun kepercayaan publik dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam komunikasi digital.

Berdasarkan hasil elaborasi antara teori dan temuan penelitian, dapat dipahami bahwa Government Public Relations Kominfo Surabaya melalui akun Instagram @surabaya telah berhasil menjalankan fungsi penyebaran informasi publik secara aktif, cepat, dan variatif melalui pemanfaatan berbagai fitur Instagram. Keberhasilan tersebut terlihat dari konsistensi unggahan, keberagaman jenis informasi yang disampaikan, serta kemampuan membangun jejaring komunikasi melalui fitur kolaborasi dengan berbagai institusi dan akun terkait perkembangan Kota Surabaya. Namun demikian, aspek komunikasi dua arah melalui respons terhadap komentar dan keluhan masyarakat masih perlu ditingkatkan agar pelaksanaan Government Public Relations tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga mampu menciptakan hubungan yang lebih partisipatif, responsif, dan saling menguntungkan antara pemerintah dengan masyarakat.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis *Government Public Relations* Kominfo Surabaya melalui Instagram @surabaya, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @surabaya telah dimanfaatkan sebagai media *Government Public Relations* dalam mendukung komunikasi publik Pemerintah Kota Surabaya. Melalui akun tersebut, Kominfo Surabaya secara aktif menyebarluaskan berbagai informasi kepada masyarakat selama periode pengamatan tahun 2024 hingga 2026. Informasi yang disampaikan tidak hanya berkaitan dengan pelayanan publik dan kebijakan pemerintah, tetapi juga mencakup informasi mengenai kegiatan pemerintahan, edukasi masyarakat, promosi kebudayaan, event kota, informasi sosial, serta berbagai perkembangan yang terjadi di Kota Surabaya.

Berdasarkan teori *Government Public Relations* yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip, fungsi penyampaian informasi kepada publik telah dijalankan dengan baik melalui pemanfaatan berbagai fitur Instagram, seperti feed, reels, carousel, story, dan caption yang informatif. Kominfo Surabaya juga menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan media digital melalui penggunaan fitur kolaborasi (collaboration post) dengan berbagai institusi pemerintah, seperti Dinas Sosial, Dinas Kebudayaan, serta akun-akun lain yang berkaitan dengan perkembangan Kota Surabaya. Kolaborasi tersebut memperluas jangkauan informasi publik sekaligus memperkuat sinergi komunikasi antarlembaga pemerintah.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa pelaksanaan Government Public Relations melalui akun Instagram @surabaya belum sepenuhnya optimal dalam membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Meskipun masyarakat aktif memberikan komentar berupa pertanyaan, masukan, kritik, maupun keluhan, pengelola akun cenderung kurang responsif dalam memberikan tanggapan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fungsi membangun hubungan timbal balik dengan publik sebagaimana dijelaskan oleh Scott M. Cutlip masih belum terlaksana secara maksimal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik Government Public Relations Kominfo Surabaya melalui Instagram @surabaya lebih dominan berorientasi pada fungsi penyebaran informasi publik dibandingkan fungsi interaksi dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat.

REFERENSI

Alifha, F., & Hapsari, D. R. (2021). Effectiveness of Cyber Government Public Relations in Dissemination of Health Information as a Form of Crisis Communication (Case: Covid-19 Health Information Bogor Regency Community). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, *05*(06), 837–842.

Anggarda, A. A. (2020). Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangga Surabaya. *Governance, JKMP (Governance, Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik)*, *10*(1), 1–15. https://doi.org/10.38156/governancejkmp.v10i1.55

Arifia, M. (2024). Kajian Media sosial Sebagai Media Strategis komunikasi Hubungan Masyarakat Dalam Institusi Pemerintah. *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *5*(2), 67–74.

Masa, D. I., & Covid, P. (2021). *Andrea Amorita Tulung, 2 Sri Ulya Suskarwati, 3 Virgin Cansa Abinta*. *5*(2), 137–153.

Putri, D. A. A., & Setianingrum, V. M. (2025). Strategi Komunikasi Publik dan Statistik Melalui Penggunaan Platform Instagram @Surabaya (Studi Kasus pada Dinkominfo Kota Surabaya). *The Commercium*, *9*(1), 195–204.

Rosdiana, A., Hari, Z., & Sasmita, O. (2026). *Pemanfaatan Media Digital Instagram untuk Penguatan Citra Pemerintah Kabupaten Bogor*. *8*, 125–132.

Salsabilla, F., Rachmad, B., Putra, E., Fyqri, A., & Lemppa, H. (2026). *Framing Dan Representasi Gender Dalam Musik Video Dan Lirik Lagu " Oshibe To Moshibe Yoru No Chouchou " Jkt48 : Analisis Kritis*. *5*(1), 152–173.

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

Surabaya, D. K. (2015, april). Akun Instagram Resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. *Media Sosial*. Retrieved from

Teguh, M., Qotrunnada, N. Al, Calysta, K., Bungin, B., & Ahmad, M. K. (2024). Utilizing Instagram for Digital Government Public Relations by Diskominfo Jatim. *Komunikator*,

16(2), 160–171. https://doi.org/10.18196/jkm.24338

Widya, A. R. (2021). Meningkatkan Keterlibatan Publik secara Online pada Era Open Government di Media Sosial (Studi Analisis Isi Akun Instagram Badan Pusat Statistik). *Jurnal Iptekkom Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, *23*(2), 185–198.