

**EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PEMERINTAH DAERAH
LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT**

Skripsi

Oleh :

SEFIRA ALYA PUTRI

NPM : 2456041035



**ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PEMERINTAH DAERAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT

Oleh :

SEFIRA ALYA PUTRI

Pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah merupakan strategi penting dalam membangun komunikasi publik yang efektif dan partisipatif di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi publik Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan analisis terhadap data aktivitas komunikasi digital pemerintah daerah, seperti frekuensi unggahan, interaksi publik, dan respons pemerintah pada platform media sosial resmi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik melalui media sosial tergolong efektif, ditandai dengan meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam bentuk komentar, tanggapan, serta partisipasi terhadap program dan kebijakan pemerintah. Faktor yang paling berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi adalah kejelasan pesan, konsistensi informasi, dan interaktivitas pemerintah dengan masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial berperan strategis sebagai sarana komunikasi dua arah yang mampu memperkuat kepercayaan dan partisipasi publik terhadap kinerja Pemerintah Daerah Lampung.

Kata kunci: komunikasi publik, efektivitas, media sosial, pemerintah daerah, partisipasi Masyarakat.

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF THE LAMPUNG REGIONAL GOVERNMENT'S PUBLIC COMMUNICATION STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA IN INCREASING COMMUNITY PARTICIPATION

BY:

SEFIRA ALYA PUTRI

The utilization of social media by local governments has become an essential strategy in building effective and participatory public communication in the digital era. This study aims to analyze the effectiveness of the public communication strategy of the Lampung Regional Government through social media in enhancing community participation. A descriptive quantitative approach was applied by analyzing digital communication activities, including posting frequency, public engagement, and government responsiveness on official social media platforms.

The results indicate that the public communication strategy through social media is effective, as reflected in the increasing community engagement through comments, feedback, and participation in government programs and policies. The most influential factors affecting communication effectiveness include message clarity, information consistency, and interactivity between the government and the public. This study concludes that social media serves as a strategic two-way communication tool that strengthens public trust and participation in the performance of the Lampung Regional Government.

Keywords: *public communication, effectiveness, social media, local government, community participation*

BAB I PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan terhadap cara pemerintah berinteraksi dengan masyarakat. Pemerintah kini dituntut untuk tidak hanya transparan dan akuntabel, tetapi juga mampu membangun komunikasi publik yang cepat, terbuka, dan interaktif. Salah satu media yang paling berpengaruh dalam mewujudkan hal tersebut adalah media sosial, yang telah menjadi sarana utama penyebaran informasi publik di berbagai daerah di Indonesia.

Media sosial memberikan ruang komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Pemerintah dapat menyampaikan informasi kebijakan, program, dan kegiatan secara real time, sementara masyarakat dapat memberikan tanggapan, kritik, maupun dukungan langsung. Menurut data We Are Social dan Meltwater (2024), pengguna media sosial di Indonesia mencapai 181 juta jiwa atau sekitar 65,9% dari total populasi, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Fakta ini menunjukkan besarnya potensi media sosial sebagai sarana komunikasi publik pemerintah yang efektif dalam menjangkau masyarakat luas.

Pemerintah Daerah Lampung merupakan salah satu instansi yang aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram (@pemprov.lampung), Facebook (Pemerintah Provinsi Lampung), dan X (Twitter) sebagai saluran komunikasi publik. Akun-akun tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan gubernur, kebijakan publik, serta program pembangunan daerah. Namun demikian, tingginya aktivitas komunikasi digital belum tentu mencerminkan efektivitas komunikasi publik yang dilakukan. Berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat keterbatasan interaksi antara pemerintah dan masyarakat, di mana tingkat respons publik (seperti komentar dan tanggapan) masih relatif rendah dibandingkan dengan jumlah pengikut akun resmi pemerintah.

Menurut Supriyanto, Nuryanti, dan Noegroho (2024), efektivitas komunikasi publik pemerintah daerah di media sosial sangat dipengaruhi oleh kejelasan pesan, kesesuaian konten dengan kebutuhan masyarakat, serta interaktivitas dalam menyampaikan informasi. Sementara itu, Kohar et al. (2025) menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang efektif tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas pesan

dan kemampuan pemerintah menanggapi aspirasi publik secara cepat dan tepat. Dalam konteks serupa, Amalia (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh lembaga publik dapat meningkatkan partisipasi masyarakat apabila diiringi dengan strategi komunikasi yang konsisten dan terbuka.

Berdasarkan data dan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Daerah Lampung memiliki potensi besar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui strategi komunikasi publik yang efektif di media sosial. Namun, efektivitas strategi tersebut perlu dikaji secara sistematis untuk mengetahui sejauh mana media sosial berperan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah daerah.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis efektivitas strategi komunikasi publik Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang menilai hubungan antara strategi komunikasi digital pemerintah dan tingkat partisipasi masyarakat di ruang digital.

1.2.RUMUS MASALAH

- 1.2.1. Bagaimana strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial?
- 1.2.2. Sejauh mana efektivitas strategi komunikasi publik Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat?
- 1.2.3. Faktor apa saja yang memengaruhi efektivitas strategi komunikasi publik melalui media sosial terhadap partisipasi masyarakat?

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial.
2. Mengukur tingkat efektivitas strategi komunikasi publik Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi publik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

1.4.MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang ilmu administrasi publik, khususnya dalam aspek komunikasi publik dan inovasi digital pemerintahan. Selain itu, hasil penelitian dapat memperkuat teori-teori mengenai efektivitas komunikasi, strategi komunikasi digital, serta partisipasi masyarakat dalam konteks pemerintahan daerah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Pemerintah Daerah Lampung dalam mengoptimalkan strategi komunikasi publik melalui media sosial agar lebih interaktif dan partisipatif. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi instansi pemerintah lain dalam merancang strategi komunikasi publik berbasis digital yang lebih efektif.

1.5. BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini terarah dan tidak meluas, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial resmi, seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter).
2. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis efektivitas komunikasi publik yang diukur melalui aspek kejelasan pesan, konsistensi informasi, interaktivitas, dan responsivitas pemerintah terhadap masyarakat.
3. Partisipasi masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini dibatasi pada bentuk keterlibatan digital, seperti komentar, tanggapan, berbagi informasi (share), dan dukungan terhadap program pemerintah di media sosial.
4. Data yang digunakan bersumber dari data sekunder dan hasil observasi digital (analisis konten media sosial), tanpa melibatkan penyebaran kuesioner atau wawancara langsung.
5. Penelitian ini tidak membahas efektivitas komunikasi publik pada platform non-digital atau media massa konvensional.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Konsep Komunikasi Publik Pemerintah

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan kepada masyarakat untuk mencapai pemahaman bersama mengenai kebijakan publik, pelayanan, dan pembangunan. Dalam konteks administrasi publik, komunikasi bukan hanya soal penyebaran informasi, tetapi juga alat membangun partisipasi dan legitimasi sosial terhadap program pemerintah.

Menurut Supriyanto, Nuryanti, dan Noegroho (2024), komunikasi publik yang efektif menuntut pemerintah untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik masyarakatnya. Pesan publik harus dikemas dengan jelas, konsisten, dan relevan agar dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat luas. Ketika komunikasi bersifat terbuka dan dua arah, maka hubungan antara pemerintah dan warga menjadi lebih partisipatif serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah daerah.

Di era digital, komunikasi publik telah bertransformasi dari model *top-down* menjadi model *interactive governance*, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga aktor aktif yang memberikan umpan balik. Perubahan pola ini memperkuat peran komunikasi publik sebagai salah satu pilar utama tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel.

2.2.Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah

Strategi komunikasi publik merupakan upaya sistematis pemerintah dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pesan serta media komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pemerintahan daerah, strategi komunikasi diperlukan agar informasi publik tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat.

Menurut Zainal (2018), strategi komunikasi pemerintah daerah yang efektif harus memperhatikan tiga aspek utama: (1) kredibilitas sumber informasi, (2) kesesuaian media dengan karakteristik khalayak, dan (3) tingkat keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi. Di wilayah pedesaan, misalnya, Zainal menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi yang bersifat humanis, empatik, dan kontekstual agar pesan pemerintah lebih mudah diterima masyarakat akar rumput.

Sementara itu, Yolanda, Harlyanti, dan Fitri (2025) menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi publik juga bergantung pada integritas pejabat publik dalam menyampaikan pesan. Dalam kasus DPRD Deli Serdang, efektivitas komunikasi publik terbukti meningkat ketika pesan pemerintah dikemas dengan transparansi dan disertai data konkret mengenai dampak pembangunan daerah. Hal ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang berbasis integritas dan kejelasan pesan mampu meningkatkan efektivitas kebijakan publik.

2.3. Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Pemerintah

Media sosial telah menjadi saluran utama komunikasi publik pemerintah di era digital. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), dan YouTube, pemerintah dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat tanpa batas ruang dan waktu. Data dari We Are Social dan Meltwater (2024) menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 181 juta jiwa, atau sekitar 65,9% dari total populasi nasional. Angka ini menjadikan media sosial sebagai medium strategis untuk memperluas jangkauan komunikasi publik pemerintah.

Menurut Supriyanto et al. (2024), media sosial bukan sekadar alat penyampaian informasi, tetapi juga sarana pelayanan publik dan partisipasi warga. Pemerintah daerah yang aktif di media sosial dapat meningkatkan efektivitas komunikasi publik apabila mampu mengelola pesan secara konsisten, interaktif, dan responsif terhadap aspirasi masyarakat.

Di Provinsi Lampung, Pemerintah Daerah telah memanfaatkan akun resmi seperti Instagram @pemprov.lampung dan Facebook Pemerintah Provinsi Lampung untuk menyosialisasikan program prioritas seperti *Smart City Lampung*, *Gerakan Lampung Sehat*, dan *Lampung Berjaya*. Namun, berdasarkan hasil observasi awal (2024), tingkat *engagement* masyarakat masih fluktuatif: dari 200.000 pengikut akun resmi, hanya sekitar 2–4% pengguna yang aktif memberikan komentar atau berbagi unggahan. Fakta ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi digital belum sepenuhnya optimal dan perlu strategi penguatan interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

2.4. Partisipasi Masyarakat dalam Komunikasi Publik

Partisipasi masyarakat merupakan indikator utama keberhasilan komunikasi publik. Menurut Umayasari dan Amantha (2025), partisipasi warga melalui media digital tidak hanya sebatas keterlibatan simbolik, tetapi juga berdampak langsung terhadap akuntabilitas publik dan proses perumusan kebijakan daerah. Studi mereka di Lampung menemukan bahwa warga yang aktif

berdiskusi dan memberi masukan melalui kanal digital pemerintah menunjukkan tingkat kepercayaan dan kepedulian yang lebih tinggi terhadap kinerja pemerintah daerah.

Dalam konteks Pemerintah Daerah Lampung, partisipasi masyarakat dapat terlihat melalui interaksi digital seperti komentar, tanggapan, *like*, atau *share* terhadap unggahan program pemerintah. Meskipun bentuk partisipasi ini bersifat sederhana, namun memiliki nilai strategis karena mencerminkan kesadaran publik terhadap isu-isu pembangunan dan keterbukaan pemerintah daerah terhadap kritik dan aspirasi publik.

Lebih jauh, Zainal (2018) menegaskan bahwa komunikasi publik yang bersifat persuasif dan dialogis mampu menumbuhkan partisipasi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Pemerintah harus menempatkan masyarakat bukan hanya sebagai objek pembangunan, tetapi juga sebagai subjek yang berperan aktif dalam setiap tahap kebijakan.

2.5.Efektivitas Komunikasi Publik Pemerintah Daerah

Efektivitas komunikasi publik dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan pesan pemerintah dalam mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan, yaitu meningkatnya pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat terhadap kebijakan publik. Menurut Supriyanto et al. (2024), efektivitas komunikasi publik dapat diukur melalui empat dimensi:

1. Kejelasan pesan (*message clarity*) – sejauh mana informasi pemerintah mudah dipahami masyarakat;
2. Konsistensi informasi (*message consistency*) – keterpaduan pesan antarplatform;
3. Interaktivitas (*interactivity*) – tingkat keterlibatan masyarakat dalam komunikasi dua arah; dan
4. Responsivitas (*responsiveness*) – kecepatan dan ketepatan tanggapan pemerintah terhadap aspirasi publik.

Dalam penelitian Yolanda et al. (2025), komunikasi publik yang berbasis data konkret dan keterbukaan informasi terbukti meningkatkan efektivitas pembangunan daerah, karena masyarakat merasa dilibatkan secara nyata dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, efektivitas komunikasi publik Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial dapat dinilai dari kemampuan pemerintah menyampaikan pesan secara jelas, menjaga konsistensi konten, serta menumbuhkan interaksi yang produktif dengan masyarakat.

2.6. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan landasan konseptual yang menggambarkan hubungan logis antara teori, konsep, dan variabel yang digunakan dalam penelitian. Melalui kerangka berpikir, peneliti dapat menjelaskan bagaimana teori-teori yang relevan dihubungkan untuk menjawab permasalahan penelitian secara sistematis.

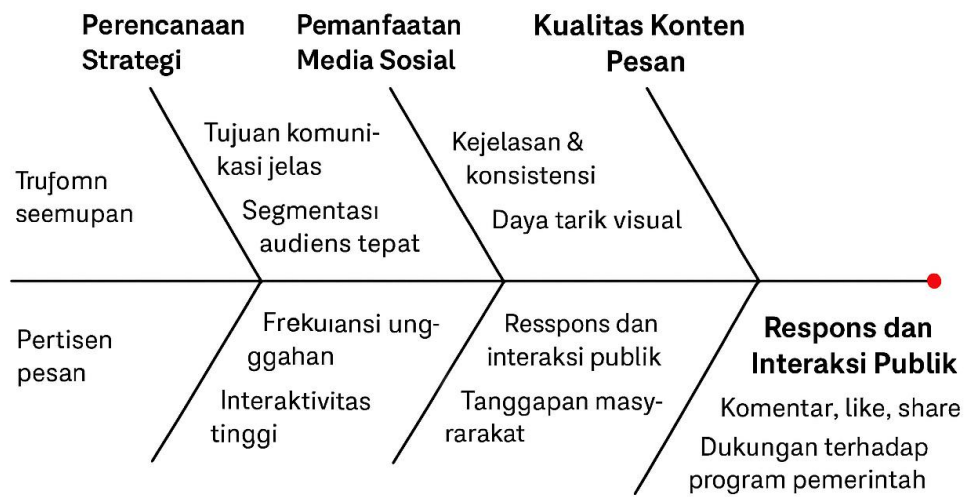
Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa efektivitas komunikasi publik pemerintah daerah tidak hanya bergantung pada frekuensi penyampaian informasi, tetapi juga pada strategi komunikasi yang tepat, kualitas pesan, dan kemampuan pemerintah memanfaatkan media digital sebagai sarana interaksi dua arah dengan masyarakat. Pemerintah Daerah Lampung sebagai lembaga publik memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang transparan, partisipatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai kanal komunikasi publik yang memungkinkan pemerintah menjangkau masyarakat secara lebih luas, cepat, dan interaktif. Namun demikian, efektivitas komunikasi publik melalui media sosial sangat bergantung pada bagaimana strategi komunikasi tersebut dirancang dan dijalankan. Menurut Supriyanto, Nuryanti, dan Noegroho (2024), keberhasilan komunikasi publik pemerintah daerah di media sosial dipengaruhi oleh kejelasan pesan, keterbukaan informasi, serta tingkat responsivitas terhadap masyarakat.

Selanjutnya, Zainal (2018) menegaskan bahwa strategi komunikasi yang baik harus mencakup perencanaan pesan, pemilihan media yang sesuai, serta upaya untuk membangun hubungan timbal balik dengan publik. Dalam kaitannya dengan peningkatan partisipasi masyarakat, Umayasari dan Amantha (2025) menambahkan bahwa komunikasi digital yang efektif dapat memperkuat akuntabilitas pemerintah daerah dan mendorong keterlibatan warga dalam proses kebijakan.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, peneliti menyusun kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antara strategi komunikasi publik, media sosial sebagai saluran komunikasi, efektivitas komunikasi publik, dan partisipasi masyarakat. Hubungan antar variabel tersebut dapat digambarkan dalam bentuk tabel dan diagram fishbone berikut yang menjelaskan alur berpikir penelitian ini :

Meningkatkan Partisipasi Masyarakat melalui Efektivitas Strategi Komunikasi Publik Pemerintah Daerah Lampung di Media Sosial



BAB III METODE PENELITIAN

3.1.3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan mengukur sejauh mana efektivitas strategi komunikasi publik yang dijalankan oleh Pemerintah Daerah Lampung melalui media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengolahan data numerik yang bersumber dari aktivitas komunikasi digital (seperti jumlah pengikut, komentar, likes, share, dan tingkat interaksi masyarakat pada konten yang diunggah oleh pemerintah daerah di media sosial).

Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif deskriptif berfungsi untuk menggambarkan fenomena sosial berdasarkan data kuantitatif yang kemudian dianalisis secara statistik sederhana agar dapat memberikan interpretasi objektif. Dalam konteks ini, peneliti tidak melakukan observasi langsung ke lapangan atau wawancara, melainkan menganalisis data yang tersedia di platform digital dan artikel ilmiah terkait.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Pemerintah Provinsi Lampung, khususnya pada aktivitas komunikasi publik yang dilakukan melalui akun resmi media sosial seperti Instagram (@lampungprov), Facebook (Pemerintah Provinsi Lampung), dan X/Twitter (@lampungprov). Data dikumpulkan dari periode Januari 2024 hingga Agustus 2025, yaitu masa ketika aktivitas komunikasi publik melalui media sosial semakin meningkat, terutama dalam konteks sosialisasi kebijakan daerah, informasi pelayanan publik, dan promosi program pembangunan.

Pemilihan waktu dan lokasi digital ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Pemerintah Daerah Lampung merupakan salah satu pemerintah provinsi yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah dengan masyarakat. Berdasarkan data dari We Are Social (2025), tingkat penetrasi media sosial di Indonesia mencapai 79,5% dari total populasi, yang menandakan media sosial menjadi sarana komunikasi publik yang sangat relevan untuk dianalisis efektivitasnya.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah tersedia, tanpa melakukan pengumpulan data langsung di lapangan. Sumber data sekunder terdiri atas:

Data Media Sosial Pemerintah Daerah Lampung Meliputi data interaksi digital seperti jumlah tayangan, komentar, jumlah pengikut, engagement rate, dan respons masyarakat terhadap unggahan di media sosial resmi pemerintah provinsi.

Artikel dan Publikasi Ilmiah Artikel ilmiah yang digunakan antara lain:

1. Zainal (2018) yang menyoroti strategi komunikasi pemerintah daerah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pedesaan.
2. Supriyanto, Nuryanti, & Noegroho (2024) yang membahas efektivitas komunikasi publik melalui media sosial instansi pemerintah daerah.
3. Umayasari & Amantha (2025) yang meneliti partisipasi warga Lampung melalui media digital dan dampaknya terhadap akuntabilitas kebijakan publik.
4. Yolanda, Harlyanti, & Fitri (2025) yang menekankan pentingnya integritas dan strategi komunikasi dalam efektivitas pembangunan daerah.

Dokumen dan Laporan Pemerintah Seperti laporan Bappenas (2021) mengenai digitalisasi pelayanan publik serta laporan Dinas Kominfo Lampung terkait statistik interaksi digital masyarakat.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Observasi Digital (Digital Observation) Peneliti mengamati aktivitas komunikasi publik pemerintah daerah melalui akun media sosial resmi. Observasi ini meliputi:
 2. Jenis konten yang diunggah (informasi, edukasi, promosi, atau interaksi publik).
 3. Frekuensi unggahan per minggu/bulan.
 4. Bentuk keterlibatan masyarakat (komentar, likes, repost, atau partisipasi dalam kampanye digital).
5. Contoh: pada unggahan Instagram “Sosialisasi Lampung Smart City 2025”, peneliti mencatat adanya 5.420 views, 870 likes, dan 132 komentar dengan topik dominan tentang kemudahan akses layanan digital.
6. Dokumentasi

Mengumpulkan data dari dokumen digital seperti artikel jurnal, laporan tahunan Dinas Kominfo, dan publikasi resmi di situs web pemerintah daerah.

Analisis Statistik Sederhana Menggunakan data interaksi media sosial untuk menghitung tingkat efektivitas komunikasi publik dengan rumus engagement rate:

$$\text{Engagement Rate} = \frac{(\text{Like} + \text{Comment} + \text{Share})}{\text{Jumlah Pengikut}} \times 100\%$$

Misalnya, jika satu unggahan mendapat 1.200 interaksi dari 20.000 pengikut, maka tingkat keterlibatan publik mencapai 6%. Data seperti ini kemudian dibandingkan antarperiode untuk melihat peningkatan atau penurunan efektivitas komunikasi publik.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Tujuannya adalah untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi publik pemerintah daerah berdasarkan indikator kuantitatif yang tampak pada aktivitas media sosial. Langkah-langkah analisis sebagai berikut:

1. Kategorisasi Data-Data dikategorikan menjadi:
 - a. Frekuensi unggahan
 - b. Jenis konten (informasi, edukatif, promosi kebijakan)
 - c. Respons masyarakat (jumlah komentar dan sentimen positif/negatif)
2. Analisis Engagement dan Capaian Komunikasi Menganalisis seberapa jauh masyarakat berpartisipasi secara digital, misalnya dengan mengikuti kampanye pemerintah, menyebarkan informasi, atau memberikan umpan balik terhadap program publik.
3. Interpretasi Data-Data numerik dijelaskan secara naratif untuk menggambarkan efektivitas komunikasi publik. Misalnya, peningkatan jumlah interaksi sebesar 25% dalam tiga bulan terakhir menunjukkan peningkatan efektivitas strategi komunikasi yang digunakan pemerintah daerah.
4. Validasi Data Sekunder Data yang diperoleh dari media sosial dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Supriyanto et al. (2024) dan Umayasari & Amantha (2025) untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan.

Variabel	Indikator	Sumber Data	Teknik Analisis
Efektivitas	Engagement rate,	Media sosial	Analisis statistik
	jangkauan	Pemda	deskriptif

komunikasi publik	audiens, frekuensi unggahan	Lampun	
Strategi komunikasi publik	Jenis pesan, media yang digunakan, pola interaksi	Akun media sosial resmi	Analisis isi (content analysis)
Partisipasi masyarakat	Komentar, share, tag, kampanye digital	Interaksi pengguna media sosial	Persentase dan tren digital participation

3.6. Etika Penelitian

Penelitian ini tidak melibatkan manusia secara langsung, sehingga tidak memerlukan izin etis lapangan. Namun, seluruh data yang digunakan bersumber dari media sosial dan publikasi terbuka yang dapat diakses publik. Peneliti memastikan:

1. Tidak menyebarluaskan data pribadi individu pengguna media sosial.
2. Menyebutkan sumber data secara transparan.
3. Menggunakan data sesuai dengan etika akademik dan ketentuan hak cipta.\

DAFTAR PUSTAKA :

- Bappenas. (2020). *Pedoman Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
<https://sdgs.bappenas.go.id/pedoman-sdgs/>
- Bappenas. (2021). *Laporan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) di Indonesia 2021*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
<https://sdgs.bappenas.go.id/laporan-pencapaian-2021/>
- Kominfo Provinsi Lampung. (2024). *Laporan Tahunan Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung Tahun 2024*. Bandar Lampung: Pemerintah Provinsi Lampung.
<https://diskominfofik.lampungprov.go.id/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 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.
<https://doi.org/10.55681/innovative.v4i4.2471>
- Umayasari, U., & Amantha, G. K. (2025). *Partisipasi Warga Melalui Media Digital dan Implikasinya terhadap Akuntabilitas serta Perumusan Kebijakan Pemerintah Daerah di Lampung*. *Journal of Administration, Governance, and Political Issues*, 2(1), 109–124.
<https://doi.org/10.56789/jagpi.v2i1.56>
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. We Are Social Global Digital Report.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Yolanda, A., Harlyanti, A. A., & Fitri, M. (2025). *Penguatan Strategi Komunikasi dan Integritas dalam Meningkatkan Efektivitas Pembangunan Daerah (Studi Kasus: DPRD Deli Serdang)*. *Journal of Science and Social Research*, 8(1), 479–484.
<https://doi.org/10.54314/jssr.v8i1.2083>
- Zainal, A. G. (2018). *Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan*. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*,

3(1).

<https://doi.org/10.20527/metacom.v3i1.5468>