
STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DAERAH MELALUI FUNGSI HUMAS DAN PROTOKOL DI KOTA CIREBON

Muhamad Habibie^a, Hudi Santoso^b

^{a b} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: muhamad23habibie@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintah dalam meningkatkan efektivitas hubungan dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan komunikasi publik yang kompleks di era digital dan urbanisasi yang pesat, khususnya di lingkungan Pemerintah Kota Cirebon. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, partisipasi langsung, serta studi pustaka, yang dilakukan selama tiga bulan masa magang di Sekretariat Daerah Kota Cirebon. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi hambatan-hambatan struktural dan kultural dalam komunikasi pemerintahan, serta menawarkan solusi yang berbasis pada pendekatan kolaboratif dan teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup komunikasi terpadu dengan pemanfaatan media sosial, situs resmi, aplikasi layanan publik, hingga forum partisipatif. Kendala utama yang dihadapi mencakup keterbatasan anggaran, struktur birokrasi yang rumit, rendahnya literasi digital masyarakat, serta regulasi komunikasi yang ketat. Perbandingan dengan sektor swasta menunjukkan bahwa sektor pemerintahan memerlukan strategi yang lebih adaptif dan akuntabel. Novelty dari penelitian ini terletak pada pendekatan terintegrasi antara fungsi humas dan protokol dalam satu kerangka komunikasi publik, serta analisis komparatif yang memberikan perspektif baru bagi pengembangan strategi komunikasi di sektor pemerintahan daerah.

Kata Kunci: strategi humas, komunikasi pemerintahan, protokol, komunikasi digital.

ABSTRACT

This study aims to deeply analyze the communication strategies used by the local government to enhance public engagement and information dissemination. The research is motivated by the increasing complexity of public communication in the digital era and the challenges brought by rapid urbanization in Cirebon City. The study employs a descriptive-qualitative approach with data collection techniques including field observation, in-depth interviews, direct participation, and literature review, conducted over a three-month internship at the Regional Secretariat of Cirebon City. This research contributes by identifying both structural and cultural barriers in government communication and offering adaptive, collaborative, and technology-based solutions. The findings reveal that the communication strategies implemented by the local government consist of integrated communication through social media, official websites, public service applications, and participatory forums. The main obstacles faced include limited budget, bureaucratic complexity, low public digital literacy, and strict regulations on government communication. Compared to the private sector, public communication strategies require higher levels of neutrality, accountability, and responsiveness. Novelty of this research lies in its integrated approach to the roles of public relations and protocol within a unified public communication framework, as well as a comparative analysis with private sector practices. This provides a fresh perspective for developing more adaptive and professional communication strategies in local government institutions.

Keywords: public relations strategy, government communication, protocol, digital communication.

PENDAHULUAN

Globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi organisasi publik (Depa, 2009). Di tengah meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap transparansi dan partisipasi, komunikasi publik menjadi instrumen utama dalam membangun kepercayaan antara pemerintah dan warga negara. Pemerintah tidak lagi sekadar menjadi penyampai informasi, tetapi juga dituntut untuk menjadi fasilitator komunikasi dua arah yang akuntabel dan responsif. Komunikasi yang efektif harus memperhatikan kompleksitas audiens dan konteks sosial yang dinamis. Dalam teori komunikasi organisasi, Robbins dan Judge menyebutkan bahwa organisasi publik memiliki tingkat kompleksitas komunikasi yang lebih tinggi karena melibatkan berbagai kepentingan, regulasi, dan struktur birokrasi (Robbins & Judge, 2013; Zamzami & Sahana, 2021). Pemerintah juga diharuskan menjaga netralitas informasi sesuai prinsip Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, yang mempertegas pentingnya penyampaian informasi yang transparan namun tetap terkendali secara etika dan hukum.

Praktiknya keterbukaan informasi publik di Indonesia masih menghadapi tantangan serius. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), dari 369 badan publik yang dimonitor, hanya 37,7% yang memperoleh kategori informatif dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik (BPS, 2023). Fakta ini menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga pemerintah masih belum optimal dalam menerapkan prinsip transparansi dan komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Untuk memahami dinamika hubungan antara pemerintah dan publik, penelitian ini menggunakan pendekatan teori *Two-Way Symmetrical Communication Model* yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (Rizkiyana et al., 2024). Model ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang antara organisasi dan publik, di mana pesan tidak hanya disampaikan tetapi juga dipertukarkan untuk membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang (Grunig & Hunt, 1984). Dalam konteks pemerintah daerah, pendekatan ini menjadi relevan karena menuntut strategi komunikasi yang partisipatif, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat yang beragam.

Teknologi informasi menawarkan peluang sekaligus tantangan dalam komunikasi pemerintahan. Media sosial, situs *web*, dan platform layanan publik digital telah menjadi alat penting dalam menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Namun, Ring dan Perry menjelaskan bahwa organisasi sektor publik cenderung lebih lambat dalam beradaptasi terhadap inovasi digital karena keterikatan pada regulasi dan kurangnya fleksibilitas dalam pengambilan keputusan komunikasi (Ring & Perry, 1985). Hal ini membedakan secara signifikan antara strategi komunikasi di sektor pemerintahan dan swasta. Kota Cirebon sebagai wilayah urban yang sedang berkembang menghadapi tantangan komunikasi yang kompleks. Urbanisasi, heterogenitas penduduk, dan meningkatnya kebutuhan informasi publik menempatkan Pemerintah Kota Cirebon pada posisi yang menuntut strategi komunikasi yang lebih adaptif. Dalam hal ini, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) memainkan peran strategis dalam menyampaikan kebijakan publik serta membangun citra pemerintah yang kredibel dan inklusif.

Penelitian yang dilakukan oleh Jakarta Consulting Group menunjukkan bahwa humas pemerintah harus lebih berhati-hati dalam membangun *branding*, karena bertanggung jawab atas reputasi keseluruhan institusi publik (Jakarta Consulting Group, 2025). *Branding* yang terlalu agresif seperti di sektor swasta berpotensi menimbulkan persepsi negatif terhadap netralitas pemerintah. Oleh karena itu, komunikasi publik pemerintah perlu memadukan pendekatan informatif, edukatif, dan partisipatif untuk menjaga integritas dan kepercayaan masyarakat.

Kesenjangan penelitian sebelumnya yang belum banyak menyoroti sinergi antara fungsi kehumasan dan protokol di pemerintahan daerah menjadi dasar utama dilakukannya penelitian ini. Kebanyakan studi sebelumnya cenderung memisahkan peran protokol dan humas, padahal dalam praktik kelembagaan khususnya di pemerintahan daerah seperti Kota Cirebon, kedua fungsi ini beririsan dan dapat saling memperkuat dalam membangun citra institusi serta menjalin komunikasi dua arah yang efektif. Pendekatan integratif ini belum banyak dieksplorasi dalam literatur komunikasi pemerintahan kontemporer, terutama dalam konteks Indonesia.

Kebaruan lainnya terletak pada kerangka teoritik dan metodologis yang digunakan. Dengan mengadopsi pendekatan *Two-Way Symmetrical Communication Model* dari Grunig dan Hunt secara praktis dalam konteks lokal dan dikombinasikan dengan pengamatan langsung selama masa magang di lapangan, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dan aplikatif terhadap studi komunikasi publik. Penelitian ini juga menyuguhkan analisis mendalam mengenai kendala struktural, kultural, dan digital yang menghambat efektivitas komunikasi pemerintahan, serta menawarkan solusi strategis berbasis digitalisasi dan partisipasi publik.

Penelitian ini memosisikan Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) tidak hanya sebagai fungsi administratif, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam membentuk opini publik dan memperkuat demokrasi lokal melalui komunikasi yang responsif dan transparan. Dengan demikian, artikel ini memperluas cakrawala akademik tentang transformasi peran komunikasi pemerintahan di era digital dan urbanisasi cepat, serta membuka jalan bagi penelitian lanjutan tentang desain model komunikasi publik yang lebih adaptif, inklusif, dan kolaboratif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi pemerintah daerah, khususnya pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Sekretariat Daerah Kota Cirebon. Penelitian dilaksanakan selama empat bulan, mulai 20 Januari hingga 30 April 2025, berlokasi di Kantor Sekretariat Daerah Kota Cirebon, Jalan Siliwangi No. 84, Kejaksan, Jawa Barat. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi lapangan dan partisipasi langsung dalam kegiatan keprotokolan serta komunikasi publik, serta data sekunder dari dokumen resmi, laporan instansi, arsip kegiatan, dan literatur akademik relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, sedangkan analisis data menggunakan proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan secara naratif deskriptif untuk menemukan pola strategi komunikasi serta hambatan yang dihadapi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta uji *credibility*, *dependability*, *transferability*, dan *confirmability*, dengan melibatkan member *checking* kepada informan untuk memastikan temuan yang dihasilkan merepresentasikan kondisi lapangan secara objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Cirebon dalam Bidang Protokol dan Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Pemerintah Kota Cirebon telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam upaya menciptakan komunikasi yang lebih terpadu, partisipatif, dan adaptif terhadap kemajuan teknologi digital. Pendekatan komunikasi terpadu terlihat melalui penggunaan berbagai saluran komunikasi yang efektif, seperti media sosial (Instagram, Facebook), situs web resmi pemerintah, kolaborasi dengan media lokal, serta forum tatap muka langsung dengan masyarakat (Putri & Sutarjo, 2023).

Berdasarkan hasil observasi lapangan, akun resmi Instagram @prokompimcirebon telah memiliki lebih dari 2.837 pengikut dengan rata-rata 5-7 unggahan per minggu. Setiap unggahan berisi dokumentasi kegiatan pimpinan daerah, pengumuman kebijakan, hingga konten edukatif terkait pelayanan publik. Rata-rata tingkat interaksi (*engagement*) per unggahan mencapai 200-300 tanggapan publik, yang menunjukkan adanya partisipasi aktif masyarakat terhadap informasi yang disebarluaskan pemerintah.

Praktik ini menggambarkan implementasi prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* dari Grunig & Hunt (1984), yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara organisasi publik dan masyarakat. Pemerintah Kota Cirebon tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima umpan balik publik melalui kolom komentar dan pesan langsung di media sosial.

Hal ini menunjukkan adanya proses komunikasi timbal balik, meski belum sepenuhnya terstruktur. Pendekatan partisipatif juga terlihat dari kegiatan “Sapa Warga”, di mana masyarakat

dan Forkopimda berdiskusi langsung mengenai isu perkotaan. Kegiatan ini dilakukan setiap satu bulan dua kali dan diliput oleh tim Prokompim untuk dipublikasikan melalui kanal digital pemerintah. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Cutlip et al. (2013), bahwa keberhasilan komunikasi publik ditentukan oleh keterlibatan aktif masyarakat dalam proses penyampaian dan evaluasi informasi.

Strategi komunikasi digital Prokompim diarahkan pada pembangunan komunikasi yang bermakna (*meaningful communication*). Konten media sosial kini lebih komunikatif dan visual, menggunakan teknik *storytelling*, infografis, dan video pendek berdurasi 30–60 detik untuk menjangkau masyarakat muda (Bahri et al., 2022). Salah satu contoh penerapan strategi ini adalah unggahan kampanye #CirebonBersih yang dipublikasikan pada 8 Maret 2025. Konten tersebut menampilkan video pendek berdurasi 60 detik dengan narasi edukatif tentang kebersihan lingkungan, yang berhasil menjangkau lebih dari 337 suka dan 12 komentar. Pendekatan visual ini terbukti lebih efektif menarik perhatian masyarakat dibandingkan unggahan berbasis teks formal yang sebelumnya sering digunakan oleh instansi pemerintah. Dengan pendekatan ini, Prokompim berupaya meninggalkan pola komunikasi birokratis dan menggantinya dengan gaya yang lebih humanis.

Selain itu, kolaborasi dengan media lokal dan komunitas digital Cirebon (seperti Info Cirebon) menjadi strategi memperluas jangkauan informasi dan membangun kepercayaan publik. Kolaborasi lintas kanal ini menunjukkan upaya pemerintah untuk menciptakan ekosistem komunikasi publik yang kolaboratif dan transparan.

Strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Prokompim tidak hanya berorientasi pada kecepatan distribusi informasi, tetapi juga diarahkan pada pembangunan komunikasi yang bermakna. Konten media sosial dirancang agar komunikatif, informatif, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat modern melalui penggunaan *storytelling*, infografis, dan narasi visual yang menarik (Bahri et al., 2023). Dengan memanfaatkan pendekatan yang humanis dan visual, humas pemerintah mulai meninggalkan pola komunikasi birokratis yang kaku, menuju pola yang lebih emosional dan kontekstual.

Kolaborasi dengan media lokal, komunitas digital, dan tokoh masyarakat menjadi bagian dari strategi memperluas jangkauan informasi dan memperkuat legitimasi institusi. Bentuk kolaboratif ini tidak hanya memperkuat pesan pemerintah, tetapi juga menciptakan ekosistem komunikasi publik yang sehat dan akuntabel. Dengan demikian, upaya Pemerintah Kota Cirebon dalam mengembangkan komunikasi publik telah bergerak ke arah yang lebih progresif dan menjawab kebutuhan masyarakat digital secara menyeluruh.

2. Tantangan Strategi Komunikasi di Lingkungan Pemerintah Daerah

Tantangan dalam pelaksanaan strategi komunikasi di lingkungan pemerintah daerah tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersumber dari akar struktural yang mendalam. Pada tantangan utama yang dihadapi oleh Prokompim adalah keterbatasan birokrasi, sumber daya manusia, dan anggaran komunikasi publik. Observasi peneliti menunjukkan bahwa proses unggahan konten di media sosial pemerintah membutuhkan waktu validasi berjenjang, mulai dari staf redaksi hingga kepala bagian. Proses ini menyebabkan keterlambatan publikasi rata-rata 1–3 hari setelah kegiatan berlangsung.

Birokrasi yang kompleks dan berjenjang menyebabkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan, terutama dalam situasi krisis yang membutuhkan respons cepat. Prosedur administrasi yang panjang menghambat distribusi informasi secara *real-time*, yang dalam banyak kasus menyebabkan pemerintah kehilangan momentum dalam membentuk opini publik atau menanggapi isu-isu sensitif. Kondisi ini menandakan adanya kesenjangan antara kebutuhan komunikasi masyarakat modern yang dinamis dengan mekanisme komunikasi pemerintah yang masih konvensional.

Kondisi keterlambatan publikasi informasi yang dihadapi Prokompim sejalan dengan temuan literatur yang menunjukkan bahwa birokrasi yang kompleks dan prosedur validasi internal sering kali menjadi hambatan signifikan dalam komunikasi publik pemerintahan di era digital.

Penelitian oleh Persia dan Chariuni (2023) menemukan bahwa tekanan komunikasi digital dan kebutuhan akan keterbukaan informasi melalui media sosial menimbulkan tantangan tersendiri bagi aparat pemerintah dalam menyusun dan menyampaikan pesan secara cepat dan responsif, terutama ketika alur keputusan yang berjenjang memperlambat proses publikasi konten. Hal ini menegaskan bahwa tanpa perbaikan mekanisme internal yang mengutamakan *real-time communication* dan fleksibilitas struktur organisasi, pemerintah berisiko kehilangan momentum penting untuk membentuk opini publik dan merespons isu yang berkembang secara cepat.

Salah satu contoh nyata dari kendala komunikasi yang terjadi di lapangan adalah saat pelaksanaan kegiatan *Eman Ning Mimi*, sebuah acara interaksi antara pemerintah dan para ibu sepuh di Kota Cirebon. Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Wakil Wali Kota, Asisten Kesejahteraan Rakyat (Aspemkesra), dan sejumlah warga lanjut usia. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan masyarakat, ditemukan adanya miskomunikasi terkait jadwal pelaksanaan dan rundown acara. Seorang warga menyatakan, “Saya mengetahui acara Eman Ning Mimi melalui tetangga saya secara mulut ke mulut antar warga dan juga RT RW setempat, dan kurang jelas mengenai rundown acara ini.” Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi masih bersifat pasif dan tidak dua arah, di mana masyarakat harus mencari tahu sendiri informasi terkait kegiatan tersebut.

Minimnya pemanfaatan media sosial dan media massa sebagai alat utama penyebaran informasi sebelum acara menjadi salah satu akar persoalan. Pemerintah seharusnya menjadikan platform digital sebagai saluran strategis dalam menyampaikan informasi publik, tidak hanya untuk dokumentasi pasca-acara (Nugraha et al., 2022). Refleksi dari kasus ini memperkuat pentingnya komunikasi publik yang proaktif dan berbasis kebutuhan audiens, sebagaimana disampaikan oleh Grunig dan Hunt dalam pendekatan *Two-Way Symmetrical Communication*, yang mendorong komunikasi timbal balik untuk membangun kepercayaan dan partisipasi publik (Grunig & Hunt, 1984). Jika strategi komunikasi hanya dilakukan secara satu arah dan tidak menyentuh kanal yang digunakan mayoritas masyarakat, maka potensi keterlibatan publik akan semakin rendah. Ini menjadi pelajaran penting bahwa keberhasilan acara bukan hanya diukur dari partisipasi saat berlangsung, tetapi juga dari proses komunikasi sebelum dan sesudahnya.

Tantangan operasional juga menjadi perhatian utama. Keterbatasan anggaran di bidang komunikasi publik berdampak langsung pada rendahnya kualitas produksi konten, terbatasnya pelatihan SDM komunikasi, serta minimnya dukungan teknologi. Padahal, untuk menghasilkan konten komunikasi yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas, dibutuhkan sumber daya yang memadai baik dari sisi teknis maupun kreativitas. Kekurangan dalam aspek ini membuat banyak kampanye komunikasi pemerintah terasa monoton, tidak responsif, dan kurang *engaging* di mata publik yang sudah terbiasa dengan konten digital yang atraktif dan interaktif.

Hasil observasi langsung peneliti selama kegiatan magang menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh tim Protokol dan Komunikasi Pimpinan sering kali dihadapkan pada dinamika birokrasi internal. Misalnya, setiap konten yang hendak dipublikasikan di akun Instagram resmi pemerintah harus melalui proses validasi berjenjang, mulai dari penyusunan narasi oleh staf media, pengecekan redaksional oleh bagian humas, hingga persetujuan akhir oleh kepala bagian. Hal ini menunjukkan bahwa hambatan komunikasi di sektor publik tidak selalu berasal dari kurangnya teknologi, tetapi juga dari regulasi internal yang belum adaptif. Proses seperti ini berdampak pada lambatnya penyampaian informasi *real-time*, yang sebenarnya menjadi tuntutan komunikasi publik di era digital.

Tantangan eksternal lainnya adalah rendahnya literasi digital masyarakat, yang menyebabkan kesenjangan penerimaan informasi antara pemerintah dan warga. Meskipun pemerintah daerah sudah memanfaatkan berbagai platform digital, tidak semua masyarakat mampu mengakses dan memanfaatkan informasi secara optimal. Ini mempersempit efektivitas komunikasi digital yang seharusnya menjangkau lebih luas. Kurangnya inovasi dalam kanal komunikasi, ditambah literasi publik yang rendah, menciptakan hambatan ganda dalam membangun komunikasi yang efektif.

Literatur menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis mengakses teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman kritis terhadap konten digital, yang pada akhirnya memengaruhi partisipasi masyarakat dalam komunikasi publik. Penelitian Achmad Buchori menegaskan bahwa literasi digital merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam sosialisasi pembangunan melalui media sosial, karena masyarakat yang melek digital cenderung lebih aktif dalam berinteraksi, memberikan umpan balik, serta menyebarkan informasi positif yang berkaitan dengan kebijakan publik dan program pemerintahan (Buchori, A. 2018). Upaya meningkatkan literasi digital masyarakat perlu dilandasi oleh strategi edukatif dan akses informasi yang inklusif, sehingga kanal komunikasi digital pemerintah dapat benar-benar menjangkau seluruh segmen masyarakat tanpa diskriminasi.

Dilema strategis antara inovasi dan kepatuhan menjadi persoalan yang melekat dalam tubuh humas pemerintah. Sebagaimana dicatat oleh Humas Indonesia dan Jakarta Consulting Group, humas sektor publik berada di bawah tekanan untuk menghadirkan komunikasi yang inovatif tanpa melanggar batas netralitas dan regulasi (Humas Indonesia, 2021a; Jakarta Consulting Group, 2025). Dalam konteks ini, upaya untuk bereksperimen dengan gaya komunikasi yang lebih kreatif dan adaptif sering kali terbentur oleh kewajiban hukum dan etika. Untuk itu, solusi strategis diperlukan melalui penyederhanaan regulasi, pelatihan intensif, dan kolaborasi lintas sektor yang dapat memperkuat kapasitas pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang tidak hanya patuh terhadap aturan, tetapi juga selaras dengan kebutuhan komunikasi digital masa kini.

3. Perbandingan Strategi Komunikasi Pemerintah dan Sektor Swasta

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Cirebon melalui Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) memiliki karakter yang berbeda dengan komunikasi di sektor swasta. Jika sektor swasta berorientasi pada keuntungan ekonomi, maka komunikasi pemerintah daerah berorientasi pada pelayanan publik, transparansi, dan peningkatan partisipasi masyarakat. Hasil observasi menunjukkan bahwa Prokompim mulai mengadopsi beberapa prinsip efektivitas komunikasi dari sektor swasta, khususnya dalam hal kecepatan respon, konsistensi pesan, dan visualisasi konten digital.

Dalam pengelolaan akun media sosial resmi, Prokompim menerapkan pola komunikasi yang lebih interaktif dengan memanfaatkan visual grafis dan narasi ringan agar mudah dipahami oleh masyarakat luas. Pendekatan ini mencerminkan upaya pemerintah untuk mengadaptasi gaya komunikasi yang komunikatif dan humanis tanpa kehilangan prinsip formalitas institusional. Seorang staf humas menyebutkan, “Kami mulai meniru cara penyajian konten media swasta agar lebih menarik, tapi tetap menjaga bahasa yang sopan dan netral.”

Temuan empiris menunjukkan bahwa upaya adaptasi gaya komunikasi pemerintah menuju model yang lebih interaktif dan humanis bukan hanya tren pragmatis semata tetapi juga strategi komunikasi publik yang semakin relevan dalam era digital. Studi oleh Aji, Sukardani, Setianingrum, dan Indrajayani (2023) menegaskan bahwa interaktivitas pada media sosial pemerintah termasuk penggunaan visual grafis, dialog dua arah, serta konten yang mudah dipahami dapat meningkatkan layanan publik, transparansi, serta hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah yang menerapkan prinsip komunikasi publik modern mencakup respons cepat, keterlibatan warga, dan desain pesan yang relevan dengan audiens akan mampu menjembatani kesenjangan persepsi antara kebutuhan publik dan citra lembaga, sekaligus menguatkan legitimasi institusi dalam jangka panjang.

Perbandingan antara kedua sektor ini menjadi relevan dalam konteks pembelajaran strategi komunikasi. Pemerintah Kota Cirebon tidak meniru strategi pemasaran swasta seperti promosi atau branding komersial, melainkan mengambil unsur strategis seperti *responsiveness* dan *engagement building* guna meningkatkan efektivitas penyampaian kebijakan publik. Hal ini sejalan dengan temuan Nugraha et al. (2021) bahwa komunikasi pemerintah perlu mengadopsi fleksibilitas dan kreativitas dalam merancang pesan agar mampu beradaptasi dengan perilaku komunikasi masyarakat digital, tanpa meninggalkan prinsip transparansi dan etika pelayanan publik.

Fokus utama strategi komunikasi Pemerintah Kota Cirebon bukan pada membangun citra merek sebagaimana di sektor swasta, tetapi membangun citra kelembagaan yang kredibel dan partisipatif. Pendekatan ini sesuai dengan model *Two-Way Symmetrical Communication* dari Grunig dan Hunt (1984), di mana komunikasi dilakukan secara timbal balik dan berorientasi pada kepercayaan publik. Keseimbangan antara inovasi dan kehati-hatian menjadi kunci agar strategi komunikasi pemerintah tetap adaptif di era digital, sekaligus menjaga nilai-nilai etis komunikasi publik yang berlandaskan akuntabilitas dan netralitas.

4. Integrasi Fungsi Humas dan Protokol dalam Komunikasi Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara fungsi kehumasan dan protokoler dalam struktur Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Pemerintah Kota Cirebon menghasilkan efisiensi dan kohesivitas dalam tata kelola komunikasi publik. Fungsi kehumasan tidak lagi berperan sebagai pelengkap kegiatan protokoler, tetapi telah melebur dalam kerangka kerja protokol yang lebih strategis. Peran ini terlihat dalam pengelolaan narasi acara resmi, penyusunan agenda komunikasi pimpinan, hingga publikasi kegiatan pemerintahan melalui berbagai kanal digital. Pendekatan ini selaras dengan kerangka *Strategic Public Relations Management* dari Heni Indrayani dan kawan-kawan yang menekankan bahwa humas bukan hanya sebagai juru bicara, melainkan sebagai aktor strategis dalam pengelolaan reputasi organisasi publik (Indrayani et al., 2020).

Integrasi tersebut juga memungkinkan proses komunikasi publik menjadi lebih selaras antara bentuk simbolik dan substansi pesan yang disampaikan. Misalnya, setiap kegiatan protokoler seperti pelantikan pejabat, peresmian proyek, atau kunjungan kerja, dikemas dengan narasi komunikasi yang memperkuat citra kepemimpinan daerah. Hal ini mencerminkan bahwa humas tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membingkai pesan secara komunikatif agar mudah dipahami dan diterima oleh publik. Dalam konteks ini, kehumasan berfungsi sebagai pengelola makna publik (*public meaning manager*) yang menjembatani antara kegiatan simbolik dan ekspektasi masyarakat.

Peran humas berkembang dari sekadar kegiatan teknis menjadi perancang strategi komunikasi jangka panjang, termasuk dalam konteks pengelolaan krisis dan penguatan opini publik. Integrasi dengan fungsi protokol turut memperkuat koordinasi lintas sektor, karena setiap kegiatan pimpinan daerah tidak hanya dikelola secara administratif, tetapi juga dipastikan memiliki dampak komunikasi yang terukur. Di era digital, sinergi ini mempercepat diseminasi informasi, menjaga konsistensi pesan, dan meminimalisir kesalahan komunikasi yang dapat berdampak pada kredibilitas institusi pemerintah.

Integrasi antara humas dan protokol di lingkup Prokompim Pemerintah Kota Cirebon tidak hanya memberikan efisiensi birokrasi, tetapi juga meningkatkan efektivitas komunikasi publik secara menyeluruh. Strategi ini juga memperlihatkan bagaimana komunikasi pemerintahan modern harus mampu menyeimbangkan antara aspek fungsional, simbolik, dan strategis dalam menyampaikan kebijakan publik (Harahap et al., 2024). Melalui kolaborasi yang harmonis ini, pemerintah daerah dapat membangun legitimasi yang lebih kuat, citra yang positif, serta memperkuat hubungan emosional antara pemerintah dan masyarakat secara berkelanjutan.

5. Inovasi dan Adaptasi Komunikasi Pemerintah Kota Cirebon

Keterbatasan birokrasi dan anggaran, Pemerintah Kota Cirebon terus menunjukkan inovasi dalam strategi komunikasinya dengan mengoptimalkan media sosial sebagai saluran utama penyampaian informasi publik. Perubahan ini mencerminkan adanya pergeseran paradigma dari komunikasi yang bersifat satu arah menjadi model komunikasi interaktif dan dua arah yang partisipatif. Kanal digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dimanfaatkan tidak hanya untuk menyampaikan informasi resmi, tetapi juga untuk membangun narasi komunikasi yang lebih humanis dan inklusif. Strategi ini sesuai dengan pendekatan *Two-Way Symmetrical Communication* (Grunig & Hunt, 1984), di mana pemerintah berupaya menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dengan masyarakat.

Keterlambatan dalam publikasi konten, observasi juga mengungkapkan bahwa strategi komunikasi digital Pemerintah Kota Cirebon melalui *platform* Instagram masih belum optimal dalam menciptakan interaksi dua arah dengan masyarakat. Salah satu kelemahan yang menonjol adalah minimnya penggunaan teknik persuasif dalam penulisan *caption*, seperti ajakan untuk berdiskusi, memberikan komentar, atau menyampaikan opini di kolom komentar. Padahal, interaksi semacam ini sangat penting dalam membangun keterlibatan (*engagement*) publik yang lebih tinggi. Tidak hanya itu, fitur-fitur interaktif yang disediakan Instagram seperti *Instagram Stories (snapgram)*, *polling*, stiker pertanyaan, maupun *live report*, belum dimanfaatkan secara maksimal oleh admin Prokompim. Fitur-fitur tersebut sejatinya dapat menjadi sarana efektif untuk membangun komunikasi dua arah secara langsung dan *real-time*, sekaligus memperlihatkan citra pemerintah yang responsif dan terbuka terhadap masukan masyarakat. Ketidakaktifan dalam memanfaatkan fitur-fitur ini berpotensi menurunkan dinamika komunikasi digital serta melemahkan persepsi publik terhadap keseriusan pemerintah dalam membangun kedekatan secara virtual.

Pendekatan digital ini diperkuat dengan penggunaan konten berbasis visual dan *storytelling* yang edukatif. Pemerintah Kota Cirebon mulai mengembangkan teknik komunikasi modern, seperti siaran langsung kegiatan pimpinan daerah, *polling* daring, serta kampanye publik dengan memanfaatkan tagar (*hashtag*) yang relevan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat. Konten-konten yang diproduksi disesuaikan dengan segmentasi audiens agar lebih komunikatif dan dapat diterima oleh berbagai kelompok usia, latar belakang, dan tingkat literasi digital. Melalui strategi ini, komunikasi publik tidak hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga media penguatan hubungan emosional antara pemerintah dan warga.

Inovasi komunikasi ini turut melibatkan kemitraan strategis dengan media lokal, komunitas digital, dan kreator konten sebagai bagian dari ekosistem informasi publik. Pemerintah menyadari bahwa efektivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh pengirim pesan, melainkan juga oleh jaringan distribusi informasi yang kredibel dan dekat dengan masyarakat. Melalui kolaborasi ini, masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek pasif, melainkan sebagai mitra aktif yang turut menyebarkan, mengomentari, bahkan memvalidasi informasi yang beredar.

Temuan ini sejalan dengan kajian akademik yang menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang kolaboratif dan interaktif dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi publik terhadap pemerintah, khususnya ketika pemerintah menggunakan fitur-fitur digital interaktif seperti *polling* daring, siaran langsung, *hashtag*, serta kemitraan dengan komunitas digital dan kreator konten. Sebagai contoh, penelitian terbaru oleh (Salsabila et al., 2024) menunjukkan bahwa kolaborasi pemerintah dengan *influencer* media sosial (*social media influencer/SMI*) terbukti memperluas jangkauan pesan komunikasi publik dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program-program pemerintahan. Pendekatan semacam ini memungkinkan pemerintah untuk memposisikan masyarakat bukan hanya sebagai penerima pasif konten, tetapi sebagai mitra aktif dalam penyebaran, respons, dan validasi informasi publik, sehingga sinergi antara pemerintah dan publik menjadi lebih kuat dan kredibel di era digital.

Pemerintah Kota Cirebon mulai menerapkan pendekatan *data-driven communication*, yaitu strategi komunikasi berbasis analisis data interaksi daring. Dengan memanfaatkan data statistik keterlibatan masyarakat di media sosial, pemerintah dapat melakukan evaluasi dan penyesuaian pesan secara *real-time*. Berdasarkan hasil analisis internal yang dilakukan oleh tim Prokompim pada Agustus 2024, jenis konten dengan format video pendek memperoleh tingkat interaksi tertinggi (rata-rata 350 tanggapan), sedangkan unggahan berbasis teks hanya mencapai sekitar 80 tanggapan. Data ini menjadi dasar evaluasi bagi pemerintah dalam menentukan format komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau masyarakat digital. Strategi ini memungkinkan pemerintah untuk lebih responsif terhadap isu-isu yang berkembang, serta menyusun agenda komunikasi yang lebih tepat sasaran. Transformasi menuju komunikasi yang adaptif dan responsif ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penyampaian informasi, tetapi juga menjadi fondasi komunikasi publik yang lebih demokratis, transparan, dan berorientasi pada pelayanan.

Tantangan dalam komunikasi langsung dengan masyarakat, hasil observasi juga menunjukkan adanya kendala teknis dalam pengelolaan komunikasi digital, khususnya dalam proses publikasi kegiatan pemerintahan melalui media sosial. Dalam beberapa kasus, seperti kegiatan resmi yang dilaksanakan pada pukul 14.00, informasi mengenai acara tersebut baru dipublikasikan oleh tim admin Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) dua hingga tiga hari setelahnya. Keterlambatan ini disinyalir akibat lamanya proses editing visual, penyusunan narasi caption, serta tidak adanya alur kerja publikasi yang terstandar dengan baik. Salah satu staf Prokompim menjelaskan, “Kadang konten sudah siap sejak hari kegiatan, tapi kami masih menunggu verifikasi dari kepala bagian sebelum bisa diunggah. Itu sebabnya kadang informasi baru tayang dua hari kemudian.” Kutipan ini menggambarkan adanya hambatan birokratis yang memperlambat arus informasi publik di media sosial, sehingga perlu adanya kebijakan percepatan alur publikasi untuk menjaga relevansi pesan. Akibatnya, fungsi media sosial sebagai kanal komunikasi real-time menjadi tidak optimal. Padahal, salah satu kekuatan utama media digital terletak pada kecepatan distribusi informasi dan daya jangkauannya. Ketidaktepatan waktu dalam publikasi juga berdampak pada menurunnya engagement masyarakat serta kehilangan momen untuk membangun citra positif secara cepat dan strategis. Oleh karena itu, diperlukan SOP yang jelas mengenai waktu publikasi, manajemen konten berbasis kalender editorial, dan peningkatan kapasitas SDM dalam pengelolaan media sosial instansi pemerintah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Pemerintah Kota Cirebon telah mengalami perkembangan yang progresif menuju model komunikasi pemerintahan yang lebih modern. Transformasi tersebut mencakup pemanfaatan berbagai media digital dan forum publik untuk menyampaikan informasi secara terbuka dan mendorong partisipasi masyarakat. Fungsi humas telah berkembang dari yang bersifat administratif menjadi peran strategis dalam mengelola citra, membangun kepercayaan publik, dan menjembatani kepentingan antara warga dan pemangku kebijakan. Hal ini menjadikan komunikasi pemerintah lebih responsif, interaktif, dan adaptif terhadap dinamika teknologi informasi.

Integrasi antara kehumasan dan protokoler menjadi keunggulan tersendiri dalam menciptakan komunikasi publik yang kohesif. Humas tidak lagi hanya berperan dalam dokumentasi kegiatan, tetapi juga menyusun narasi strategis, mengelola isu publik, serta mendukung agenda protokoler sebagai instrumen komunikasi simbolik yang berkontribusi pada pembentukan citra institusional. Meskipun strategi komunikasi sektor publik menghadapi berbagai batasan seperti regulasi ketat, birokrasi, dan keterbatasan anggaran, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kreatif dan kolaboratif tetap dapat dijalankan secara efektif, asalkan sejalan dengan nilai-nilai pelayanan publik dan transparansi.

Temuan lapangan menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang berbasis data, pengembangan konten visual, serta kemitraan dengan komunitas lokal dan media digital dalam menjawab keterbatasan sumber daya. Prokompim menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi pemerintah bukan hanya ditentukan oleh kelengkapan teknis, melainkan oleh ketajaman strategi, keberanian berinovasi, dan kemampuan membaca kebutuhan masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi pemerintah daerah agar tetap relevan, berkelanjutan, dan akuntabel di tengah tantangan zaman yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). *Interactivity on government social media to improve public services*. COMMENTATE: Journal of Communication Management, 4(1), 12–23. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Bahri, S., Harahap, R. R., Hajrah, R., Maulana, S., & Suhairi, S. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital: Studi Kasus dari Berbagai Industri. *Jurnal*

- Pendidikan Tambusai*, 7(2), 14374–14379.
- Bahri, F., Nugraha, R., & Kurniawan, T. (2022). *Digital Storytelling sebagai Strategi Komunikasi Pemerintahan di Era Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 45–59.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *BPS Informatif dalam Keterbukaan Informasi Publik*. <https://www.bps.go.id/id/news/2023/12/19/544/bps-informatif-dalam-keterbukaan-informasi-publik.html>
- Buchori, A. (2018). *Pentingnya literasi digital untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam sosialisasi pembangunan melalui media sosial*. *OMNICOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 11–16.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations*. 11th Ed. Pearson Education.
- Depa, Y. K. (2009). *Dampak dan Konsekuensi Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Blogspot. <https://qtin6po3nya.blogspot.com/?zx=9ea15987338c7e32>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart, and Winston.
- Harahap, A. A., Mailin, & Tanjung, M. (2024). Model Komunikasi Pemerintah dalam Mensosialisasikan dan Mewujudkan Program Padang Lawas Beriman, Cerdas, Sehat, Sejahtera, dan Berbudaya. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i5.2523>
- Humas Indonesia. (2021a). *Mencermati 4 Perbedaan Humas Swasta dan Pemerintah*. [Humasindonesia.id. https://www.humasindonesia.id/berita/mencermati-4-perbedaan-humas-swasta-dan-pemerintah-2131](https://www.humasindonesia.id/berita/mencermati-4-perbedaan-humas-swasta-dan-pemerintah-2131)
- Indrayani, H., Nurlita, R., & Fitriani, J. D. (2020). Manajemen Strategis Public Relations Teori dan Praktik Corporate dan Government Public Relations. In *PR Indonesia*. PT Media Piar Indonesia.
- Jakarta Consulting Group. (2025). *Pemimpin di Sektor Publik vs Privat: Apa yang Berbeda?* Jakarta Consulting Group. <https://jakartaconsulting.com/id/pemimpin-di-sektor-publik-vs-privat-apa-yang-berbeda>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Public. *PROfesi Humas*, 6(2), 286–310. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Nugraha, R., Wibowo, A., & Prasetyo, D. (2021). *Optimalisasi Komunikasi Pemerintah Melalui Media Sosial di Era Digital*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(2), 135–147.
- Persia, L. R., & Chariuni, D. (2023). *Tekanan komunikasi digital dalam pengelolaan media sosial pemerintah daerah dalam implementasi keterbukaan informasi publik*. *Jurnal Penelitian Inovatif*, Vol. XX, hlm. xx–xx. <https://doi.org/10.54082/jupin.1608>
- Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198–3205. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1587>
- Ring, P. S., & Perry, J. L. (1985). Strategic Management in Public and Private Organizations: Implications of Distinctive Contexts and Constraints. *The Academy of Management Review*, 10(2), 276. <https://doi.org/10.2307/257969>
- Rizkiyana, H., Alviaro Samanda, G., & Mega Handika, W. (2024). Pendekatan Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam Mengatasi Gap Komunikasi antar Generasi melalui Instagram. *Communicator Sphere*, 4(2), 106–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.55397/cps.v4i2.117>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. Pearson Education Limited.
- Salsabila, O. L., Hastjarjo, S., & Satyawan, I. A. (2024). *Government public relations strategy in the digital age: Social media influencer (SMI) collaboration in building community participation in Madiun Regency*. *Informasi*, 54(1), 89–104. <https://doi.org/10.21831/informasi.v54i1.70577>
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(1), 25–35