

ANALISIS KOMUNIKASI PEMERINTAHAN BUPATI PARAMITHA WIDYA KUSUMA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Dea Fitriani¹, Arif Zainudin², Akhmad Habibullah³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Pancasakti, Tegal, Indonesia

Email: deafitrani@gmail.com

Diterima: 20 Agustus 2025 Direvisi: 28 Agustus 2025 Disetujui: 1 September 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi pemerintahan yang dibangun oleh Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, melalui media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik digital. Dalam era keterbukaan informasi, media sosial menjadi instrumen penting untuk menciptakan hubungan yang transparan, partisipatif, dan responsif antara pemerintah dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten berbasis teori komunikasi Harold D. Lasswell. Data diperoleh dari sepuluh unggahan Instagram @kusumaparamithawidya yang dikoding menggunakan perangkat lunak NVivo 12, mencakup caption unggahan dan komentar masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur komunikasi seperti siapa komunikatornya, pesan yang disampaikan, saluran yang digunakan, penerima pesan, dan dampak yang ditimbulkan, membentuk narasi pemerintahan yang aktif, humanis, dan partisipatif. Interaksi masyarakat melalui komentar mencerminkan apresiasi, aspirasi, dan legitimasi terhadap kepemimpinan Bupati. Dengan demikian, Instagram berfungsi tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog dua arah yang memperkuat keterlibatan publik dalam pemerintahan lokal..

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Pemerintahan, Media Sosial

Abstract

This research aims to analyze the government communication patterns built by the Regent of Brebes, Paramitha Widya Kusuma, through Instagram social media as a means of digital public communication. In the era of information disclosure, social media is an important instrument to create transparent, participatory, and responsive relationships between the government and society. This research uses a descriptive qualitative approach with a content analysis method based on Harold D. Lasswell's communication theory. Lasswell's communication theory. Data were obtained from ten Instagram posts of @kusumaparamithawidya that were coded using NVivo 12 software, including post captions and public comments. The results show that communication elements such as who the communicator is, the message conveyed, the channel used, the recipient of the message, and the impact caused, form a narrative of an active, humanist, and participatory government. Community interaction through comments reflects appreciation, aspirations, and legitimization of the Regent's leadership. Thus, Instagram functions not only as a medium for disseminating information, but also as a two-way dialog space that strengthens public engagement in local governance.

Keywords: Instagram, Government Communication, Social Media

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Sebagaimana dijelaskan (Hanan Julia Harahap, 2018), komunikasi adalah proses pertukaran informasi secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan agar pesan dapat dipahami bersama, serta mampu mendorong terciptanya tindakan atau kesepahaman di antara individu. Melalui komunikasi, manusia tidak hanya berbagi informasi, tetapi juga membangun pengertian dan keterhubungan sosial untuk mendukung interaksi yang harmonis.

Pada dasarnya, komunikasi berjalan melalui serangkaian tahapan yang terus bergerak dan berkembang. Proses ini tidak bersifat tetap, melainkan mengalami perubahan seiring dengan dinamika kehidupan sosial, budaya, dan perkembangan teknologi (Abidin, 2021). Seiring perubahan tersebut, manusia dituntut menyesuaikan pola komunikasi agar tetap efektif. Oleh karena itu, memahami komunikasi sebagai proses dinamis menjadi penting dalam menjaga kohesi sosial di tengah masyarakat yang kompleks.

Fungsi komunikasi semakin jelas ketika merujuk pada pendapat Harold D. Lasswell dalam (Sari et al., 2018), ia mengungkapkan bahwa komunikasi memiliki tiga fungsi utama, yaitu memungkinkan manusia mengontrol lingkungan sekitar, beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi, serta meneruskan nilai-nilai dan budaya kepada generasi berikutnya. Ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar pertukaran pesan, melainkan pilar keberlangsungan sosial dan budaya.

Dalam kehidupan bermasyarakat, komunikasi memegang beberapa fungsi pokok. Pertama, sebagai sarana penyampaian pesan, yang memungkinkan ide, informasi, serta nilai disebarluaskan secara efektif, sehingga memperkecil risiko

kesalahpahaman dan memperkuat relasi sosial. Kedua, komunikasi berfungsi sebagai fondasi membangun relasi interpersonal maupun kelompok yang harmonis. Ketiga, komunikasi berperan dalam membentuk persepsi, di mana cara penyampaian pesan, pemilihan kata, dan media yang digunakan sangat mempengaruhi sudut pandang audiens (Ridha et al., 2025).

Bertolak dari pentingnya komunikasi dalam kehidupan sosial, perannya dalam pemerintahan juga sangat vital. Komunikasi pemerintahan merupakan komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi pemerintahan (Darma & Suyanto, 2020). Komunikasi pemerintahan adalah kemampuan aparatur negara dalam mengemas ide, gagasan, dan program-program yang dirancang, untuk kemudian diinformasikan kepada masyarakat secara sah, transparan, dan tidak melanggar hukum (Erliana Hasan, 2014). Komunikasi pemerintahan tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi alat strategis dalam membangun legitimasi dan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah.

Komunikasi pemerintahan efektif memungkinkan kebijakan publik dipahami dengan jelas, masyarakat diberdayakan untuk terlibat aktif, serta tercipta kepercayaan yang memperkuat dukungan terhadap program pemerintah. Komunikasi yang transparan membuka ruang partisipasi publik, mendorong masyarakat lebih terlibat dalam perumusan hingga evaluasi kebijakan (Bakri et al., 2023). Namun, perkembangan teknologi informasi modern menghadirkan tantangan baru bagi komunikasi pemerintahan. Kecepatan penyebaran informasi melalui media sosial, kemunculan hoaks, disinformasi, dan polarisasi opini menjadi ancaman yang harus dihadapi dengan strategi komunikasi yang adaptif, akurat, dan responsif (Kurniawati et al., 2023).

Dalam era keterbukaan informasi, pemerintah tidak lagi cukup hanya mengumumkan kebijakan, melainkan juga wajib menjelaskan latar belakang dan rasionalitasnya. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi pemerintahan bergantung pada kemampuannya membangun narasi yang jelas, jujur, dan mampu memperkuat kepercayaan publik. Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak besar terhadap perubahan pola komunikasi. Teknologi yang terus berkembang memungkinkan terjadinya perubahan besar dalam media komunikasi, dari pola konvensional berbasis media cetak, radio, dan televisi menuju komunikasi digital yang serba cepat, interaktif, dan masif.

Salah satu fenomena terpenting dari transformasi ini adalah lahirnya media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai platform daring yang memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai bentuk konten, mulai dari tulisan, gambar, hingga video (Wahyuni Purbohastuti, 2017). Kehadiran blog, jejaring sosial, forum diskusi, hingga dunia virtual menandai lahirnya ekosistem komunikasi digital yang menjadi bagian integral dari keseharian masyarakat modern.

Kehadiran media sosial merupakan konsekuensi logis dari kemajuan teknologi informasi (Nur et al., 2019). Media sosial merupakan media yang potensial dalam penyebaran informasi (Romadhoni et al., 2017). Dengan karakteristik interaktif, real-time, serta mampu menjangkau audiens secara massal, media sosial membentuk paradigma baru dalam hubungan sosial dan komunikasi publik. Pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen dan distributor konten, memungkinkan terjadinya dialog dua arah secara instan.

Transformasi media sosial ini mengubah cara lembaga, termasuk pemerintah, menyusun strategi

komunikasinya. Pemerintah kini memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan komunikasi, mempercepat penyebaran kebijakan, dan mendorong keterlibatan masyarakat secara lebih aktif. Pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi bukanlah hal baru untuk saat ini (Abidin & Soegiarto, 2021). Pemerintah di berbagai tingkatan menggunakan platform digital untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media sosial mempercepat arus informasi, membuka jalur interaksi langsung, dan memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam agenda pemerintahan.

Tujuan dari penggunaan media sosial dalam pemerintahan adalah untuk memudahkan interaksi dengan publik, menampung aspirasi masyarakat, serta sebagai wadah dalam mengenalkan dan mempublikasikan program dan kebijakan pemerintah (Abidin & Soegiarto, 2021). Ini menandakan pergeseran komunikasi pemerintahan dari pendekatan satu arah menjadi komunikasi dua arah yang partisipatif dan responsif. Penggunaan media sosial oleh pemerintah bukan hal baru, namun fungsinya telah bergeser dari propaganda menjadi komunikasi yang transparan dan melibatkan publik (Indah & Goeritman, 2021). Pemerintah tidak lagi hanya menyampaikan informasi, melainkan juga membangun dialog aktif dan memperkuat kepercayaan publik.

Berbagai platform seperti Instagram, X, dan TikTok menjadi pilihan utama dalam membangun komunikasi digital pemerintahan. Instagram, dengan kekuatan visualnya, efektif dalam menyampaikan informasi dalam bentuk foto, video pendek, maupun infografis. X mendukung komunikasi cepat dan update informasi real-time, sementara TikTok menawarkan pendekatan kreatif yang efektif menjangkau generasi muda. Kehadiran media sosial memberikan manfaat dalam meningkatkan interaksi sosial baik secara personal maupun dalam komunitas,

termasuk dalam bisnis maupun dalam pelaksanaan pemerintahan (Adhiatma & Mahmudah, 2023). Pemerintah melalui media sosial memperluas jaringan komunikasi, mempercepat pelayanan publik, dan memperkuat partisipasi masyarakat dalam pemerintahan (Karinda et al., 2024).

Kini pemerintahan, baik pusat atau daerah di Indonesia, mulai mengintegrasikan sistem informasi dan komunikasinya dengan sistem digital (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021). Integrasi ini bertujuan memperkuat transparansi, meningkatkan efisiensi pelayanan, serta memperdalam partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Namun demikian, media sosial juga membawa tantangan baru seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), risiko salah tafsir pesan, dan kebutuhan pengelolaan konten profesional (Eko Suharyanto & Faqihuddin, 2025). Oleh sebab itu, diperlukan strategi komunikasi yang matang serta pengelolaan media sosial yang terarah untuk membangun hubungan yang sehat dan produktif antara pemerintah dan masyarakat.

Saat ini, banyak pemerintah daerah di Indonesia yang aktif memanfaatkan Instagram sebagai salah satu kanal komunikasi publik mereka. Media ini sangat diminati semua kalangan dan hampir setiap orang diseluruh belahan dunia termasuk Indonesia menggunakan instagram ini (Sazali & Sukriah, 2021). Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social dan Meltwater (2025), jumlah pengguna Instagram di Indonesia sekitar 103 juta pengguna pada awal tahun 2025. Jangkauan iklan Instagram mencapai 36,3% dari total populasi nasional dan menjangkau 48,7% dari total pengguna internet di Indonesia. Popularitas Instagram tidak hanya karena kemampuannya dalam berbagi momen visual seperti foto dan video, tetapi juga

sebagai medium utama untuk tren gaya hidup serta pemasaran influencer.

Data ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat potensial bagi pemerintah untuk menjangkau publik secara luas, terutama dalam membangun komunikasi yang partisipatif dan responsif.. Keaktifan pemerintah daerah dalam menggunakan Instagram mencerminkan kesadaran akan pentingnya membangun kedekatan dengan masyarakat, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial. Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi pemerintahan secara menarik dan mudah diakses (Erina Maharani et al., 2020). Mulai dari promosi program pembangunan, penyuluhan kesehatan, hingga dokumentasi kegiatan resmi pemerintahan, semuanya dikemas melalui gambar, video pendek, dan fitur story. Tak hanya bersifat satu arah, Instagram juga membuka ruang interaksi langsung melalui kolom komentar, pesan langsung (DM), polling, serta sesi Q&A, yang memperkuat dialog dua arah antara pemerintah daerah dan masyarakat, mempercepat penyampaian aspirasi, serta meningkatkan transparansi pemerintahan.

Kabupaten Brebes merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang saat ini dipimpin oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma. Terpilih dalam Pemilu 2024, Paramitha menjadi sosok pemimpin muda yang dinilai adaptif terhadap perkembangan zaman, khususnya dalam hal penggunaan teknologi informasi. Dalam masa kepemimpinannya, beliau menunjukkan komitmen yang kuat untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi penulis terhadap akun Instagram resmi Bupati Brebes, @kusumaparamithawidya, yang diakses pada April 2025, tercatat bahwa akun tersebut memiliki sekitar 26.200 pengikut. Aktivitas akun menunjukkan

konsistensi dalam membagikan berbagai dokumentasi kegiatan pemerintahan, program sosial, serta aksi responsif terhadap isu-isu masyarakat. Interaksi publik yang tercermin dalam kolom komentar pada setiap unggahan menunjukkan partisipasi aktif masyarakat, dengan rata-rata jumlah komentar berkisar antara 10 hingga 270 komentar per postingan. Komentar yang masuk umumnya berisi dukungan terhadap program pemerintahan, saran pembangunan, serta keluhan terkait isu infrastruktur jalan, pengelolaan sampah, dan penanganan bencana alam.

Ciri khas komunikasi pemerintahan yang dibangun oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma melalui media sosial juga diperkuat dengan penggunaan slogan "Brebes Beres!", yang mencerminkan semangat pelayanan publik yang cepat, tuntas, dan responsif. Melalui akun Instagram-nya, Bupati aktif membagikan dokumentasi kegiatan resmi, program sosial, serta membuka ruang interaksi publik. Komentar masyarakat pada setiap unggahan mencerminkan tingginya partisipasi, yang tercermin dalam penyampaian aspirasi mengenai isu-isu seperti infrastruktur jalan, pengelolaan sampah, penanggulangan bencana, dan ketersediaan lapangan kerja.

Instagram sebagai media sosial visual yang interaktif kini dimanfaatkan secara strategis oleh pemerintah daerah, termasuk Bupati Brebes, untuk membangun kedekatan dengan masyarakat. Pemanfaatannya tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana partisipasi dan dialog publik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas komunikasi kepala daerah melalui media sosial Instagram. Misalnya studi oleh (Khasanah & Muttaqin, 2024) yang berjudul "Strategi Komunikasi Politik Bupati Grobogan Melalui Media Sosial

Instagram @Sumarnigrobogan" mengungkapkan bahwa akun @sumarnigrobogan didominasi oleh postingan tentang kegiatan pemerintahan seperti pembangunan infrastruktur dan acara sosial. Mereka juga menampilkan sosok bupati yang menanggapi keluhan warga seperti jalan yang rusak atau harga pupuk yang tinggi, yang pada akhirnya berhasil meningkatkan interaksi dan tindak lanjut kebijakan. Meski dengan 52,7 ribu pengikut yang relatif stabil. Demikian pula, penelitian oleh (Adnan Amiludin, 2024) yang berjudul "Komunikasi Politik Adnan Purichta Ichsan Dalam Membangun Citra Di Media Sosial Instagram Sebagai Bupati Kabupaten Gowa 2023-2024" menemukan bahwa strategi personal branding di @adnanpurichtaichsan menggunakan konten visual yang informatif dan interaktif, seperti sosialisasi program dan respons komentar, yang meningkatkan visibilitas di Sulawesi Selatan, tetapi kurang konsisten dalam menanggapi kritik, yang dapat mengganggu citra jangka panjang. Sementara itu, penelitian oleh (Lewenussa & Susanti, 2025) yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING BUPATI HENDY SISWANTO MELALUI AKUN INSTAGRAM @hendy_siswanto" menyoroti penggunaan narasi humanis dan visual yang konsisten di @hendy_siswanto untuk kegiatan lapangan dan kebijakan; ini selaras dengan teori personal branding Montoya untuk membangun kedekatan emosional, tetapi menghadapi tantangan seperti gaya komunikasi yang terlalu formal dan kesan pencitraan berlebihan yang membuat konten terlihat kurang asli. Meskipun penelitian-penelitian tersebut relevan karena sama-sama membahas

komunikasi kepala daerah di media sosial, namun fokusnya tidak secara langsung menelaah komunikasi pemerintahan sebagai proses penyampaian kebijakan, pelayanan publik, dan respons terhadap isu masyarakat. Selain itu, kajian tersebut belum mengintegrasikan kerangka teori komunikasi Harold D. Lasswell untuk menjelaskan secara sistematis hubungan antara komunikator, pesan, saluran, audiens, serta efek komunikasi dalam konteks pemerintahan. Dengan demikian, terdapat celah penelitian (research gap) tentang bagaimana kepala daerah menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemerintahan yang informatif, responsif, dan partisipatif. Celah ini menjadi dasar bagi penelitian ini untuk menganalisis pola komunikasi Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, melalui lima unsur utama dalam model Lasswell.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemerintahan yang dibangun oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma melalui media sosial Instagram. Fokus utama dari penelitian ini adalah pada bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi publik digital, serta ruang partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, kritik, dan masukan terhadap isu-isu pelayanan publik di Kabupaten Brebes.

KERANGKA TEORI

Model komunikasi Lasswell, yang juga dikenal sebagai Model Lasswell, adalah sebuah model komunikasi yang dirancang oleh Harold D. Lasswell, seorang ahli politik dan teoritis komunikasi dari Amerika Serikat, pada tahun 1948. Menurut Lasswell, komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan yang

dilakukan melalui media kepada komunika-
te yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi akan berlangsung dengan efektif jika melalui lima tahap. Tahap-tahap tersebut meliputi:

1. Who (Siapa/Sumber Pesan)

Komunikator adalah pihak atau individu yang memiliki kebutuhan untuk menyampaikan pesan. Komunikator dapat berupa seseorang, kelompok, organisasi, hingga suatu negara yang bertindak sebagai sumber informasi.

2. Say What (Apa yang Disampaikan/Pesan)

Elemen ini merujuk pada pesan yang dikirimkan oleh komunikator kepada penerima. Pesan tersebut merupakan serangkaian simbol verbal maupun nonverbal yang merepresentasikan maksud, gagasan, nilai, maupun perasaan komunikator. Pesan memiliki tiga unsur utama, yaitu makna yang ingin disampaikan, simbol-simbol sebagai media penyampaian, dan struktur atau bentuk penyajiannya.

3. In Which Channel (Melalui Saluran Apa/Media)

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran ini bisa bersifat langsung seperti komunikasi tatap muka, maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik, atau media lainnya.

4. To Whom (Kepada Siapa/Penerima)

Komunikan atau penerima adalah individu, kelompok, organisasi, atau negara yang menerima pesan dari komunikator.

5. With What Effect (Dengan Efek Apa)

Efek atau dampak adalah perubahan yang terjadi pada penerima pesan setelah memperoleh informasi dari sumber. Dampak ini dapat berupa perubahan sikap, peningkatan pengetahuan, maupun perubahan lainnya yang disebabkan oleh pesan yang diterima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten, yang bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi pemerintahan yang dibangun oleh Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, melalui media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna komunikasi secara mendalam dan kontekstual, berdasarkan pemahaman terhadap teks, simbol, dan interaksi dalam ruang digital. Menurut Lexy J. Moleong (2019) dalam (Ayunda Sari, 2021) pendekatan kualitatif berfungsi untuk memahami fenomena sosial dalam konteks tertentu secara menyeluruh, dengan menggunakan narasi dan deskripsi sebagai bentuk utama penyajian data. Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah praktik komunikasi publik digital oleh kepala daerah melalui platform Instagram.

Sumber data dalam penelitian ini adalah konten unggahan akun Instagram resmi Bupati Brebes, yaitu @kusumaparamithawidya. Data berupa caption unggahan dan komentar publik yang menyertainya dikumpulkan dari 10 unggahan yang dipilih secara purposif, berdasarkan relevansi dengan isu-isu pemerintahan seperti pelayanan publik, kesehatan, bencana, pendidikan, ketenagakerjaan, dan pertanian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital, dengan mengunduh dan mengarsipkan teks dari caption serta komentar masyarakat. Setiap unggahan kemudian disusun dalam dokumen terpisah untuk memudahkan proses analisis.

Analisis data menggunakan metode analisis konten kualitatif, yang digunakan untuk menelaah makna pesan, struktur naratif, serta dinamika komunikasi dalam media sosial. Analisis ini tidak hanya mengamati apa yang dikomunikasikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikonstruksi dan direspons oleh publik.

Untuk mendukung proses pengelompokan data dan interpretasi secara sistematis, digunakan perangkat lunak NVivo 12. Data dianalisis dengan melakukan proses *coding* berdasarkan lima unsur dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu: *Who* (siapa komunikatornya), *Says What* (apa isi pesannya), *In Which Channel* (melalui saluran apa), *To Whom* (ditujukan kepada siapa), dan *With What Effect* (dampaknya apa). Hasil analisis ditampilkan secara naratif untuk menunjukkan bagaimana komunikasi pemerintahan dibangun secara digital dan bagaimana partisipasi publik termanifestasi melalui interaksi sosial di ruang komentar Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis praktik komunikasi pemerintahan yang dilakukan oleh Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, melalui platform media sosial Instagram. Untuk mempermudah analisis, digunakan pendekatan model komunikasi klasik dari Harold D. Lasswell, yang merumuskan komunikasi sebagai proses yang menjawab lima pertanyaan mendasar: Siapa (Who), mengatakan apa (Says What), melalui saluran apa (In Which Channel), kepada siapa (To Whom), dan dengan efek apa (With What Effect).

Melalui lima unsur tersebut, analisis ini menggali bagaimana pesan pemerintahan dikonstruksi, disampaikan, dan diterima oleh publik digital. Setiap unsur dalam model Lasswell digunakan sebagai sub-bagian pembahasan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi digital yang digunakan Bupati, serta respon masyarakat terhadap pesan-pesan tersebut.

Berikut adalah pemaparan dari masing-masing unsur komunikasi Lasswell berdasarkan data unggahan Instagram yang telah dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo 12.

1. Who (Siapa/Sumber Pesan)

Berdasarkan hasil analisis konten dari unggahan Instagram @kusumaparamithawidya, unsur *Who* dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell secara konsisten diperankan langsung oleh Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma. Dalam hampir semua unggahan, Bupati menggunakan narasi personal dengan gaya orang pertama seperti “*saya*”, “*saya sendiri*”, atau “*kami*”, yang mencerminkan keterlibatan langsung sebagai komunikator utama dan pemimpin yang hadir.

Dalam unggahan mengenai inspeksi jembatan dan akses jalan ekstrem di wilayah Kecamatan Tonjong, Bupati menyatakan, “*Saya turun langsung mengecek*” dan “*saya naik motor trail*”. Kalimat ini menunjukkan gaya komunikasi kepemimpinan yang tidak hanya simbolis, tetapi juga visual dan nyata. Kehadiran di medan sulit ini merupakan upaya membangun legitimasi melalui empati dan keberpihakan terhadap kondisi masyarakat.

Komunikasi serupa juga muncul dalam unggahan yang menampilkan inspeksi pekerjaan jalan di Kecamatan Wanasari. Pernyataan “*Saya dan Wakil Bupati langsung turun ke lapangan*” memperlihatkan bentuk kepemimpinan kolaboratif sekaligus sinyal keterlibatan aktif dalam program pembangunan infrastruktur.

Dalam konteks lingkungan, Bupati menunjukkan simbolisasi kepemimpinan dengan menyatakan “*Hari ini, saya sendiri yang nyetir truk sampah*” dalam unggahan program “Jumat Resik”. Gaya komunikasi ini menegaskan bahwa pemimpin tidak hanya menyampaikan kebijakan, melainkan juga memberi teladan melalui aksi langsung.

Pendekatan komunikasi yang proaktif juga tercermin dalam unggahan mengenai inspeksi mendadak ke RSUD Brebes, di mana Bupati menulis, “*Hari ini saya sidak langsung ke RSUD Brebes, memastikan pelayanan berjalan dengan*

baik dan masyarakat terlayani dengan nyaman”. Unggahan ini memperkuat citra sebagai pemimpin yang hadir dalam pengawasan pelayanan publik secara langsung dan tidak basa-basi.

Kehadiran emosional diperlihatkan dalam unggahan yang membahas kunjungannya ke lokasi pengungsian tanah bergerak di Desa Mendala, Sirampog. Kalimat seperti “*Saya tahu hati saya nggak bisa tenang di rumah*” dan “*Saya minta tim antar ke lokasi pengungsian*” memperlihatkan bahwa komunikasi Bupati tidak hanya formal, tetapi juga menggugah secara emosional dan menunjukkan kepedulian pribadi.

Dalam unggahan peringatan Hari Buruh, Bupati menyampaikan keterlibatannya secara langsung dengan menulis, “*Saya menerima audiensi dari beberapa serikat buruh*”. Ini menunjukkan bahwa Bupati tidak hanya menanggapi isu dari jauh, tetapi juga membuka ruang diskusi dan menegaskan perhatian terhadap isu kesejahteraan tenaga kerja.

Komunikasi lintas kelembagaan juga tampak dalam unggahan tentang penanganan banjir, di mana Bupati menyatakan, “*Menerima BBWS Cimanuk-Cisanggarung dan DPSDAPR Brebes...*” yang menunjukkan keterlibatan dalam koordinasi pembangunan infrastruktur pengendalian banjir secara regional.

Pendekatan yang sama terlihat dalam unggahan tentang program “Nakes Door to Door”, di mana Bupati menulis, “*Pagi ini saya turun langsung ke Kecamatan Brebes untuk mengecek jalannya program...*”. Ini menunjukkan bahwa komunikasi Bupati tidak berhenti pada pernyataan kebijakan, tetapi diperkuat dengan kehadiran fisik di titik pelayanan.

Dalam unggahan mengenai program “Beresin Sekolah”, Bupati menulis, “*Cek & Ricek progress salah satu program kerja saya dan Pak Wurja...*”, yang menunjukkan bahwa urusan

pendidikan pun dikawal langsung oleh pimpinan tertinggi daerah.

Terakhir, dalam unggahan yang menyoroti distribusi bantuan pertanian dari Kementerian Pertanian, Bupati menyampaikan, *“Saya menyerahkan bantuan berupa alsintan dan benih kepada para petani...”*. Ini menggarisbawahi posisi Bupati sebagai fasilitator antara pemerintah pusat dan masyarakat, sekaligus komunikator utama yang menyampaikan pesan pembangunan di sektor pertanian.

Dalam kerangka teori Lasswell, unsur *Who* merujuk pada aktor yang menyampaikan pesan. Bupati Paramitha Widya Kusuma secara konsisten hadir sebagai komunikator utama dalam setiap unggahan Instagram-nya. Gaya komunikasi yang digunakan bersifat personal, naratif, dan visual. Penggunaan kata ganti orang pertama menciptakan kedekatan emosional dengan publik dan memperkuat citra kepemimpinan yang inklusif dan responsif.

Keputusan untuk memposisikan diri secara langsung di berbagai sektor — dari pengungsian hingga pelayanan kesehatan, dari buruh hingga petani — memperlihatkan strategi komunikasi kepemimpinan yang adaptif terhadap era digital. Tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan memperkuat legitimasi.

2. Say What (Apa yang Disampaikan/Pesan)

Dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell, unsur *Says What* merujuk pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Berdasarkan hasil coding unggahan Instagram @kusumaparamithawidya, isi pesan yang dikomunikasikan Bupati Brebes secara umum berfokus pada penyampaian informasi publik, penegasan komitmen pemerintah, serta pembentukan citra

kepemimpinan yang proaktif dan berpihak pada rakyat.

Dari sisi infrastruktur dasar, Bupati menyampaikan rencana pembangunan akses jalan di daerah terisolir Kecamatan Tonjong melalui anggaran APBD 2025. Pernyataan seperti *“InsyaAllah, ke depan warga tidak perlu lagi berjuang melewati jalur sulit. Dari yang terisolir, jadi lebih terhubung!”* menegaskan bahwa pesan yang dikomunikasikan bukan sekadar teknis pembangunan, tetapi juga membawa harapan sosial.

Komitmen serupa tampak dalam unggahan inspeksi jalan di Kecamatan Wanasari. Di sana, Bupati menyampaikan bahwa pemerintah *“memastikan pekerjaan rehabilitasi berjalan cepat dan sesuai harapan”* dan bahwa beliau *“bukan cuma melihat, tapi benar-benar memastikan semuanya dikerjakan dengan baik”*. Ini menunjukkan isi pesan yang menekankan ketegasan, transparansi, dan kualitas implementasi kebijakan pembangunan.

Dalam konteks lingkungan, pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan program “Jumat Resik” mengandung nilai simbolik yang kuat. Kalimat *“Gerakan Jum'at Resik ini bukan cuma soal sampah di jalanan, tapi juga bersih-bersih beban hidup yang bikin berat di perjalanan”* merupakan contoh bagaimana pesan disampaikan dalam bentuk narasi kultural yang menggugah, dengan memadukan aksi nyata dan filosofi hidup warga.

Pesan tentang pelayanan kesehatan menjadi fokus utama dalam beberapa unggahan. Dalam kunjungannya ke RSUD Brebes, Bupati menyampaikan bahwa pelayanan sudah membaik dan berkomitmen untuk menjaga semangat pelayanan yang *“cepat dan ramah”*. Hal ini diperkuat dalam unggahan program “Nakes Door to Door”, di mana Bupati menyebut bahwa tenaga kesehatan secara rutin mendatangi rumah warga untuk memberikan layanan gratis. Narasi seperti *“Pelayanan kesehatan harus menjangkau*

sampai ke pintu rumah” dan “Kita tidak sedang membangun proyek, kita sedang menjaga kehidupan” menjadi bukti bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan ideologis.

Isu kemanusiaan juga menjadi tema penting. Dalam unggahan tentang pengungsian di Desa Mendala, Bupati menulis: *“Malam itu saya pastikan: logistik aman, dapur umum jalan, bantuan terus berdatangan. Lebih dari 300 jiwa kini mengungsi – tapi tidak kehilangan harapan. Karena pemerintah hadir. Karena Brebes nggak akan membiarkan warganya berjuang sendirian.”* Pesan ini menunjukkan bahwa komunikasi pemerintahan juga berfungsi sebagai alat peneguh kepercayaan masyarakat dalam situasi krisis.

Dalam ranah ketenagakerjaan, pesan yang disampaikan menyoroti keprihatinan atas rendahnya UMR dan serapan tenaga kerja laki-laki. Bupati menyampaikan bahwa pemerintah daerah berkomitmen menyusun kebijakan afirmatif untuk mengatasi ketimpangan tersebut. Pernyataan seperti *“Keadilan dalam dunia kerja adalah fondasi masyarakat yang kuat”* menegaskan keberpihakan pesan terhadap keadilan sosial.

Sementara itu, dalam pertemuan dengan BBWS dan DPSDAPR Brebes, pesan yang dikomunikasikan mencakup upaya pengendalian banjir melalui pembangunan sodetan Sungai Babakan dan kolam retensi dengan anggaran sebesar Rp270 miliar. Bupati juga menyampaikan bahwa *“ikhtiar bersama ini bisa membawa rasa aman bagi warga dan mendorong pembangunan daerah yang lebih tahan terhadap bencana”*.

Bidang pendidikan juga mendapat porsi dalam pesan publik. Dalam program “Beresin Sekolah”, Bupati menyampaikan bahwa ini adalah *“komitmen pemerintah daerah dalam*

meningkatkan kualitas sarana pendidikan” dan harapannya bahwa sekolah menjadi tempat lahirnya *“generasi hebat yang membawa harapan bangsa.”*

Pada unggahan bertema pertanian, Bupati menyampaikan pesan yang mendukung modernisasi dan keberdayaan petani melalui distribusi alsintan dan benih. Ungkapan seperti *“Mendorong pertanian maju, mandiri dan modern”* serta *“Petani kuat, pangan aman!”* memperkuat narasi pembangunan sektoral yang terarah.

Dalam perspektif Lasswell, *Says What* tidak hanya merujuk pada isi literal dari pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut mengandung makna simbolik, nilai ideologis, serta tujuan persuasif. Berdasarkan analisis unggahan, pesan-pesan yang disampaikan oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma sarat akan nilai humanis, progresif, dan partisipatif.

Pesan-pesan ini memperlihatkan komunikasi pemerintahan yang tidak semata-mata menyampaikan program, tetapi juga mengangkat dimensi moral dan sosial yang lebih luas. Strategi penyampaian naratif yang personal dan empatik menjadikan pesan lebih hidup dan menggugah, menjangkau emosi warga dan memperkuat legitimasi pemerintahan.

3. In Which Channel (Melalui Saluran Apa/Media)

Dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell, unsur *In Which Channel* merujuk pada media atau saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dalam konteks komunikasi pemerintahan yang dibangun oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma, saluran utama yang digunakan adalah platform media sosial Instagram, khususnya melalui akun resmi @kusumaparamithawidya.

Pemilihan Instagram sebagai media komunikasi publik memiliki nilai strategis tersendiri. Sebagai platform visual, Instagram memungkinkan Bupati

menyampaikan pesan-pesan pemerintahan tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga melalui gambar, video pendek (reels), story interaktif, serta caption naratif. Komunikasi visual ini memberikan efek kuat terhadap persepsi publik, karena memungkinkan penyampaian pesan yang langsung, real-time, dan mudah dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna Instagram.

Pada unggahan yang menampilkan inspeksi medan jalan ekstrem di Kecamatan Tonjong, pesan disampaikan melalui gaya narasi visual yang penuh semangat. Kalimat seperti *“Hari ini bukan cuma inspeksi, tapi juga tantangan!”* disertai dengan konten visual berupa Bupati mengendarai motor trail menunjukkan bahwa pesan tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga dikomunikasikan melalui aksi visual yang dramatis dan mudah menarik perhatian publik.

Begitu pula dalam unggahan inspeksi jalan di Kecamatan Wanasari, frasa *“Kami gaspol! Jalan mantap, ekonomi lancar!”* menjadi slogan visual yang menggabungkan bahasa milenial dengan semangat pembangunan. Kalimat ini tampil dalam caption singkat yang diperkuat dengan dokumentasi kegiatan langsung di lapangan, membentuk narasi yang cepat ditangkap dan mudah dibagikan ulang oleh pengguna Instagram.

Dalam unggahan tentang program “Jumat Resik”, komunikasi visual kembali diperkuat melalui gaya naratif yang santai namun bermakna. Kalimat *“Saya sendiri yang nyetir truk sampah, @wurja_official jadi kondektur...”* memperlihatkan gaya komunikasi yang membumi, kocak, dan bersifat simbolik. Penambahan tagar, mention akun rekan kerja, serta gaya santai dalam bahasa menunjukkan bahwa komunikasi pemerintahan tidak harus kaku, melainkan bisa dirancang sedekat

mungkin dengan keseharian masyarakat digital.

Meskipun hanya sebagian unggahan dikoding secara khusus dalam unsur saluran, seluruh komunikasi yang dianalisis berasal dari platform yang sama—Instagram. Oleh karena itu, saluran komunikasi yang digunakan dapat dianggap konsisten, terarah, dan efektif sebagai media komunikasi publik digital.

Dalam model komunikasi Lasswell, saluran komunikasi memiliki peran penting dalam menentukan efektivitas penyampaian pesan. Dalam kasus ini, penggunaan Instagram sebagai saluran utama menggambarkan strategi komunikasi pemerintahan yang telah beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat.

Instagram bukan hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi satu arah, melainkan sebagai ruang publik digital yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Penggunaan media sosial ini mencerminkan pergeseran paradigma komunikasi pemerintahan dari pendekatan instruksional menjadi partisipatif dan interaktif.

Selain itu, gaya bahasa yang digunakan dalam caption (seperti “gaspol”, “nggak setengah hati”, dan tag akun orang lain) menunjukkan adanya penyesuaian terhadap karakteristik komunikasi digital yang cenderung informal, visual, dan cepat. Hal ini memperkuat daya jangkauan dan resonansi pesan yang disampaikan kepada publik.

4. To Whom (Kepada Siapa/Penerima)

Dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell, unsur *To Whom* merujuk pada pihak penerima pesan komunikasi, atau komunikan. Berdasarkan hasil coding unggahan Instagram resmi Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, ditemukan bahwa komunikasi pemerintahan yang

dibangun memiliki sasaran yang beragam dan kontekstual, sesuai dengan topik atau isu yang diangkat dalam setiap unggahan.

Secara umum, pesan-pesan yang disampaikan ditujukan kepada masyarakat Kabupaten Brebes secara luas. Namun dalam setiap unggahan, terdapat komunikasi yang lebih spesifik berdasarkan konteks unggahan. Dalam unggahan mengenai akses jalan yang rusak di daerah Tonjong misalnya, target komunikasi secara spesifik adalah warga pedesaan yang terisolasi dan kesulitan mobilitas. Hal ini ditegaskan melalui pernyataan seperti *“warga tidak perlu lagi berjuang melewati jalur sulit”*, serta diperkuat dengan respons warga di kolom komentar yang menuliskan *“Dibikin jalan bu, kasihan warganya apalagi kalau hujan becek.”* Ini menunjukkan bahwa komunikasi tersebut menyasar langsung kelompok masyarakat terdampak infrastruktur dasar.

Dalam unggahan tentang pelayanan kesehatan di RSUD Brebes, sasaran komunikasinya adalah seluruh masyarakat Brebes sebagai pengguna layanan publik, sebagaimana tertulis dalam pernyataan *“supaya masyarakat Brebes makin merasakan layanan kesehatan yang cepat dan ramah.”* Sementara dalam unggahan tentang program “Nakes Door to Door”, sasaran menjadi lebih spesifik: keluarga kurang mampu, ibu hamil, dan kelompok rentan yang membutuhkan perhatian lebih. Bupati menyebut bahwa pelayanan kesehatan *“harus menjangkau sampai ke pintu rumah, apalagi untuk mereka yang membutuhkan perhatian lebih.”*

Kelompok sasaran juga tampak jelas dalam unggahan yang berkaitan dengan penanggulangan bencana tanah bergerak di Sirampog. Bupati menyatakan, *“Saya tahu situasinya jauh dari nyaman. Tapi saya juga tahu, tugas kami memastikan mereka tidak merasa sendiri,”* yang ditujukan kepada para pengungsi sebagai kelompok yang sangat

membutuhkan perhatian emosional dan logistik dari pemerintah.

Di bidang pendidikan, unggahan yang menampilkan program “Beresin Sekolah” menyasar siswa dan guru sebagai pihak yang langsung merasakan dampak dari pembenahan sarana pendidikan. Pesan seperti *“Semoga sekolahnya semakin nyaman, anak-anak semakin semangat belajar, para guru juga semakin totalitas...”* menunjukkan bahwa sasaran komunikasi menyentuh langsung ke komunitas pendidikan lokal.

Dalam konteks sektor pertanian, sasaran komunikasi ditujukan kepada petani lokal, sebagaimana tertulis dalam kalimat *“kepada para petani untuk mendukung produktivitas dan kesejahteraan petani lokal.”* Pesan ini juga menandakan bahwa pemerintah daerah berusaha menjangkau kelompok produktif desa melalui komunikasi yang afirmatif.

Sasaran komunikasi yang berbasis isu juga tampak dalam unggahan tentang Hari Buruh. Bupati menyampaikan keprihatinan tentang rendahnya UMR dan ketimpangan serapan tenaga kerja laki-laki. Pernyataan seperti *“Saya berbagi keprihatinan yang sama...”* menunjukkan bahwa pesan ditujukan kepada komunitas buruh, khususnya laki-laki sebagai kelompok yang selama ini kurang terserap dalam sektor industri.

Sementara itu, dalam unggahan yang berisi pertemuan dengan BBWS terkait penanganan banjir, sasaran komunikasinya lebih luas, mencakup seluruh warga Brebes yang tinggal di daerah rawan banjir. Harapan agar *“ikhtiar bersama ini bisa membawa rasa aman bagi warga”* memperlihatkan bahwa pesan tersebut ditujukan kepada masyarakat terdampak sekaligus untuk membangun rasa kolektivitas publik dalam menghadapi bencana.

Dalam kasus lainnya, seperti komentar warga di unggahan tentang jalan rusak di Desa Kedungneng, warga secara

langsung menyapa Bupati dengan kalimat: *"ibu bupati yang kami hormati mohon perhatiannya..."* Ini menunjukkan bahwa komunikasi dua arah berlangsung secara aktif, dengan masyarakat menjadi komunikan sekaligus subjek yang menyampaikan aspirasi.

Dalam perspektif Lasswell, komunikasi tidak akan efektif jika tidak diarahkan kepada komunikan yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Bupati Paramitha Widya Kusuma mampu menyampaikan pesan-pesan yang bersifat tematik, kontekstual, dan tepat sasaran.

Target komunikasinya tidak selalu bersifat umum, tetapi diarahkan kepada komunitas tertentu yang relevan dengan isi pesan: petani, buruh, pengungsi, pelajar, guru, warga pedesaan, hingga masyarakat miskin. Penyampaian pesan dilakukan dengan bahasa yang personal dan langsung menyasar kebutuhan dan harapan kelompok tersebut. Ini memperkuat bahwa komunikasi pemerintah bukan hanya tentang penyampaian informasi, tetapi juga strategi membangun partisipasi, perhatian, dan kepercayaan publik.

5. With What Effect (Dengan Efek Apa)

Unsur *With What Effect* dalam teori komunikasi Harold D. Lasswell merujuk pada dampak atau perubahan yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan, baik berupa respons emosional, tindakan, maupun perubahan sikap. Dalam konteks komunikasi pemerintahan melalui media sosial, terutama Instagram, efek ini dapat diukur melalui interaksi publik di kolom komentar.

Berdasarkan hasil analisis unggahan Instagram @kusumaparamithawidya, dampak komunikasi yang ditimbulkan terbagi ke dalam tiga bentuk utama, yaitu: (1) apresiasi dan dukungan terhadap kepemimpinan, (2) penyampaian aspirasi dan permasalahan warga, serta (3) legitimasi terhadap program dan narasi pemerintah daerah.

1. Apresiasi dan Dukungan terhadap Kepemimpinan

Mayoritas unggahan mendapat respons positif dari warga. Dalam unggahan tentang peninjauan jembatan di daerah terpencil, komentar seperti *"Alhamdulillah ibu meninjau langsung ke lokasi, semoga cepat terealisasi..."* serta *"Semangat ibukkkk, sehat-sehat selalu"* menunjukkan bentuk dukungan moral sekaligus harapan terhadap keberlanjutan program.

Respons serupa juga muncul dalam konteks pertanian, seperti komentar *"Keren banget bupati kita"* dan *"Genjot terus Bu, sektoral pertanian dan perkebunan"*. Ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi visual dan naratif yang digunakan mampu memperkuat citra kepemimpinan yang responsif dan membumi.

Unggahan program kebersihan "Jumat Resik" pun mendapat pujian dengan komentar seperti *"Keren Bu Bupati"* dan *"Semoga seluruh warganya dapat menjaga kebersihan mulai dari diri sendiri dan lingkungan sekelilingnya."* Hal ini menandakan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya diterima, tetapi juga menginspirasi partisipasi warga.

2. Aspirasi, Kritik, dan Permintaan Khusus dari Warga

Dampak lain yang mencolok dari komunikasi ini adalah munculnya respons aspiratif dari masyarakat. Komentar-komentar tidak hanya sekadar menanggapi unggahan, tetapi juga menyampaikan permasalahan yang dirasakan langsung. Contohnya, pada unggahan tentang jalan rusak, muncul komentar:

"Ibu Bupati yang kami hormati, mohon perhatiannya, jalan raya sepanjang Desa Kedungneng Kecamatan Losari Kabupaten Brebes rusak parah, sudah bertahun-tahun tidak ada perhatian..."

Pada unggahan tentang layanan kesehatan, warga menyampaikan permintaan perluasan cakupan seperti *"Sidak ke puskesmas-puskesmas bu"* dan *"Bu, mohon arahan agar @dinsos_brebes lebih responsif."* Ini menandakan bahwa saluran komunikasi berhasil membuka ruang partisipasi warga secara langsung, bahkan mengarahkan isu kepada OPD terkait.

Respon serupa juga muncul pada tema pendidikan dan infrastruktur. Warga meminta:

"Penerangan jalan juga mohon diperhatikan,"

"Bu, boleh cek ruang kelas IV SDN Malahayu 02 Bu.. terima kasih."

Dalam unggahan bertema tenaga kerja, muncul tekanan dari warga untuk memperbaiki kondisi UMR dan kesempatan kerja:

"Iya Bu, tolong agar warga Brebes bisa bekerja di daerah sendiri, terutama pria susah daftar di PT..."

"Semoga ada kenaikan UMR di Kabupaten Brebes..."

Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah telah menimbulkan efek interaktif, mendorong warga untuk menggunakan media sosial sebagai forum terbuka menyampaikan pendapat, permintaan, dan bahkan kritik.

3. Legitimasi Sosial terhadap Pemerintah Daerah

Bentuk efek ketiga adalah meningkatnya kepercayaan dan legitimasi terhadap pemerintahan daerah. Dalam unggahan tentang program pengendalian banjir, salah satu komentar menuliskan:

"Mantap Ibu Bupati, kami mengucapkan terima kasih atas support dan perhatiannya terhadap penguatan tanggul sungai Cisanggarung..."

Komentar ini tidak hanya menunjukkan apresiasi, tetapi juga pengakuan publik terhadap peran

pemerintah dalam mitigasi bencana. Hal yang sama terlihat dari pernyataan *"Pokoke Brebes Beres"*, yang telah menjadi slogan simbolik atas citra pemerintahan yang bekerja dan berpihak pada rakyat.

Dalam kerangka teori Lasswell, efektivitas komunikasi dapat dilihat dari bagaimana komunikasi memberi respons setelah menerima pesan. Berdasarkan data komentar masyarakat di Instagram, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemerintahan yang dilakukan oleh Bupati Paramitha Widya Kusuma berdampak signifikan dalam membangun partisipasi aktif, menumbuhkan kepercayaan, serta membuka saluran aspirasi publik secara langsung.

Respons berupa pujian, harapan, kritik, dan saran menjadi bukti bahwa komunikasi digital yang dijalankan telah melampaui sekadar penyampaian informasi satu arah. Instagram, dalam hal ini, berfungsi sebagai forum publik digital tempat terjadi proses dialog, peneguhan legitimasi, sekaligus evaluasi sosial terhadap kinerja pemerintah.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemerintahan yang dilakukan oleh Bupati Brebes, Paramitha Widya Kusuma, melalui media sosial Instagram (@kusumaparamithawidya) telah berhasil membangun pola komunikasi yang transparan, partisipatif, dan responsif. Berdasarkan analisis konten dengan pendekatan model komunikasi Harold D. Lasswell, Bupati tampil sebagai komunikator utama yang menggunakan narasi personal, visual, dan emosional untuk menyampaikan pesan-pesan pemerintahan. Pesan yang disampaikan mencakup informasi program

pembangunan, pelayanan publik, hingga respons terhadap isu-isu masyarakat seperti infrastruktur, kesehatan, pendidikan, ketenagakerjaan, dan penanganan bencana, dengan narasi yang humanis dan progresif. Instagram sebagai saluran komunikasi memungkinkan dialog dua arah, yang terlihat dari interaksi aktif masyarakat melalui kolom komentar, dengan jumlah komentar per unggahan berkisar antara 10 hingga 270. Dampak komunikasi ini terwujud dalam bentuk apresiasi publik, penyampaian aspirasi, dan penguatan legitimasi kepemimpinan. Dengan demikian, penggunaan Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang memperkuat keterlibatan masyarakat, meningkatkan transparansi, dan membangun kepercayaan terhadap pemerintahan daerah di Kabupaten Brebes.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tidak pernah putus, yang menjadi sumber kekuatan dalam setiap proses yang saya jalani. Saya juga menyampaikan apresiasi yang tulus kepada teman-teman dan sahabat terdekat yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan motivasi ketika saya menghadapi kesulitan. Kehadiran mereka semua menjadi bagian penting yang membantu saya menyelesaikan penelitian dan penulisan artikel ini dengan sebaik-baiknya. Semoga kebaikan mereka menjadi keberkahan yang senantiasa menyertai.

REFERENSI

Abidin, K. Z., & Soegiarto, A. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI

SUBBAGIAN PROTOKOL
PEMERINTAH KOTA
ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR.
JRK (Jurnal Riset Komunikasi), 12(2),
103.
<https://doi.org/10.31506/jrk.v12i2.11928>

Adhiatma, P. Y., & Mahmudah, S. M. (2023). Optimalisasi Integrasi Media Sosial Direktorat Jenderal Pemasyarakatan Sebagai Bentuk Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 232–246.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2648>

Ayunda Sari. (2021). *RESPONSIVITAS PEMERINTAH TERHADAP PARTISIPASI MASYARAKAT DI MEDIA SOSIAL (Studi pada Pengelolaan Akun Media Sosial Pemerintah Kota Malang)*.

Bakri, L., Suhu, S., & Ip, M. A. (2023). *KEBIJAKAN PUBLIK PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.

Darma, A., & Suyanto. (2020). KOMUNIKASI PEMERINTAHAN MEMANFAATKAN CYBER PUBLIC RELATIONSOLEH PEMERINTAH PROVINSI RIAU PADA ERA DISRUPTIF. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9, 493–511.

Eko Suharyanto, C., & Faqihuddin, A. (2025). *PEMBERDAYAAN MEDIA CYBER DI ERA DIGITAL*.
<https://www.researchgate.net/publication/388978981>

Erina Maharani, V., Djuwita, A., Komunikasi, I., & Masyarakat, H. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN*

*INFORMASI PEMERINTAH KOTA
SEMARANG.* <https://tekno.tempo.co>

*TEORITIS & PRAKTIS PENERBIT
CV. EUREKA MEDIA AKSARA.*

- Erliana Hasan, D. (2014). *Paradigma Komunikasi Pemerintahan*.
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Hanan Julia Harahap, A. (2018). *Fungsi-Fungsi Komunikasi dalam Pandangan Islam*.
- Indah, H., & Goeritman, N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial Crisis Communication of Indonesia Government During Pandemic Covid-19 using Social Media. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 23(1), 1–19. <https://doi.org/10.33169/iptekkom.23.1.2021.1-19>
- Karinda, K., Kede, A., Septiana, G. L., Jayalangi, L. O. S., Sibay, S., & Ulfa, M. (2024). Integrasi Komunikasi Pemerintahan Digital Melalui Situs Web Resmi: Studi Kasus di Desa Tontouan, Kecamatan Luwuk. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(2), 13. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.110>
- Khasanah, N., & Muttaqin, A. (2024). *Jurnal Lanskap Politik 15 Khasanah, Muttaqin Strategi Komunikasi Politik Bupati Grobogan Melalui Media Sosial Instagram @Sumarnigrobogan*. <https://doi.org/10.31942/jlp.2024.2.1>
- Kurniawati, D., Ramadhani, E., Perwirawati, E., Barus, R. K. I., Fauziah, R., Harumi, S., Hera, P., Saurma, C., & Siahaan, M. (2023). *AUDIT KOMUNIKASI: TINJAUAN*
- Lewenussa, H. J., & Susanti, A. (2025). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING BUPATI HENDY SISWANTO MELALUI AKUN INSTAGRAM @hendy_siswanto*. 11(3), 2025.
- Nur, T., Sekolah, A., Agama, T., & Darunnajah Bogor, I. (2019). STRATEGI PEMBELAJARAN ERA DIGITAL. In *Annual Conference on Islamic Education and Social Sains* (Vol. 1, Issue 2).
- Oleh, S., & Abidin, Z. (n.d.). *AKTIVITAS KOMUNIKASI SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENATAAN PEDAGANG KAKI LIMA DI GOR SIDOARJO*.
- Ridha, M., Astiani, D., Azkia, A., Ramadhani, A., & Zain, F. M. (2025). KOMSOSPOL: Jurnal Komunikasi Sosial dan Politik ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KOTABUMI (UMKO) Komsospol Volume 5 Nomor 1: Pages 48-54 website Kekuatan Komunikasi: Fungsi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Manusia. *Jurnal Komsospol*, 5(1). <https://doi.org/10.47637/komsospol.v5i1.1639>
- Romadhoni, A., Hafiar, H., & Komariah, K. (2017). PENGELOLAAN INSTAGRAM @Humas_Jabar OLEH BAGIAN HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA BARAT. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8, 101–116.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., & Iriyanti, H. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*.

<https://www.researchgate.net/publication/329998890>

Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) OLEH HUMAS SMAU CT FOUNDATION SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 10(2), 147–160.

Wahyuni Purbohastuti, A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2).

Website:

Riyanto, A. D. (2025). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>