

Strategi Komunikasi Publik Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung melalui Media Sosial dalam Merespons Pola Konsumsi Informasi Generasi Z

Ririn Alfiyani (2216041096)

10 September 2025

Latar Belakang



Transformasi digital telah menggeser dominasi media konvensional, kini media sosial menjadi saluran utama komunikasi dan informasi publik.

Laporan Digital 2025: Indonesia oleh We Are Social dan Meltwater, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 143 juta orang, atau 50,2% dari total populasi. YouTube (81%), Instagram (74%), TikTok (64%), dan Facebook (61%)

Generasi Z (1997–2012) adalah pengguna dominan
YouGov, 2025: 61% pengguna harian media sosial berasal dari Gen Z
GoodStats, 2025: 81% Gen Z aktif di Instagram, 70% di TikTok, 69% di YouTube

Nurmalia dkk. (2024) menunjukkan bahwa Gen Z di Bandar Lampung memiliki gaya hidup digital yang kuat dan lebih memilih aktivitas praktis melalui smartphone, termasuk dalam mengakses informasi.

Putri dkk. (2023) juga menemukan bahwa Gen Z di Semarang lebih memilih Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sumber informasi.

Urgensi dan Lokus Penelitian

Peraturan Gubernur No. 59 Tahun 2021 Diskominfo Provinsi Lampung merupakan instansi yang bertanggung jawab atas komunikasi dan informasi publik daerah. Namun, jika strategi komunikasi publik yang dijalankan tidak adaptif terhadap karakter Gen Z, maka pemerintah berisiko kehilangan koneksi dengan kelompok yang paling berpengaruh di ruang digital, sehingga pesan-pesan publik bisa diabaikan, partisipasi sosial menurun, dan kepercayaan terhadap institusi melemah.

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi publik melalui media sosial yang dirancang dan diimplementasikan oleh Diskominfo Provinsi Lampung dalam merespons karakteristik dan perilaku konsumsi informasi Generasi Z?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi komunikasi publik melalui media sosial yang diterapkan oleh Diskominfo Provinsi Lampung dalam merespons karakteristik dan perilaku konsumsi informasi Generasi Z

Manfaat Penelitian

Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi publik dalam Ilmu Administrasi Negara, khususnya terkait strategi adaptif untuk Generasi Z.

Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan pendekatan yang lebih efektif, relevan, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z dalam penyampaian informasi melalui media sosial.



Penelitian Terdahulu

Dian Yusuf, dkk. (2025) menemukan bahwa strategi komunikasi oleh Humas Kemen PPPA berbasis data melalui riset, perencanaan digital multi-platform, diseminasi konten edukatif, pemanfaatan komunikator kunci, dan evaluasi sistematis, terbukti efektif dalam mendukung layanan SAPA 129.

Aldi Pranata Lubis (2025) menyimpulkan bahwa strategi komunikasi melalui Instagram oleh Dinas Perpustakaan Riau efektif dalam menyampaikan informasi publik secara bertahap.

Hanif Ahda & Februr Rozi (2022) menemukan bahwa strategi kolaboratif dengan komunitas lokal dan media sosial berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat serta memperkuat citra wisata Kampar.



Landasan Teori

Konsep Komunikasi

Menurut Hafied Cangara, komunikasi adalah pernyataan antar manusia yang berisi tentang pikiran dan perasaan dengan menggunakan bahasa yang di dalamnya terdapat pesan, dan orang yang menerima pesan.

Unsur-unsur Komunikasi

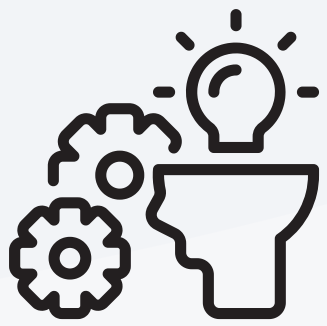
Menurut Laswell dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: sumber, pesan saluran atau media, penerima dan efek

Strategi Komunikasi

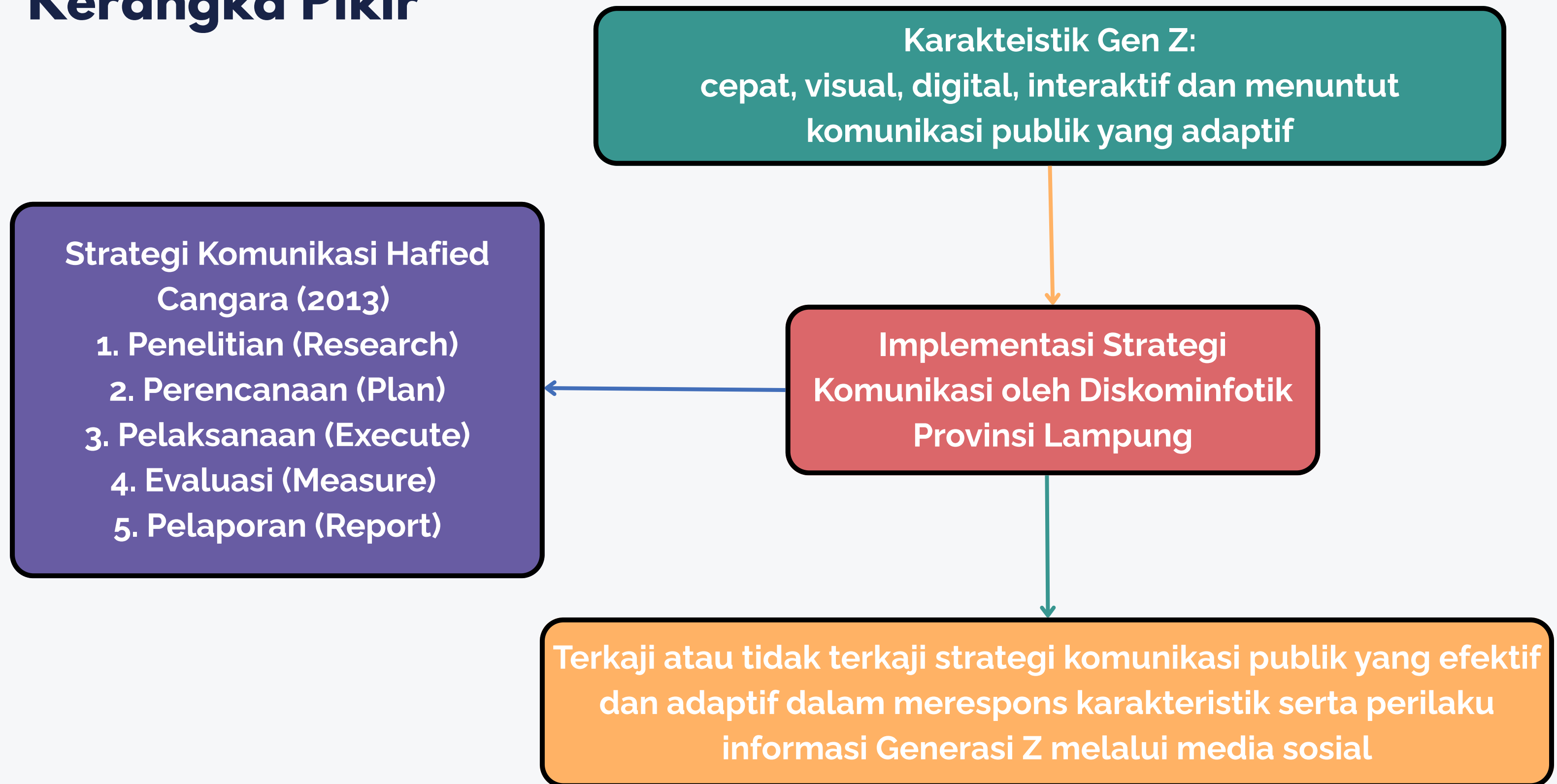
Menurut Onog Uchajana Effendy, Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Teori yang digunakan : Strategi Komunikasi oleh Hafied Cangara (2013)





Kerangka Pikir



Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Kualitatif deskriptif



Informan Penelitian

Kunci: Kepala Bidang PLIP
Tambahan: Staf pengelola media sosial



Lokasi Penelitian

Kantor Diskominfo Provinsi Lampung



Teknik Pengumpulan Data

Observasi: Aktivitas media sosial Diskominfo
Wawancara: Tidak terstruktur, dengan informan terkait
Dokumentasi: Laporan, arsip digital



Sumber Data Penelitian

Primer: Wawancara dengan Kepala Bidang PLIP dan staf media sosial
Sekunder: Dokumen resmi, arsip digital,



Validitas Data

Triangulasi, membandingkan data dari berbagai informan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi.



Terima Kasih

