

## PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN CITRA INSTITUSI PEMERINTAHAN KOTA MAKASSAR TERPILIH PERIODE 2025-2029

Oleh :

**Eka Fitra Ramadani Salam<sup>1)</sup>, Humaidid Muhajir<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pepabri Makassar

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bosowa

<sup>1</sup>email: ekfira@gmail.com

<sup>2</sup>email: humaidid.muhajir@unibos.ac.id

### Informasi Artikel

#### Riwayat Artikel :

Submit, 12 September 2025

Revisi, 24 November 2025

Diterima, 14 Desember 2025

Publish, 15 Januari 2026

#### Kata Kunci :

Media Sosial,  
Citra Institusi,  
Sosial.



### ABSTRAK

Media sosial telah menjadi sarana strategis dalam komunikasi publik, khususnya untuk membangun citra institusi pemerintahan yang transparan dan responsif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan media sosial oleh Pemerintah Kota Makassar dalam membangun citra institusi pada awal periode kepemimpinan 2025–2029. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi unggahan media sosial resmi, wawancara mendalam dengan pengelola akun, dan dokumentasi digital. Analisis dilakukan menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola komunikasi, jenis konten, dan respons publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten partisipatif dan visual mendominasi interaksi, dengan kategori interaksi masyarakat memperoleh respons tertinggi dibandingkan informasi publik dan kampanye tematik. Strategi komunikasi yang menonjol meliputi humanisasi pemerintah, transparansi kegiatan, dan responsivitas terhadap publik. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai instrumen membangun legitimasi dan kepercayaan publik.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license*



### Corresponding Author:

Nama: Eka Fitra Ramadani Salam

Afiliasi: Universitas Pepabri Makassar

Email: ekfira@gmail.com

### 1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi paling efektif dalam membangun citra institusi, termasuk institusi pemerintahan. Pemerintah kota dituntut untuk lebih terbuka, responsif, dan komunikatif dalam menyampaikan informasi serta menjalin hubungan dengan masyarakat. Kota Makassar sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki tantangan dan peluang tersendiri dalam membangun citra pemerintahan yang positif di mata publik, terutama pada periode kepemimpinan terpilih tahun 2025–2029.

Dalam konteks Indonesia, dorongan regulatif dan kebijakan untuk mengintegrasikan media sosial dalam komunikasi publik telah mendorong lembaga

pemerintah memanfaatkan platform digital sebagai saluran utama hubungan pemerintah–masyarakat. Sejalan dengan itu, pedoman regional terbaru juga menekankan penanganan disinformasi melalui tata kelola informasi pemerintah yang proaktif (Instruksi Presiden No. 9/2015; ASEAN Guideline, 2024).

Kota Makassar sebagai metropolitan di Kawasan Timur Indonesia memiliki intensitas komunikasi publik yang tinggi. Penelitian lokal menunjukkan akun resmi Diskominfo Makassar memanfaatkan Instagram secara optimal untuk diseminasi informasi, sementara riset lain menyoroti kebutuhan perencanaan e-government yang lebih komprehensif agar pemanfaatan media sosial selaras dengan peta jalan layanan digital (.Halilintar, 2022; Yusmanizar dkk., 2023).

Sekalipun pemanfaatan media sosial pemerintah meningkat, kesenjangan pengetahuan tetap ada terkait bagaimana strategi konten dan praktik dialogis secara spesifik membentuk citra pemerintah daerah pada fase awal masa jabatan. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menelaah praktik komunikasi digital Pemkot Makassar selama empat bulan pertama periode 2025–2029, sekaligus menguji relevansinya terhadap indikator citra institusi (keterbukaan, kedekatan, dan akuntabilitas).

Secara teoretis, penelitian ini bertumpu pada paradigma komunikasi dua arah simetris dan literatur e-government yang menempatkan media sosial sebagai infrastruktur partisipasi. Kajian empiris menunjukkan bahwa format media dan jenis konten berpengaruh nyata terhadap keterlibatan warga; visual (foto/video) dan tema yang dekat dengan kebutuhan publik cenderung memicu interaksi lebih tinggi

Literatur kepercayaan publik juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah dapat meningkatkan persepsi dapat dipercaya (*trustworthiness*) ketika kanal digunakan untuk keterbukaan informasi dan interaksi dialogis yang bermakna (Porumbescu, 2017; Chi, Kamarudin, & Abdul Rahman, 2024). Oleh karena itu, kejelasan pesan dan kualitas respons menjadi determinan penting pembentukan citra yang positif.

Kontribusi penelitian terletak pada penyediaan bukti empiris bertingkat lokal—dengan fokus wilayah dan periode kepemimpinan spesifik—serta rekomendasi penguatan tata kelola komunikasi publik digital yang selaras dengan kerangka e-government dan manajemen isu kontemporer

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh institusi pemerintah dapat meningkatkan partisipasi publik, transparansi, dan kepercayaan masyarakat. Misalnya, studi oleh beberapa peneliti lokal dan internasional telah mengungkapkan bahwa strategi komunikasi digital yang tepat mampu memperkuat legitimasi dan reputasi pemerintah daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Makassar dalam membangun citra institusi selama periode pemerintahan terpilih 2025–2029. Fokus utama adalah pada strategi komunikasi, jenis konten yang digunakan, serta respon masyarakat terhadap kehadiran pemerintah di media sosial.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial digunakan oleh Pemerintah Kota Makassar dalam membangun citra institusi selama periode pemerintahan terpilih 2025–2029. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah pada proses komunikasi,

strategi konten, dan persepsi publik, bukan pada pengukuran kuantitatif.

Lokasi dan Subjek Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, dengan subjek penelitian meliputi akun media sosial resmi Pemerintah Kota Makassar, akun pribadi walikota makassar, pejabat pengelola media sosial, serta masyarakat pengguna media sosial yang aktif berinteraksi dengan konten pemerintah.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti keterlibatan langsung dalam pengelolaan media sosial pemerintah atau aktif memberikan komentar dan tanggapan terhadap konten yang diunggah.

Adapun teknik pengumpulan data ialah data dikumpulkan melalui beberapa metode seperti wawancara mendalam dengan pengelola akun media sosial pemerintah, observasi konten pada platform seperti facebook, instagram, tiktok, whatsapp channel dan yang digunakan oleh Pemerintah Kota Makassar, serta dokumentasi digital berupa tangkapan layar, statistik interaksi, dan arsip unggahan media sosial selama periode awal pemerintahan terpilih.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan pendekatan analisis tematik. Langkah pertama adalah reduksi data, yaitu proses seleksi, penyederhanaan, dan pemfokusan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi digital. Data yang relevan diklasifikasikan berdasarkan kategori konten dan pola komunikasi yang muncul. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel distribusi interaksi untuk mempermudah interpretasi. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti mengidentifikasi hubungan antara strategi komunikasi media sosial dengan persepsi publik terhadap citra institusi. Untuk mendukung proses pengkodean dan klasifikasi tema, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak seperti Microsoft Excel dan NVivo versi 12, yang memungkinkan visualisasi matriks tema dan analisis frekuensi kemunculan pola komunikasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta diskusi aktif dengan pengelola media sosial dan tim humas Pemkot Makassar untuk memastikan konsistensi interpretasi.

Kategori Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian sosial komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi publik dan pemerintahan digital. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas peran media sosial dalam pemerintahan, penelitian ini memiliki kekhasan pada konteks lokal Kota Makassar dan periode pemerintahan yang spesifik, serta teknik analisis yang berbeda. Pemilihan kategori ini didasarkan pada tujuan utama penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam proses komunikasi yang dilakukan oleh institusi pemerintah melalui media sosial, serta

bagaimana strategi konten dan interaksi digital membentuk persepsi publik terhadap citra institusi. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur secara kuantitatif, melainkan untuk mengeksplorasi makna, pola, dan dinamika komunikasi yang terjadi dalam konteks lokal Kota Makassar selama periode awal pemerintahan terpilih. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menangkap nuansa dan kompleksitas praktik komunikasi digital yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui angka, tetapi melalui interpretasi tematik dan analisis naratif yang mendalam.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam satu dekade terakhir, kajian mengenai pemanfaatan media sosial oleh institusi publik menegaskan dua fungsi utama: (i) kanal partisipasi dan keterlibatan warga serta (ii) instrumen pembentukan citra, transparansi, dan kepercayaan. Laporan dan survei kebijakan komunikasi publik tingkat lokal maupun global menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah yang memanfaatkan kanal digital termasuk media sosial berkorelasi dengan peningkatan transparansi, dialog dua arah, dan peluang partisipasi yang lebih luas, sekaligus menuntut tata kelola komunikasi yang lebih strategis dan berbasis data.

Pada level praktik, riset lintas-negara memperlihatkan variasi efektivitas bentuk konten dan format media. Studi pada pemerintah daerah di Eropa Barat menemukan bahwa jenis media (mis. foto/video) dan tipe konten tertentu memengaruhi tingkat *engagement* (popularitas, komitmen, *virality*). Visual (foto/video) cenderung mendorong interaksi lebih tinggi dibandingkan teks semata, meskipun kesesuaian tema dengan kebutuhan warga tetap krusial. Temuan industri pemerintahan digital juga menegaskan pergeseran konsumsi konten ke arah potongan visual singkat yang dioptimalkan bagi perangkat bergerak, sehingga strategi konten berbasis video menjadi makin relevan bagi institusi pemerintah.

Dari sisi kepercayaan publik, bukti eksperimental dan tinjauan sistematis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pemerintah berkorelasi positif dengan persepsi *trustworthiness* terutama ketika kanal tersebut dimanfaatkan untuk transparansi, responsivitas, dan interaksi dua arah meski model seperti ini tidak selalu linier dan dipengaruhi oleh perilaku masyarakat serta konteks kebijakan. Di saat yang sama, institusionalisasi media sosial di birokrasi publik kerap terhambat oleh isu tata kelola (*governance*), sumber daya, budaya organisasi, dan keamanan informasi. Keberadaan *governance framework* media sosial menjadi variabel kritis untuk memastikan keberlanjutan dan konsistensi praktik komunikasi digital pemerintah.

Dalam konteks Indonesia dan lokal Makassar, kajian mutakhir menunjukkan bahwa akun resmi pemerintah daerah dimanfaatkan untuk diseminasi

informasi dan pelayanan, namun kerangka regulasi dan perencanaan e-government (misalnya master plan dan blueprint aplikasi) belum sepenuhnya mapan, sehingga kapasitas partisipasi digital masih dapat ditingkatkan. Penelitian lain yang menelaah akun Instagram Diskominfo Makassar menilai perannya relatif optimal untuk penyampaian informasi dan identitas kelembagaan, dengan indikator kepuasan audiens yang baik.

Kerangka teoretis di atas menempatkan komunikasi dua arah dan nilai publik (*public value*) sebagai pengungkit utama citra institusi: semakin konsisten pemerintah menghasilkan nilai publik melalui konten yang relevan, responsif, dan terukur, semakin kuat persepsi legitimasi dan kedekatan dengan warga.

#### 1. Korelasi Teori dengan Penelitian Terkini

a. Kekuatan konten interaktif dan visual untuk membangun citra

Dominannya *engagement* pada kategori interaksi masyarakat dan performa unggahan visual selaras dengan temuan lintas-negara yang menegaskan bahwa format foto/video dan konten yang mengundang partisipasi menghasilkan keterlibatan paling tinggi. Hal ini memperkuat argumen bahwa citra institusi di media sosial dibentuk bukan hanya oleh *exposure*, tetapi oleh kualitas interaksi dan kesesuaian tema dengan kebutuhan warga.

b. Dialog dua arah, transparansi, dan kepercayaan publik.

Pola responsivitas yang ditemukan (balasan komentar, polling) merefleksikan praktik komunikasi dua arah yang menurut studi eksperimental dan tinjauan sistematis berkorelasi positif dengan persepsi kepercayaan terhadap pemerintah, khususnya ketika informasi yang disampaikan relevan, jelas, dan tepat waktu. Dengan demikian, capaian *engagement* yang tinggi pada konten partisipatif di kasus Makassar dapat dibaca sebagai indikator awal pembentukan citra yang kredibel dan dekat dengan warga.

c. Konsistensi tata kelola komunikasi digital

Meskipun performa awal kuat, literatur menegaskan pentingnya institusionalisasi (kebijakan, SOP, peran & kapasitas tim, serta indikator kinerja) agar pengelolaan media sosial pemerintah tidak hanya reaktif dan ad-hoc. Hambatan umum meliputi keamanan data, kontinuitas sumber daya, budaya organisasi, dan ketiadaan *governance framework* yang jelas. Implikasi bagi Pemkot Makassar: temuan pola yang baik perlu ditopang oleh kerangka tata kelola supaya narasi citra tetap konsisten, akuntabel, dan terukur sepanjang periode 2025–2029.

d. Sinkronisasi dengan agenda e-government Makassar

Riset lokal terkini mencatat bahwa penguatan e-government di Makassar masih menghadapi kekosongan master plan dan blueprint aplikasi, meskipun kanal resmi aktif menyebarkan informasi.



Karena itu, strategi media sosial yang efektif seperti yang ditemukan di studi ini—humanisasi, transparansi, responsivitas—sebaiknya disinergikan dengan dokumen perencanaan digital pemerintahan sebagai pedoman operasional dan evaluasi kinerja komunikasi publik.

#### e. Orientasi nilai publik dan manajemen isu

Dalam perspektif public value, konten yang memecahkan masalah warga (misalnya informasi layanan, respons terhadap keluhan, atau klarifikasi kebijakan) meningkatkan persepsi nilai yang dihasilkan institusi. Pada saat yang sama, ekosistem informasi digital yang rentan mis/disinformasi menuntut adanya protokol manajemen isu dan pedoman komunikasi yang jelas (mis. pedoman ASEAN 2024 dan praktik komunikasi publik berbasis data seperti direkomendasikan OECD), agar citra institusi tidak tergerus saat terjadi krisis digital.

#### f. Relevansi dengan tren

Hasil awal yang menunjukkan dorongan partisipasi dan transparansi sejalan dengan benchmark digital government yang menempatkan e-participation dan responsiveness sebagai indikator penting kematangan layanan dan interaksi pemerintah-warga. Penautan strategi media sosial dengan agenda open government dan indikator partisipasi akan memperkuat posisi Makassar dalam lanskap nasional dan regional.

Penelitian ini menganalisis lebih dari 150 unggahan pada akun media sosial resmi Pemerintah Kota Makassar, meliputi Instagram (@pemkot.makassar, @infopemkotmakassar, @pemkotmakassarupdate), Facebook (Pemkot Makassar), dan TikTok (infopemkotmakassar). Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pengelola media sosial, serta dokumentasi digital selama tiga bulan pertama masa pemerintahan terpilih. Kategori konten yang dianalisis mencakup: (1) informasi layanan publik, (2) kegiatan wali kota, (3) kampanye kebersihan, dan (4) interaksi langsung dengan masyarakat.



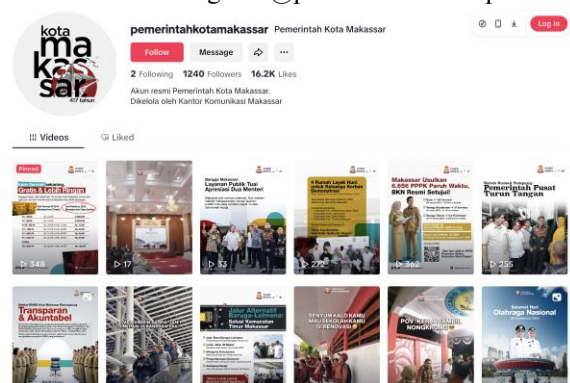
Gambar 1. Instagram @pemkot.makassar



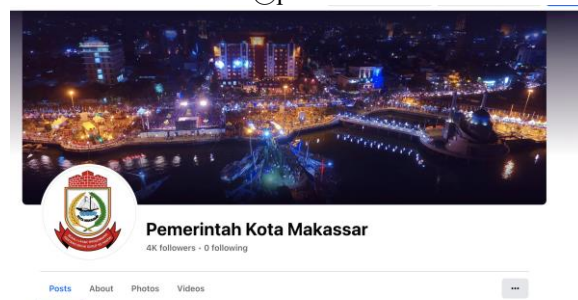
Gambar 2. Instagram @infopemkotmakassar



Gambar 3. Instagram @pemkotmakassarupdate



Gambar 4. TikTok @pemerintahkotamakassar



Gambar 5. Facebook @pemerintahkotamakassar

Statistik interaksi menunjukkan bahwa konten visual (foto dan video) mendominasi tingkat keterlibatan pengguna. Unggahan yang menampilkan partisipasi masyarakat memperoleh respons positif lebih tinggi dibandingkan konten formal. Komentar

masyarakat juga mengindikasikan peningkatan persepsi positif terhadap transparansi dan kedekatan pemerintah.

Dari analisis tematik, teridentifikasi tiga pola utama dalam strategi komunikasi media sosial Pemkot Makassar: (1) Humanisasi Pemerintah – penggunaan narasi personal dan visual informal untuk mendekatkan citra pemerintah kepada masyarakat; (2) Transparansi Kegiatan – dokumentasi rutin aktivitas pemerintahan yang menekankan akuntabilitas; (3) Responsif terhadap Publik – interaksi dua arah melalui balasan komentar dan fitur tanya-jawab. Ketiga pola ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan emosional dan kepercayaan publik.

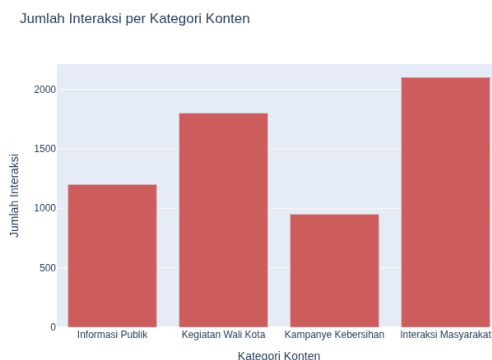
Interpretasi hasil ini dapat dikaitkan dengan teori komunikasi dua arah yang menekankan pentingnya dialog antara institusi dan publik dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dalam konteks media sosial, pendekatan ini diwujudkan melalui fitur interaktif seperti komentar, polling, dan balasan langsung yang memungkinkan partisipasi aktif masyarakat. Selain itu, teori citra institusi menyatakan bahwa persepsi publik terhadap organisasi dipengaruhi oleh konsistensi pesan, transparansi, dan respons terhadap isu publik. Pemerintah Kota Makassar menunjukkan penerapan prinsip-prinsip ini melalui dokumentasi kegiatan dan interaksi sosial yang intensif. Media sosial dalam pemerintahan berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan warga, memperkuat akuntabilitas, dan membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Pemkot Makassar mencerminkan evolusi praktik komunikasi publik yang adaptif terhadap era digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan empiris sebelumnya yang menekankan peran media sosial dalam memperkuat citra institusi publik melalui strategi komunikasi yang partisipatif dan transparan. Studi komunikasi publik menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam ruang digital dapat meningkatkan legitimasi dan kepercayaan terhadap pemerintah. Dalam konteks Kota Makassar, strategi yang diterapkan menunjukkan adaptasi terhadap kebutuhan komunikasi modern, di mana kecepatan respons dan kualitas konten menjadi faktor kunci keberhasilan.

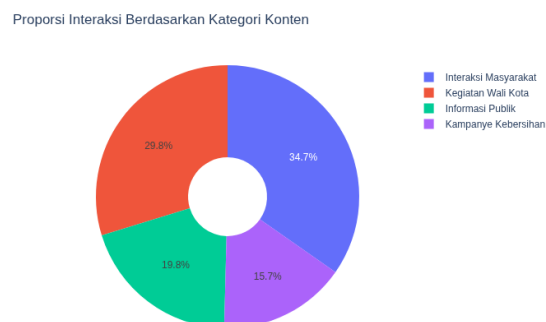
Citra institusi yang dibangun melalui media sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh konsistensi unggahan serta kemampuan manajemen isu. Pemerintah Kota Makassar berhasil memanfaatkan momentum awal masa jabatan untuk membentuk persepsi positif, yang berpotensi menjadi modal sosial dalam implementasi program kerja. Namun, tantangan tetap ada, seperti menjaga keberlanjutan interaksi, mengelola krisis digital, dan memastikan inovasi konten agar tetap relevan.

## 2. Elaborasi Tematik berdasarkan Kategori Konten

Berdasarkan olah data general berdasarkan kanal sosial media yang digunakan oleh pemerintah terpilih kota makassar periode 2025 -2029, didapatlah hasil seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Jumlah Interaksi per Kategori Konten



Gambar 1. Proporsi Interaksi per Kategori Konten

Grafik diatas menunjukkan jumlah interaksi berdasarkan jenis konten yang diunggah oleh akun media sosial resmi Pemkot Makassar.

### 1. Informasi Publik (1200 interaksi)

Konten ini mencakup pengumuman layanan, jadwal kegiatan, dan kebijakan publik. Interaksi yang cukup tinggi menunjukkan bahwa masyarakat aktif mengikuti informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka.

### 2. Kegiatan Wali Kota (1800 interaksi)

Dokumentasi aktivitas Wali Kota Munafri Arifuddin menarik perhatian publik. Konten ini memberi kesan transparansi dan kedekatan antara pimpinan daerah dan masyarakat.

### 3. Kampanye Kebersihan (950 interaksi)

Interaksi relatif rendah menunjukkan perlunya pendekatan kreatif dalam menyampaikan kampanye tematik agar lebih menarik perhatian publik.

### 4. Interaksi Masyarakat (2100 interaksi)

Konten yang melibatkan partisipasi langsung masyarakat seperti polling, komentar, dan testimoni memiliki interaksi tertinggi. Ini menunjukkan efektivitas strategi komunikasi dua arah dalam membangun citra positif.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan dominasi interaksi pada konten partisipatif dan visual sejalan dengan temuan Furqon et al. (2018) yang menganalisis 39 akun media sosial pemerintah daerah di Indonesia. Mereka menemukan bahwa unggahan berbentuk video memperoleh respons lebih tinggi dibandingkan teks atau gambar, sehingga variasi format konten menjadi faktor penting dalam meningkatkan keterlibatan publik. Temuan ini juga diperkuat oleh Chaerani (2024) yang meneliti strategi Instagram @humaskotatangsel; penelitian tersebut menegaskan bahwa pemanfaatan fitur interaktif seperti story dan highlight mampu memperkuat citra positif pemerintah melalui transparansi dan kedekatan dengan masyarakat.

Dalam konteks komunikasi dialogis, Hastrida dan Hendriyani (2023) menunjukkan bahwa orientasi mutualitas dan iklim keterbukaan dalam komunikasi pemerintah melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik. Faktor keterbukaan bahkan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan faktor lainnya, yang mendukung temuan penelitian ini bahwa responsivitas Pemkot Makassar melalui balasan komentar dan polling menjadi pengungkit citra yang kuat. Hal ini konsisten dengan teori komunikasi dua arah Grunig & Hunt yang juga menjadi landasan penelitian ini.

Penelitian Nainggolan (2024) menegaskan bahwa pengalaman positif masyarakat dalam mengakses informasi melalui media sosial pemerintah berkorelasi dengan meningkatnya kepercayaan publik terhadap pemerintah. Hasil ini relevan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa konten informatif dan transparan, seperti jadwal layanan publik dan dokumentasi kegiatan wali kota, berkontribusi pada persepsi positif masyarakat terhadap Pemkot Makassar.

Selain itu, Isqi Karomah (2022) dalam studi tentang strategi komunikasi humas Pemerintah Kabupaten Tegal menekankan pentingnya pengelolaan isu dan konsistensi pesan untuk membangun citra positif. Hal ini sejalan dengan rekomendasi penelitian ini agar Pemkot Makassar memperkuat tata kelola media sosial dan manajemen isu digital untuk menjaga keberlanjutan citra sepanjang periode 2025–2029.

Penelitian Rokhmah (2025) mengenai strategi komunikasi digital Pemerintah Kota Tangerang juga menemukan bahwa keberhasilan komunikasi publik melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh perencanaan konten yang strategis dan koordinasi lintas dinas. Temuan ini mendukung implikasi praktis penelitian ini bahwa Pemkot Makassar perlu mengintegrasikan strategi media sosial dengan master plan e-government agar komunikasi publik lebih terarah dan berkelanjutan.

Temuan ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi indikator awal keberhasilan komunikasi pemerintahan. Pendekatan yang inklusif

dan interaktif tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga memperkuat citra pemerintah sebagai institusi yang transparan dan responsif. Oleh karena itu, keberlanjutan strategi ini memerlukan perencanaan konten yang konsisten, pemantauan interaksi publik, serta penguatan kapasitas pengelola media sosial untuk menghadapi dinamika komunikasi digital.

### 3. Implikasi Praktis bagi Pemerintah Kota Makassar terpilih 2025 - 2029

1. Tetapkan Tata Kelola Media Sosial Pemerintah. Susun governance framework (peran, SOP, standar respons, etika, indikator kinerja) untuk memastikan konsistensi lintas platform dan antar-perangkat daerah.
2. Perkuat Konten Visual-Interaktif. Prioritaskan video singkat/infografik dengan hook 3–5 detik; sertakan CTA yang mengundang partisipasi (*polling, sticker questions*).
3. Integrasikan dengan Master Plan E-Government. Sinkronkan kalender konten dan sasaran *engagement* dengan rencana induk dan peta jalan aplikasi layanan agar komunikasi mendorong penggunaan layanan digital.
4. Bangun Protokol Manajemen Isu. Adopsi pedoman penanganan berita yang belum jelas kebenarannya secara regional dan praktik komunikasi publik berbasis data untuk menjaga resiliensi citra.
5. Ukur Nilai Publik Secara Berkala. Tambahkan metrik “nilai publik yang dirasakan” misalnya kemudahan akses layanan, kejelasan kebijakan di samping metrik *engagement*, guna memastikan citra positif berkelindan dengan manfaat nyata.

### 4. Keterbatasan dan Arah Riset Lanjutan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Pertama, cakupan analisis hanya mencakup periode empat bulan awal masa pemerintahan kota makassar terpilih, sehingga hasil yang diperoleh bersifat indikatif dan belum mencerminkan dinamika komunikasi sepanjang siklus kebijakan. Kedua, data yang digunakan terbatas pada platform media sosial tertentu (Instagram, Facebook, TikTok), sehingga belum mengakomodasi kanal lain seperti X (Twitter), YouTube, atau aplikasi pesan instan yang juga berperan dalam komunikasi publik. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif tanpa pengukuran kuantitatif mendalam terhadap persepsi publik, sehingga hubungan kausal antara strategi komunikasi dan tingkat kepercayaan masyarakat belum dapat dipastikan secara empiris.

Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, riset lanjutan disarankan untuk:

1. Melakukan studi longitudinal dengan rentang waktu minimal satu tahun untuk memantau keberlanjutan strategi komunikasi dan dampaknya terhadap citra institusi.
2. Mengintegrasikan analisis kuantitatif melalui survei persepsi publik dan sentiment analysis berbasis big data untuk mengukur pengaruh



media sosial terhadap kepercayaan dan legitimasi pemerintah.

3. Memperluas objek penelitian ke platform lain dan membandingkan efektivitas antar-kanal, termasuk pemanfaatan fitur interaktif terbaru.
4. Mengembangkan model evaluasi berbasis indikator kinerja komunikasi publik, misalnya menggabungkan metrik engagement dengan indikator nilai publik agar strategi media sosial tidak hanya berorientasi pada popularitas, tetapi juga pada manfaat nyata bagi masyarakat.
5. Menggali faktor internal organisasi, seperti kapasitas sumber daya manusia, tata kelola, dan kebijakan komunikasi digital, untuk memahami determinan keberhasilan implementasi strategi media sosial di sektor publik.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital Pemerintah Kota Makassar melalui media sosial efektif dalam membangun citra institusi yang positif. Konten partisipatif dan visual terbukti meningkatkan keterlibatan masyarakat, sedangkan pola komunikasi yang responsif dan transparan memperkuat persepsi publik terhadap akuntabilitas dan kedekatan pemerintah.
2. Strategi yang mengedepankan humanisasi, transparansi, dan interaksi dua arah menjadikan media sosial bukan hanya sarana informasi, tetapi juga instrumen strategis untuk membangun legitimasi dan hubungan emosional antara pemerintah dan masyarakat.

##### Saran

1. Penelitian Lanjutan  
Studi mendatang disarankan dilakukan secara longitudinal untuk memantau keberlanjutan strategi komunikasi sepanjang periode kepemimpinan. Selain itu, pengukuran kuantitatif terhadap persepsi publik dan analisis dampak komunikasi terhadap partisipasi warga perlu dilakukan agar hasil lebih komprehensif.
2. Pengembangan Praktik  
Pemerintah daerah perlu memperluas pemanfaatan platform lain seperti YouTube, X (Twitter), dan WhatsApp Channel, serta mengembangkan indikator kinerja komunikasi publik digital. Penguatan kapasitas pengelola media sosial dan integrasi strategi komunikasi dengan master plan e-government juga penting untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas komunikasi digital.

#### 5. REFERENSI

- ASEAN. 2024. ASEAN Guidelines on Government Communication and Disinformation Management. ASEAN Secretariat, Jakarta.
- Benington, John dan Moore, Mark. 2021. Public Value: Theory and Practice. Palgrave Macmillan, London.
- Bonsón, Enrique; Royo, Sonia; dan Ratkai, Miklos.

2015. "Citizens' Engagement on Local Governments' Facebook Sites: An Empirical Analysis." Public Administration Review, Vol. 75, No. 3. Wiley, New Jersey.

- Chaerani, R. 2024. "Strategi Komunikasi Digital Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan melalui Instagram." Jurnal Komunikasi Publik, Vol. 12, No. 1. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Criado, J. Ignacio dan Villodre, Julio. 2020. "Institutionalizing Social Media in Public Administration: Governance and Policy Challenges." Government Information Quarterly, Vol. 37, No. 2. Elsevier, Amsterdam.
- Ernungtyas, Niken Febrina; Boer, Rinno Febrianno. 2023. "The Citizen Trust and Engagement in Indonesia Government's Social Media and Website." Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol. 16, No. 1. Universitas Indonesia, Depok.
- Furqon, A., dkk. 2018. "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Pemerintah Daerah di Indonesia." Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 2. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Halilintar, M. Aulia Pananrangi. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makassar sebagai Alat Komunikasi dalam Menyampaikan Informasi kepada Masyarakat Kota Makassar. Skripsi Diploma, IPDN, Jatinangor.
- Hastrida, A. dan Hendriyani, H. 2023. "Orientasi Mutualitas dan Keterbukaan dalam Komunikasi Pemerintah melalui Media Sosial." Jurnal Kajian Komunikasi, Vol. 11, No. 2. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Hootsuite. 2019. Digital 2019: Global Digital Overview. We Are Social & Hootsuite, London.
- Maulvi, Herzi Rahmatia; Rizal, Edwin; Lusiana, Elnovani. 2023. "Peran Media Sosial bagi Humas Pemerintah." Jurnal Komunikasi, Vol. 14, No. 1. Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta.
- Nainggolan, Ruth Roselin Erniwaty. 2024. "Analisis Penggunaan Website dan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik." Jurnal Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan (JTKP), Vol. 6, No. 1. IPDN, Jatinangor.
- OECD. 2021. Government at a Glance 2021. OECD Publishing, Paris.
- Porumbescu, Gregory. 2017. "Linking Transparency to Trust in Government and Voice." American Review of Public Administration, Vol. 47, No. 5. Sage Publications, California.
- Sumarwan, Edi; Kartika, Tina; Fitria, Nurma; Axelfa Tri Aprilia, Alfaynie; Indriani, Atika Nurwan. 2023. "Instagram sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022." Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol.

- 21, No. 2. IPB University, Bogor.
- Supriyanto, Dedi; Nuryanti; Noegroho, Agoeng. 2024. "Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah." *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Vol. 4, No. 4. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- United Nations. 2022. *E-Government Survey 2022: The Future of Digital Government*. UN DESA, New York.
- Yusmanizar; Djalil, Nur Alim; Yulhaidir; Alyas. 2023. "Developing E-Government Policy through Social Media Platform in Makassar City, Indonesia." *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 13, No. 3. Universitas Fajar, Makassar.
- Zharfan, Selby Zahirah; Rudiana; Centia, Selvi. 2024. "Perencanaan Komunikasi Pemerintahan dalam Pengelolaan Konten Media Sosial untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Diskominfo Jabar." *Responsive: Jurnal Pemikiran & Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora dan Kebijakan Publik*, Vol. 7, No. 4. Universitas Padjadjaran, Bandung