

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KABUPATEN BANGKA DI ERA DIGITAL

THE UTILIZATION OF INSTAGRAM AS A DEVELOPMENT COMMUNICATION MEDIUM FOR THE BANGKA REGENCY GOVERNMENT IN THE DIGITAL ERA

Muhammad Maulidan¹, Subejo²

¹ Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada,
Yogyakarta Indonesia, muhammadmaulidan@mail.ugm.ac.id

² Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada
Yogyakarta Indonesia

Diterima 11 Mei 2026

Direvisi 27 Agustus 2026

Disetujui 29 Agustus 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut instansi pemerintah untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram (@pemkab.bangka) sebagai media komunikasi pembangunan oleh Pemerintah Kabupaten Bangka di era digital, khususnya di tengah dinamika transisi kepemimpinan dan pemilihan umum serentak. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif dengan teknik sensus terhadap 513 unggahan selama periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024. Studi ini mengkaji pola pesan kelembagaan melalui kerangka teori komunikasi pembangunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas akun masih didominasi oleh fungsi diseminasi informasi satu arah dan kolaborasi antar-elite, sementara komunikasi partisipatif akar rumput menempati porsi terendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang digunakan belum mengoptimalkan potensi interaksi dua arah serta partisipasi publik yang ditawarkan media sosial, sehingga pengelolaannya masih terjebak dalam struktur elitis.

Kata kunci: analisis isi kuantitatif, instagram, komunikasi pembangunan

ABSTRACT

The development of digital technology requires government agencies to optimize social media as a medium for information dissemination and public interaction. This study aims to analyze the utilization of Instagram (@pemkab.bangka) as a medium for development communication by the Bangka Regency Government in the digital era, particularly amidst the dynamics of leadership transition and simultaneous general elections. This study employs a quantitative content analysis approach with a census technique on 513 posts during the period from October

2023 to October 2024. The study examines institutional message patterns through the framework of Development Communication Theory. The results show that account activity remains dominated by a one-way information dissemination function and elite collaboration, whereas grassroots participatory communication occupies the lowest proportion. These findings indicate that the communication strategy used has not optimized the potential for two-way interaction and public participation offered by social media, thus remaining trapped within an elitist structure.

Keywords: *development communication, instagram, quantitative Content Analysis*

PENDAHULUAN

Keberadaan internet saat ini telah banyak memberikan pengaruh kepada masyarakat, terkhusus bagaimana cara berkomunikasi antar sesama, hal tersebut sejalan dengan eksistensi jaringan internet yang semakin membaik sehingga memaksa masyarakat untuk menuju kehidupan yang serba digital (Zis et al., 2021). Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) merilis bahwa jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa atau mencapai 79,5% dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Hadirnya Internet telah merevolusi cara mengonsumsi dan memproduksi informasi. Salah satunya adalah munculnya istilah *new media* yang dampaknya sangat signifikan mengubah lanskap media secara drastis. Suri (2019) mendefinisikan bahwa *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan media yang baru, yaitu menggabungkan media konvensional dengan internet, kemudian perkembangannya semakin diperkuat oleh proliferasi platform media sosial, ruang maya yang memungkinkan interaksi sosial global dan aksesibilitas yang luas bagi seluruh lapisan masyarakat. Media ini bersifat interaktif dan inklusif, memfasilitasi partisipasi aktif pengguna dalam proses komunikasi, kolaborasi, serta produksi dan distribusi konten sehingga memungkinkan media ini menjadi platform yang ideal untuk interaksi sosial, pertukaran ide, dan penciptaan konten bersama.

Keberadaan sosial menjadi kebutuhan yang esensial dalam kehidupan manusia, memfasilitasi komunikasi dan interaksi sosial (Delbosc & Mokhtarian, 2018; Mseer & Samhan, 2025), pencarian relasi dan peluang kerja (Rao et al., 2025), transaksi komersial (Gowrishankar et al., 2024; Lee, 2014), serta pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan. Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena lintas generasi yang mencakup seluruh lapisan masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa (Hysa et al., 2021; Öze, 2019). *We are social* mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 49,9 persen atau sekitar 139 juta dari total populasi Indonesia, pengguna terbanyak pada rentang usia 16-64 tahun dengan 46,5% perempuan, dan 53,5% laki-laki dan 5 media sosial dengan pengguna terbanyak yaitu WhatsApp: 90,9%, Instagram: 85,3%, Facebook: 81,6%, TikTok: 73,5%, Telegram: 61,3%. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang sangat relevan bagi pemerintah dalam mendiseminasikan informasi pembangunan serta memungkinkan komunikasi secara real-time, mendorong transparansi dan partisipasi publik (Desmal et al., 2023; Song & Lee, 2016). Sejalan dengan hal tersebut, secara resmi Pemerintah Indonesia melalui Kementerian PANRB mengeluarkan Permen PANRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang dapat menjadi payung hukum serta acuan bagi seluruh instansi pemerintah untuk memanfaatkan media sosial.

Media sosial yang banyak digunakan pemerintah pada saat ini salah satunya adalah Instagram. Kemudahan akses dan penggunaan yang intuitif telah mendorong pertumbuhan pengguna Instagram secara signifikan menjadi alasan utama penggunaan media sosial oleh instansi pemerintahan. Selain itu, Instagram menjadi media yang banyak diminati oleh beberapa kalangan termasuk para pelajar, pemuda, organisasi-organisasi, dan lembaga-lembaga serta Yayasan. Di Indonesia sendiri, Instagram menempati posisi kedua sebagai media sosial yang

paling banyak digunakan ((Wahyuningtyas, 2025). Instagram menawarkan berbagai fitur yang mudah dioperasikan oleh masyarakat, adapun fiturnya saat ini ada posting gambar dan video, cerita, IG TV yang dapat dimanfaatkan untuk berbagi informasi dengan cara yang menarik. Fitur komentar dan *direct message* yang tersedia memungkinkan untuk interaksi dua arah antara masyarakat dengan pemerintah.

Salah satu instansi pemerintah yang sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi adalah Pemerintah Kabupaten Bangka. Kabupaten Bangka merupakan salah satu kabupaten tertua di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dengan luas wilayah 301.685 Ha atau 3.367,79 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 332.964 jiwa yang tersebar di 8 kecamatan (BPS Kabupaten Bangka, 2024). Kabupaten Bangka merupakan kabupaten terluas di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dengan setiap desa yang terpisahkan oleh hutan/kebun karet/kebun sawit/kegiatan pertanian lainnya. Sehingga dengan kondisi seperti yang diuraikan tersebut, pemerintah Kabupaten Bangka memerlukan media komunikasi yang efektif dan mudah digunakan agar mampu menjangkau masyarakat dalam hal komunikasi, terutama komunikasi pembangunan. Komunikasi yang efektif menjadi fondasi yang kuat bagi keberhasilan pembangunan di berbagai bidang, baik itu di bidang infrastruktur, sosial, ekonomi, budaya, maupun sumber daya manusia, sedangkan komunikasi yang buruk dapat menghambat pencapaian tujuan pembangunan tersebut. Melalui akun media sosial instagram @pemkab.bangka, Pemerintah Kabupaten Bangka berupaya untuk melakukan komunikasi efektif kepada masyarakat demi memudahkan penyampaian pesan pesan pembangunan.

Beberapa penelitian berkenaan penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah menunjukkan bahwa adanya dampak positif, di antaranya adalah penelitian Sumarwan et al., (2024) yang mengkaji pemanfaatan media sosial instagram oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Pemprov Jabar). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Pemprov Jawa Barat sebagai media komunikasi yaitu untuk menyebarkan informasi umum, rencana, pelaksanaan, capaian program pembangunan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat. Kemudian berikutnya penelitian Siregar et al., (2023) menunjukkan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi pembangunan untuk menampung informasi berkaitan dengan pembangunan infrastruktur dan sumber daya manusia, namun kurang efektif untuk interaksi antara pemerintah dan masyarakat yang disebabkan karena kurangnya partisipasi pengelola akun Instagram dalam menanggapi komentar ataupun *direct message*.

Kedua penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram efektif digunakan untuk penyampaian informasi pembangunan oleh pemerintah. Instagram juga dapat menjadi wadah penunjang bagi masyarakat untuk berpartisipasi melalui komentar di postingan, maupun *direct message*. Meskipun komentar ataupun DM masyarakat tersebut tidak dapat dijawab satu per satu, namun dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap kebijakan atau program yang akan dijalankan. Tantangan dalam membangun komunikasi partisipatif ini tentu menjadi semakin kompleks ketika suatu pemerintah daerah tengah menghadapi situasi yang sarat dengan dinamika birokrasi dan politik. Berangkat dari dinamika tersebut, riset ini menawarkan konteks empiris yang secara spesifik melakukan sensus terhadap 513 unggahan akun @pemkab.bangka selama periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024. Periode ini merepresentasikan momentum yang krusial, yakni masa transisi kepemimpinan dari Bupati Definitif kepada Penjabat (Pj.) Bupati yang secara bersamaan beririsan langsung dengan tahapan Pemilihan Umum (Pemilu) serentak. Dalam masa transisi birokrasi dan tingginya polarisasi politik elektoral inilah, strategi komunikasi pembangunan pemerintah daerah harus mampu mempertahankan netralitas, menjaga transparansi institusional, dan berupaya menyerap aspirasi publik.

Secara empiris, kajian ini menganalisis secara mendalam bagaimana Pemerintah Kabupaten Bangka memanfaatkan instagram sebagai media komunikasi pembangunan di tengah dinamika elektoral dan masa transisi kepemimpinan. Untuk membedah fenomena

tersebut, penelitian ini berpijak pada pendekatan komunikasi pembangunan di era digital sebagai kerangka konseptual dan pisau analisis utamanya. Secara normatif, pemanfaatan media sosial dalam kacamata komunikasi pembangunan mengidealkan terjadinya transformasi struktural dari pendekatan komunikasi *top-down* yang satu arah, menuju model komunikasi yang partisipatif, dialogis, dan kolaboratif. Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pembangunan bukan sekadar mendigitalisasi penyebaran pesan, melainkan menuntut komunikasi strategis yang disengaja guna menjembatani kesenjangan dan mendorong perubahan sosial. Di era transformasi digital ini, platform seperti Instagram menawarkan peluang besar berupa jangkauan informasi yang lebih luas, kemampuan beradaptasi yang fleksibel, serta kapasitas untuk memberdayakan individu maupun komunitas agar berpartisipasi aktif (Akbari, 2024; Servaes & Malikhao, 2020a).

Kehadiran fitur-fitur interaktif dalam platform digital secara teoretis menjanjikan ruang keterlibatan di mana masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek pasif penerima informasi, melainkan diberdayakan sebagai subjek aktif yang inovatif dalam wacana publik. Urgensi penggunaan pisau analisis ini terletak pada kemampuannya untuk menakar sejauh mana adopsi media sosial oleh institusi pemerintah benar-benar mampu memaksimalkan peluang pemberdayaan tersebut, di tengah bayang-bayang tantangan esensial seperti kesenjangan digital, disparitas literasi masyarakat, dan kebutuhan akan penyelarasan strategis. Melihat potensi pemanfaatan instagram yang begitu besar dalam mendukung komunikasi pembangunan, platform ini idealnya mampu menjembatani jarak birokrasi antara pemerintah dan masyarakat. Berpijak pada refleksi atas peluang tersebut, adapun pertanyaan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana pola pesan dan tingkat optimalisasi pemanfaatan akun instagram @pemkab.bangka sebagai ruang komunikasi pembangunan yang partisipatif di tengah dinamika elektoral dan masa transisi kepemimpinan? Melalui pertanyaan ini, kajian diharapkan dapat mengungkap prospek keberlanjutan media sosial sebagai ruang interaktif publik.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pembangunan sebagai kerangka konseptual utama, dengan menitikberatkan pada paradigma partisipatif yang digagas oleh (Servaes, 2008). Secara filosofis, pendekatan ini menggarisbawahi bahwa komunikasi pembangunan adalah tentang manusia dan proses fasilitasi berbagi pengetahuan guna mewujudkan perubahan sosial yang positif. Paradigma ini secara tegas menolak model komunikasi satu arah vertikal konvensional dan bergeser pada model komunikasi dua arah yang horizontal. Fondasi utamanya dibangun di atas prinsip dialog guna mendorong partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan (Servaes, 2008; Servaes & Malikhao, 2020; Wilkins, 2008). Partisipasi esensial diperlukan untuk memahami persepsi, nilai, dan praktik masyarakat agar dapat diintegrasikan secara langsung ke dalam implementasi pembangunan. Dengan menyadari bahwa realitas dibangun secara sosial dan spesifik budaya, komunikasi pembangunan tidak ditujukan untuk "memaksakan" realitas versi institusi, melainkan untuk menjembatani perbedaan persepsi dan memfasilitasi saling pengertian antarperspektif (Chowdhury & Gow, 2024; Hickey & Kothari, 2009; Servaes, 2008).

Seiring dengan perkembangannya, disiplin komunikasi pembangunan telah mengalami evolusi dalam pendekatan dan metodenya guna mewujudkan transformasi sosial (Baú, 2025). Komunikasi pembangunan kontemporer menyoroti urgensi pemanfaatan beragam saluran komunikasi secara efektif untuk memungkinkan inklusi, ekspresi, dan pertukaran berbagai suara dalam proses pembangunan (Baú, 2025; Kean, 2025; Servaes & Malikhao, 2020). Dalam lanskap digital, agenda emansipatoris ini beririsan langsung dengan kerangka teknologi informasi dan komunikasi untuk pembangunan yang dirancang untuk menutup kesenjangan digital dan memberdayakan individu mencapai potensi mereka (Akbari, 2024; Wanjari et al., 2026). Namun, implementasi teknologi informasi dalam pembangunan secara historis kerap dikritik karena masih didominasi oleh pendekatan dari

atas ke bawah (*top-down*) dan gagal melibatkan masyarakat lokal secara bermakna. Pendekatan birokratis ini sering kali terperangkap pada bias determinisme teknologi, di mana alat digital diasumsikan akan otomatis menyelesaikan masalah kesenjangan sosial. Sebagai respons atas kelemahan struktural tersebut, pendekatan mutakhir menuntut pergeseran strategi yang radikal menuju metode partisipatif dan perspektif tata kelola yang sepenuhnya berpusat pada masyarakat (Akbari, 2024; Servaes & Malikhao, 2020b; Wanjari et al., 2026)

Kehadiran media sosial seperti instagram memberikan dimensi dan instrumen empiris yang sangat relevan untuk mengoperasionalkan gagasan inklusi dan metode partisipatif tersebut di era digital (Holone, 2012; Mukhongo, 2025; Lourenço et al., 2025). Berbeda dengan arsitektur media penyiaran konvensional yang bersifat asimetris, platform digital secara inheren memfasilitasi bentuk komunikasi "banyak-ke-banyak" (*many-to-many*) melalui fitur-fiturnya yang interaktif. Media sosial idealnya dimanfaatkan sebagai seperangkat alat dan teknik terintegrasi untuk memberikan suara kepada masyarakat di akar rumput yang paling terdampak oleh isu pembangunan. Dengan memanfaatkan tingkat interaktivitas ini, hambatan ruang dan jarak hierarki birokrasi dapat direduksi secara signifikan, sehingga masyarakat diberdayakan untuk berpartisipasi aktif dalam mendefinisikan solusi dan arah tata kelola pemerintahan (Holone, 2012; Mogha & Tebourbi, 2025; Mukhongo, 2025; Servaes & Malikhao, 2020).

Meskipun teknologi menyediakan instrumen yang canggih untuk membangun pertukaran suara, landasan teori partisipatif memberikan catatan kritis bahwa ketersediaan infrastruktur digital tidak secara otomatis melahirkan iklim partisipatif. Terdapat ilusi transparansi ketika institusi pemerintah mengadopsi platform modern namun masih mempertahankan kultur birokrasi yang tertutup. Berbagai literatur mengonfirmasi bahwa adopsi media sosial oleh institusi birokrasi kerap kali mengalami reduksi fungsi secara substansial; platform yang sejatinya interaktif justru dieksploitasi sekadar sebagai etalase diseminasi informasi sepihak, yang merepetisi pola komunikasi vertikal yang kaku (Nadzir, 2019; Schwoerer, 2023). Pijakan teori inilah yang dioperasionalkan secara kritis dalam kajian ini guna mengevaluasi sejauh mana Pemerintah Kabupaten Bangka mengoptimalkan instagram; apakah platform tersebut telah digerakkan secara partisipatif untuk mengakomodasi inklusi suara publik demi transformasi sosial, atau masih terbelenggu pada rutinitas administratif penyebaran pesan satu arah

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Quantitative Content Analysis* (QCA) guna mengeksplorasi strategi komunikasi pembangunan yang diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bangka melalui platform Instagram. QCA merupakan metode yang sistematis untuk mendeskripsikan serta mengkuantifikasi konten komunikasi secara objektif dengan mengurai data menjadi unit analisis yang lebih kecil dan terkelola guna menghitung frekuensi, menganalisis konteks, serta mengidentifikasi pola pesan (Stephen & Daniel, 2024). Unit analisis yang dikaji dalam penelitian ini mencakup elemen visual (foto dan video) serta elemen tekstual (takarir atau *caption*). Melalui pendekatan kuantitatif ini, evaluasi terhadap pesan dapat diukur secara sistematis untuk memperoleh pemahaman statistik yang komprehensif terkait kecenderungan informasi pembangunan dari waktu ke waktu. Populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan unggahan pada akun Instagram resmi *@pemkab.bangka* selama satu tahun, yakni sejak Oktober 2023 hingga Oktober 2024. Mengingat jumlah populasi yang masih terkelola, penelitian ini menggunakan teknik sensus terhadap total 513 unggahan, di mana seluruh populasi dijadikan unit analisis tanpa melalui proses penarikan sampel. Pendekatan sensus ini dipilih guna meminimalisasi potensi bias subjektif yang rentan terjadi pada penarikan sampel (Neuendorf, 2017). Pemilihan periode ini didasarkan pada momentum krusial masa transisi pemerintahan dari Bupati Definitif kepada Penjabat (Pj.) Bupati, yang beririsan

langsung dengan pelaksanaan pemilihan umum serentak (presiden, legislatif, dan kepala daerah). Perpaduan antara siklus reguler pemerintahan, transisi kepemimpinan, dan gejala politik elektoral tersebut menjadikan rentang waktu ini sebagai studi kasus yang unik dan ideal untuk mengkaji praktik komunikasi pembangunan pemerintah.

Secara spesifik, kerangka pengkodean dan parameter kategori dalam penelitian ini mengadopsi struktur dari riset terdahulu (Sumarwan et al., 2024) yang secara rinci disajikan pada Tabel 1. Meskipun mengadopsi kerangka analisis kualitatif, pendekatan metodologisnya disesuaikan menjadi sensus kuantitatif berdasarkan kebutuhan untuk memetakan gambaran makro secara objektif. Selanjutnya, guna memastikan objektivitas dan keandalan data, proses pengkodean (*coding*) melibatkan dua orang koder (*coders*), yakni peneliti utama dan pendamping penelitian. Menurut standar pelaporan dalam riset komunikasi kuantitatif, batas minimal penarikan sampel untuk uji reliabilitas antar-koder (*inter-coder reliability*) adalah 50 unit atau 10% dari total populasi (Lombard et al., 2002). Mengacu pada parameter tersebut, penelitian ini menggunakan sampel uji sebanyak 100 unggahan (sekitar 19,5% dari total populasi) yang ditarik secara acak sistematis (*systematic random sampling*). Pengujian tingkat kesepakatan (*agreement*) antar-koder kemudian dihitung menggunakan formula *Cohen's Kappa* guna mengeliminasi faktor kesepakatan karena kebetulan (*chance agreement*) (Neuendorf, 2017). Hasil perhitungan pada sampel uji tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,93. Angka ini merepresentasikan tingkat persetujuan yang sangat kuat (*almost perfect agreement*), sehingga instrumen pengkodean terbukti reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan objektivitasnya untuk digunakan dalam mengklasifikasikan seluruh populasi.

Tabel 1. Subkode dan Parameter untuk kode isi pesan

No	Subkode	Parameter
1	Diseminasi Informasi Umum	Diukur dari konten yang menyampaikan informasi-informasi umum.
2	Komunikasi Pembangunan Citra	Diukur dari konten yang memuat informasi pencapaian.
3	Komunikasi Pembangunan Partisipatif	Diukur dari konten yang memuat pesan/kegiatan pembangunan yang melibatkan masyarakat.
4	Informasi program pembangunan	Diukur dari konten yang menyampaikan informasi rencana, pelaksanaan, dan capaian program.
5	Komunikasi Pembangunan Kolaboratif	Diukur dari konten kerja sama lintas instansi, serta kemitraan pemerintah dengan sektor swasta, BUMN/BUMD, institusi pendidikan, maupun entitas kelembagaan lainnya..
6	Promosi Inovasi Program Pembangunan	Diukur dari unggahan yang promosi program dan inovasi pembangunan.

Sumber: Diadaptasi dari Sumarwan et al., (2024)

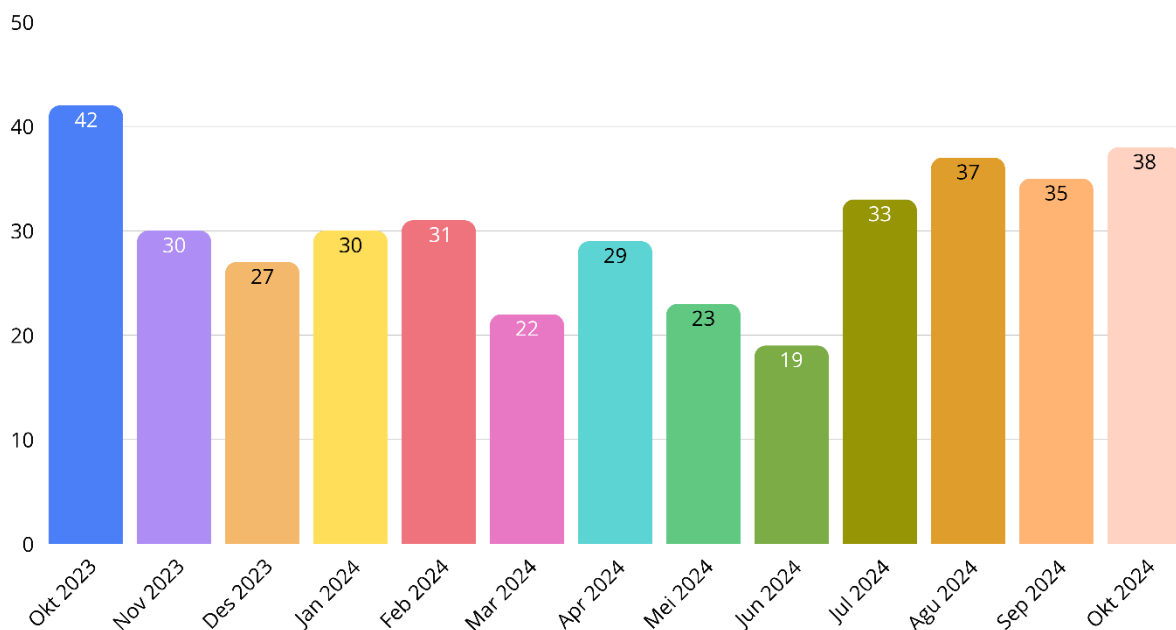
HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun instagram Pemkab Bangka dengan nama pengguna *@pemkab.bangka* diaktifkan pada Agustus 2019. Berdasarkan hasil pengamatan langsung pada tanggal 10 Oktober 2024, akun tersebut memiliki total 3.728 pengikut serta 3.343 postingan dengan konten berupa *feed post*, *reels*, dan *tagged*. Tampilan profil akun tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Akun Instagram Pemkab Bangka
Sumber: <https://www.instagram.com/pemkab.bangka/>

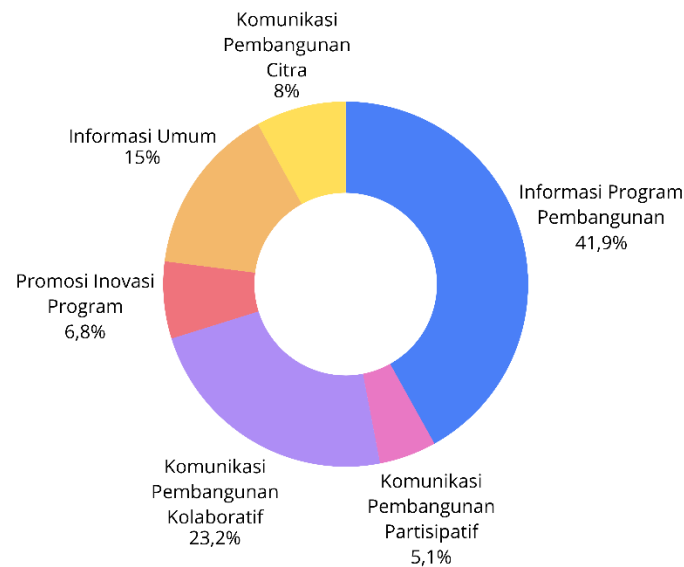
Total pengikut akun instagram *@pemkab.bangka* ini masih tergolong sangat rendah jika dikomparasikan dengan total jumlah penduduk Kabupaten Bangka, yakni hanya menjangkau sekitar 1,12% dari total populasi yang berjumlah 332.964 jiwa. Pengamatan terhadap konten yang diunggah selama periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024 berjumlah 513 postingan, dengan rerata unggahan harian mencapai 1,2 unggahan. Secara umum, sebaran aktivitas unggahan tidak merata sepanjang tahun dalam periode pengamatan, melainkan terkonsentrasi pada periode tertentu. Puncaknya secara signifikan terjadi pada bulan Oktober 2023 (42 unggahan), disusul Oktober 2024 (38 unggahan), dan Agustus 2024 (37 unggahan). Data tersebut kemudian dihitung berdasarkan bulannya, dan jenis postingan per bulan diklasifikasikan sesuai dengan enam parameter kode yang telah ditetapkan sebelumnya. Tren distribusi jumlah unggahan per bulan divisualisasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tren jumlah unggahan akun *@pemkab.bangka* (Oktober 2023-Oktober 2024)
Sumber: data primer yang terolah

Berdasarkan Gambar 2, terlihat lonjakan aktivitas yang signifikan dengan puncaknya terjadi pada bulan Oktober 2023 (42 unggahan). Tren aktivitas yang tinggi juga terlihat menjelang akhir periode pengamatan, yakni pada bulan Agustus 2024 (37 unggahan) dan Oktober 2024 (38 unggahan). Selanjutnya, dari total 513 postingan tersebut, data

diklasifikasikan ke dalam enam parameter kategori komunikasi pembangunan berdasarkan kerangka pengkodean yang telah ditetapkan. Proporsi dominasi untuk masing-masing kategori divisualisasikan secara persentase pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. Persentase kategori unggahan akun @pemkab.bangka
Sumber: data primer yang terolah

Berdasarkan pemetaan data pada Gambar 3, unggahan didominasi secara signifikan oleh kategori Informasi Program Pembangunan yang mencakup porsi terbesar yakni 41,9%. Konten di dalam kategori ini secara sistematis mendokumentasikan aktivitas birokrasi pemerintah, mulai dari tahap perencanaan (rapat persiapan RKPD, forum konsultasi RPJMD), tahap pelaksanaan (intervensi *stunting*, pasar murah, peresmian gedung Graha Maras, bimbingan teknis), hingga tahap monitoring dan evaluasi (rapat evaluasi PBB dan progres penurunan *stunting*). Dominasi kedua ditempati oleh Komunikasi Pembangunan Kolaboratif sebesar 23,2%. Kategori ini menyoroti kerja sama lintas kelembagaan dengan berbagai pemangku kepentingan makro, seperti Kemendagri, Kemenkes, BPK, Forkopimda, BUMN/BUMD, perguruan tinggi, hingga sektor swasta. Posisi ketiga diisi oleh Informasi Secara Umum dengan 15% yang memuat konten ucapan hari besar, peringatan hari keagamaan, serta ucapan selamat atau dukacita kepada tokoh maupun lembaga lain. Lebih lanjut, kategori Komunikasi Pembangunan Citra menempati porsi 8% yang secara spesifik menampilkan pencapaian dan perolehan penghargaan institusional. Sementara itu, kategori Promosi Inovasi Program Pembangunan memiliki proporsi 6,9% yang berisi informasi peluncuran aplikasi atau layanan digital, dan kategori yang menjadi indikator esensial dalam mengukur interaksi langsung dengan masyarakat, yakni Komunikasi Pembangunan Partisipatif, justru menempati proporsi paling rendah dengan hanya mencapai 5,1%.

Penggunaan instagram oleh Pemerintah Kabupaten Bangka dalam konteks komunikasi pembangunan mencerminkan upaya adaptasi terhadap perubahan lanskap komunikasi yang semakin didominasi oleh platform digital. Hal tersebut selaras dengan temuan Atnan & Sembada, (2025) bahwa konten visual dapat meningkatkan retensi audiens, di mana fitur interaktif Instagram sangat memungkinkan keterlibatan publik yang lebih dalam (Atnan & Sembada, 2025; Perea et al., 2021). Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintahan telah menggeser ekspektasi publik dari sekadar penerima informasi menjadi partisipan aktif dalam wacana publik, yang pada gilirannya diidealkan dapat meningkatkan transparansi dan kolaborasi tata kelola (Atnan & Imran, 2025; Ayanso & Moyers, 2019; Gintova, 2019a; Kartikawangi, 2020). Konsistensi kehadiran digital dengan rata-rata 1,2 unggahan per hari merupakan fondasi krusial dalam praktik kehumasan digital. Konsistensi ini menjadi sangat

relevan mengingat periode pengamatan (Oktober 2023 – Oktober 2024) merupakan fase krusial masa transisi kepemimpinan kepada Penjabat (Pj.) Bupati yang beririsan langsung dengan dinamika Pemilihan Umum serentak. Langkah mempertahankan keaktifan unggahan di tengah transisi tersebut memastikan kanal resmi tetap hidup, sehingga dapat diandalkan oleh publik sebagai bentuk transparansi (Setyarto & Judijanto, 2025) dan sumber informasi utama, terutama saat menghadapi masa krisis (Chen et al., 2020; Grover & Kar, 2020; Nadzir, 2019; Pang et al., 2021) merawat stabilitas informasi dan menunjukkan bahwa pelayanan birokrasi tetap berjalan normal di tengah masa transisi. Praktik yang dijalankan oleh @pemkab.bangka ini sangat mencerminkan fungsi *digital public relations* untuk membangun akuntabilitas. Sebagaimana ditegaskan oleh Asmawa et al. (2024), Lazor et al. (2024), dan Tariq (2025), praktik pelaporan kemajuan program dan pemanfaatan sumber daya melalui platform digital yang *real-time* sangat esensial untuk memproyeksikan keterbukaan institusi.

Namun, jika merujuk pada teori Komunikasi Pembangunan yang mengidealkan keterlibatan masyarakat (Servaes, 2008; Servaes & Malikhao, 2020a), temuan ini justru menunjukkan kondisi yang sebaliknya. Akun instagram @pemkab.bangka lebih dominan digunakan untuk komunikasi satu arah yang berorientasi pada diseminasi informasi dan pencitraan dengan akumulasi mencapai 71,7%. Tingginya akumulasi konten searah tersebut menegaskan bahwa akun ini cenderung difungsikan sebatas etalase digital untuk mendokumentasikan kinerja lembaga tanpa mengekspektasikan umpan balik yang signifikan, sehingga mengaburkan potensi dialogis media sosial itu sendiri (Ferrández-Mas, 2025; Riebe et al., 2025). Selaras dengan argumen tersebut, berbagai studi juga menunjukkan bahwa meskipun media sosial berpeluang memfasilitasi partisipasi publik, pada kenyataannya masih banyak instansi pemerintah yang kesulitan memanfaatkannya. Keterlibatan publik yang sesungguhnya tetap terbatas akibat berbagai tantangan, seperti homogenisasi informasi, komunikasi yang emosional, dan postingan yang cenderung hanya dieksploitasi untuk menaikkan citra para elite (Nadzir, 2019; Ouyang & Bai, 2024; Schwoerer, 2023).

Dominasi kedua dari unggahan akun instagram @pemkab.bangka adalah subkode komunikasi pembangunan kolaboratif sebesar 23,04% dari total unggahan pada periode penelitian. konten pada subkode ini menyoroti kerja sama lintas lembaga dengan pemangku kepentingan makro seperti Kemendagri, Kemenkes, BPK, Forkopimda, BUMN/BUMD, sektor swasta, perguruan tinggi. Secara konseptual, hal ini mencerminkan pemahaman yang lebih luas tentang tata kelola modern yang berorientasi pada kemitraan kolaboratif sehingga meningkatkan implementasi kebijakan dan kinerja organisasi dengan memfasilitasi pertukaran informasi, ide dan sumberdaya (Conner, 2017) sehingga kualitas pengambilan keputusan dan hasil kebijakan menggabungkan beragam perspektif dan mendorong penyelesaian masalah publik untuk dipandang sebagai upaya kolektif (Khodyakov et al., 2016; Prysmakova-Rivera & Pysmenna, 2021). Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas implementasi kebijakan dan kinerja organisasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dan berbasis kepercayaan dengan para pemangku kepentingan (Bonetti et al., 2023; Hafezi, 2014; Virta & Malmelin, 2022). Dengan memanfaatkan perangkat dan strategi kolaboratif, organisasi dapat menavigasi kompleksitas tata kelola modern dan menciptakan sistem yang lebih inklusif dan adaptif (Hafezi, 2014; Klijn et al., 2025; Ngu & Amran, 2018).

Jika ditelaah lebih dalam, bahwa kolaborasi tersebut dominan bersifat eksklusif karena hanya bersirkulasi di antara elite pemerintahan dan korporasi, sehingga justru mempertegas elitisme komunikasi birokrasi. Realitas ini selaras fakta bahwa komunikasi pembangunan partisipatif yang seharusnya menyentuh masyarakat di akar rumput justru menempati posisi terendah yaitu 5,1%. Konsekuensi logis dari pola komunikasi yang elitis dan searah ini adalah kegagalan membangun keterlibatan organik masyarakat sipil, yang tervalidasi secara empiris oleh rendahnya interaksi di kolom komentar dan penetrasi pengikut akun yang hanya mampu menjangkau 1,1% (Atnan et al., 2024; Atnan & Sembada, 2025; Criado & Villodre, 2021; Dimitrijevska-Markoski, 2018; Mundy & Umer, 2013; Mustafa et al., 2022). rendahnya

interaksi dan penetrasi pengikut akun secara operasional juga dipengaruhi oleh jenis, kualitas, frekuensi konten sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens target secara langsung (Andrade-Cunha et al., 2025; Musu et al., 2024). Kondisi tersebut juga diperberat oleh dinamika perubahan algoritma Instagram yang kerap membatasi visibilitas jangkauan konten, sehingga postingan kelembagaan yang cenderung kaku menjadi semakin sulit menjangkau dan mendapatkan atensi dari publik secara luas (Pal et al., 2026). Akumulasi dari hambatan struktural dan operasional yang kaku serta terbatasnya visibilitas konten inilah yang menjadi tantangan krusial bagi Pemerintah Kabupaten Bangka dalam mengelola instagram.

Melalui penjabaran temuan-temuan di atas, penelitian ini menawarkan catatan kritis terhadap asumsi determinisme teknologi yang selama ini melekat dalam Teori Komunikasi Pembangunan. Secara normatif, teori ini mengidealkan bahwa adopsi media sosial oleh institusi pemerintah akan secara otomatis melahirkan ruang komunikasi emansipatoris yang memberdayakan (Kline, 2015; Wyatt, 2023). Namun, riset ini membuktikan sebaliknya: di bawah tekanan dinamika struktural masa transisi kepemimpinan dan polarisasi elektoral, arsitektur media sosial justru dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai instrumen untuk melanggengkan hegemoni informasi satu arah demi mitigasi risiko birokrasi. Untuk mengurai kompleksitas tantangan tersebut, Pemerintah Kabupaten Bangka tidak bisa sekadar mengandalkan perbaikan teknis visual, melainkan perlu melakukan transformasi strategis secara menyeluruh. Pergeseran paradigma dari pendekatan diseminasi searah menuju tata kelola informasi yang berpusat pada masyarakat (*citizen-centric*) menjadi sebuah keharusan. Transformasi ini dapat diwujudkan secara praktis dengan berani meninggalkan gaya komunikasi kaku dan mulai aktif memaksimalkan fitur interaktif Instagram seperti jajak pendapat, kolom respons pengaduan, maupun sesi diskusi langsung guna menyerap aspirasi masyarakat secara riil. Langkah ini esensial untuk mengembalikan esensi media sosial sebagai ruang deliberasi publik yang inklusif, bukan sekadar etalase pencitraan kelembagaan. Terlepas dari temuan dan evaluasi kritis tersebut, penelitian ini menyadari adanya sejumlah keterbatasan. Analisis secara spesifik hanya terbatas pada pemetaan konten di satu platform tunggal (Instagram) selama rentang pengamatan satu tahun, dan belum mengakomodasi motif internal pengelola akun (birokrasi) maupun tingkat kepuasan dari sisi audiens (warga). Oleh karena itu, riset lanjutan sangat direkomendasikan untuk menggali perspektif masyarakat sebagai pengguna akhir, serta mengeksplorasi dinamika manajerial di internal birokrasi, agar efektivitas komunikasi pembangunan di era digital dapat dievaluasi secara utuh dan komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis isi kuantitatif terhadap 513 unggahan akun instagram @pemkab.bangka selama periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh Pemerintah Kabupaten Bangka di era digital masih didominasi oleh fungsi diseminasi informasi satu arah. Hal ini terbukti dari tingginya kategori Informasi Program Pembangunan (41,9%) dan Komunikasi Pembangunan Kolaboratif antarlembaga (23,2%), sementara porsi untuk Komunikasi Pembangunan Partisipatif di tingkat akar rumput menempati posisi terendah (5,1%). Meskipun konsistensi kehadiran digital tetap terjaga untuk merawat stabilitas informasi di tengah dinamika elektoral dan masa transformasi kepemimpinan, strategi komunikasi yang diterapkan belum sepenuhnya mengoptimalkan potensi dialogis dan interaksi dua arah yang ditawarkan oleh platform media sosial.

Temuan ini memberikan kontribusi empiris yang memperkuat kritik dalam literatur Komunikasi untuk Pembangunan dan *Information and Communication Technologies for Development* terkait kelemahan asumsi determinisme teknologi. Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa ketersediaan infrastruktur digital tidak secara otomatis mendemokratisasi ruang kebijakan jika tidak disertai dengan perubahan kultur birokrasi. Adopsi platform modern oleh institusi negara nyatanya masih terperangkap pada pendekatan pembangunan *top-down*, di mana masyarakat tetap diposisikan sebagai objek penerima

informasi pasif, bukan sebagai subjek aktif yang dilibatkan dalam tata kelola pemerintahan secara bermakna.

Sebagai implikasi praktisnya, Pemerintah Kabupaten Bangka direkomendasikan untuk melakukan pergeseran paradigma kehumasan digital menuju tata kelola informasi yang berpusat pada masyarakat. Strategi komunikasi perlu direvitalisasi dengan memaksimalkan fitur-fitur interaktif media sosial, seperti jajak pendapat, forum diskusi, dan respons pengaduan publik yang dikelola secara dialogis. Transformasi ini krusial agar teknologi tidak sekadar menjadi instrumen rutinitas pelaporan administratif, melainkan benar-benar berfungsi sebagai ruang deliberasi publik yang inklusif dan partisipatif dalam pembangunan daerah.

Meskipun demikian, kajian ini memiliki keterbatasan karena fokus metodologisnya bersandar pada pemetaan konten kuantitatif di platform tunggal dalam rentang waktu tertentu, sehingga belum menjangkau kedalaman evaluasi dari sisi penerima pesan maupun dinamika internal aparatur birokrasi dalam merumuskan kebijakan konten. Oleh karena itu, riset lanjutan sangat direkomendasikan untuk menggunakan pendekatan kualitatif guna mengeksplorasi persepsi khalayak dan hambatan partisipasi masyarakat di akar rumput. Eksplorasi lanjutan tersebut akan melengkapi temuan ini, sehingga evaluasi terhadap efektivitas tata kelola komunikasi pembangunan dapat dilakukan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, A. (2024). Information and communication technology for development (ICT4D). In *Companion to Development Studies*. <https://doi.org/10.4324/9780429282348-104>
- Andrade-Cunha, M., Irimia-Diéguez, A., & Perea-Khalifi, D. (2025). Engagement and Experience Co-Creation: An Analysis of Hotel Instagram Profiles in Porto. *Journal of Tourism and Services*, 16(30), 143–164. <https://doi.org/10.29036/3xhbty24>
- Asmawa, Hakim, A., Hermawan, & Hayat, A. (2024). Transforming Public Policy in Developing Countries: A Comprehensive Review of Digital Implementation. *Journal of ICT Standardization*, 12(3), 337–364. <https://doi.org/10.13052/jicts2245-800X.1235>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*.
- Atnan, N., & Imran, A. I. (2025). The Impact of Engagement Interpretation on Efforts to Foster Social Media Engagement of The Bandung City Government, Indonesia. *Studies in Media and Communication*, 13(2), 222–233. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7438>
- Atnan, N., Prajarto, N., & Kurnia, N. (2024). Social Media Management in Local Government: A Case Study of Bandung City Government's Instagram and Twitter (X), Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 465–481. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-27>
- Atnan, N., & Sembada, W. Y. (2025). An analysis of digital environment structuring and its impact on engagement: a case study of the Bandung City government's social media accounts, Indonesia. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1628346>
- Ayanso, A., & Moyers, D. (2019). Social Media Use in the Public Sector. In *Open Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (Vols. 2–4, pp. 792–814). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9860-2.ch037>
- Baú, V. (2025). Reconceptualising Communication for Development: An Introduction. *Social Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/socsci14030156>
- Bonetti, L., Lai, A., & Stacchezzini, R. (2023). Stakeholder engagement in the public utility sector: Evidence from Italian ESG reports. *Utilities Policy*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2023.101649>
- BPS Kabupaten Bangka. (2024). *Kabupaten Bangka Dalam Angka*.
- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the

- COVID-19 crisis. *Computers in Human Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>
- Chowdhury, A., & Gow, G. A. (2024). Conclusion. In *Digital Communication for Agricultural and Rural Development Participatory Practices in A Post Covid Age*. <https://doi.org/10.4324/9781003282075-19>
- Conner, T. W. (2017). Exploring the Diverse Effects of Stakeholder Engagement on Organizational Performance. *American Review of Public Administration*, 47(6), 634–647. <https://doi.org/10.1177/0275074015618785>
- Criado, J. I., & Villodre, J. (2021). Delivering public services through social media in European local governments. An interpretative framework using semantic algorithms. *Local Government Studies*, 47(2), 253–275. <https://doi.org/10.1080/03003930.2020.1729750>
- Delbosc, A., & Mokhtarian, P. (2018). Face to Facebook: The relationship between social media and social travel. *Transport Policy*, 68, 20–27. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.04.005>
- Desmal, A. J., Alsaeed, M., Hamid, S., & Zulait, A. H. (2023). Leveraging Social Media in Mobile Government: Enhancing Citizen Engagement and Service Delivery. *International Conference on Engineering Technologies and Applied Sciences: Shaping the Future of Technology through Smart Computing and Engineering, ICETAS 2023*. <https://doi.org/10.1109/ICETAS59148.2023.10346362>
- Dimitrijevska-Markoski, T. (2018). Exploring municipal utilization of social media in performance measurement and management. *Public Administration Issues*, 2018(6), 98–106. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2018-0-6-98-106>
- Ferrández-Mas, A. (2025). Social Media as a Public Relations Tool for Regional Governments: Institutional Credibility in the World of Misinformation. *Palabra Clave*, 28. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.s1.9>
- Gintova, M. (2019). Examining social media use by immigration agencies in Canada: Privacy, quality and effectiveness. *ACM International Conference Proceeding Series*, 117–125. <https://doi.org/10.1145/3328529.3328552>
- Gowrishankar, R., Shivakumar, S., Brindha, T. C., Dhanasekar, E., Gokila, R., & Prema, R. (2024). Analysing Customer Ideas, Opinions, and Preferences Towards Social Media Platforms: Insights and Implications with Special Reference to Coimbatore City. In *Studies in Big Data* (Vol. 163, pp. 527–539). https://doi.org/10.1007/978-3-031-73632-2_45
- Grover, P., & Kar, A. K. (2020). “#Government” - Understanding Dissemination, Transparency, Participation, Collaboration and Engagement on Twitter for Citizens. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 617, 365–376. https://doi.org/10.1007/978-3-030-64849-7_33
- Hafezi, A. (2014). Public collaboration and the role of elites in development. *Advances in Environmental Biology*, 8(6 SPEC. ISSUE 2), 1622–1626. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84901452510&partnerID=40&md5=105fa23a82af5499f923b6097a4cd002>
- Hickey, S., & Kothari, U. (2009). Participation. In *International Encyclopedia of Human Geography*. <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00113-9>
- Holone, H. (2012). Inclusion by accessible social media: Introduction to the special thematic session. In *Lecture Notes in Computer Science Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics: 7382 LNCS* (Number PART 1). https://doi.org/10.1007/978-3-642-31522-0_83
- Hysa, B., Karasek, A., & Zdonek, I. (2021). Social media usage by different generations as a tool for sustainable tourism marketing in society 5.0 idea. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su13031018>

- Kartikawangi, D. (2020). Focus group based evaluation of social media usage in Indonesia's digital government. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(1), 41–58. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2020.8.1.41>
- Kean, K. H. (2025). Inclusive communication. In *Supporting Childrens Speech Language and Communication Needs*. <https://doi.org/10.4324/9781003671626-5>
- Khodyakov, D., Savitsky, T. D., & Dalal, S. (2016). Collaborative learning framework for online stakeholder engagement. *Health Expectations*, 19(4), 868–882. <https://doi.org/10.1111/hex.12383>
- Klijn, E. H., Koppenjan, J., Spekkink, W., & Warsen, R. (2025). GOVERNANCE NETWORKS IN THE PUBLIC SECTOR, 2nd Edition. In *Governance Networks in the Public Sector, 2nd Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781003402138>
- Kline, R. R. (2015). Technological Determinism. In *International Encyclopedia of the Social Behavioral Sciences Second Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.85034-5>
- Lazor, O., Lazor, O., Zubar, I., Zabolotnyi, A., & Yunk, I. (2024). The Impact of Digital Technologies on Ensuring Transparency and Minimising Corruption Risks among Public Authorities. *Pakistan Journal of Criminology*, 16(2), 357–374. <https://doi.org/10.62271/pjc.16.2.357.374>
- Lee, I. (2014). Integrating social media into business practice, applications, management, and models. In *Integrating Social Media into Business Practice, Applications, Management, and Models*. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6182-0>
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604.
- Mogha, V., & Tebourbi, N. (2025). Digital platform to scale initiatives for community engagement and social impact: a case study in the Indian plastic recycling industry. *Journal of Asia Business Studies*, 19(3), 586–605. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2024-0389>
- Mseer, I., & Samhan, A. A. A. (2025). Social Media: Increasingly Interconnected World. In *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 586, pp. 1375–1381). https://doi.org/10.1007/978-3-031-87550-2_91
- Mukhongo, L. L. (2025). Participatory media cultures. In *Elgar Encyclopedia of Political Communication Volume 1 3* (Vol. 3). <https://doi.org/10.4337/9781035301447.vol3.00038>
- Mundy, D., & Umer, Q. (2013). Reflections on UK local government challenges in the use of Twitter as a communications channel. *International Journal on Advances in Life Sciences*, 5(3–4), 115–125. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84892378477&partnerID=40&md5=dcf0b3ae5be50899bca965d4919f4aae>
- Mustafa, M. Z., Ariffin, M. Y. M., & Sofian, M. R. M. (2022). Exploring Practice and Engagement of Instagram by Malaysia Ministries During Covid-19. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 258–271. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3803-16>
- Musu, W., Samsie, I., Fawait, A. B., Lempan, N., Nurliah, Gabriel, M. M., & Sinar. (2024). Trend and Correlation Analysis of Instagram Activity Using Data Mining and Statistics. *2024 6th International Conference on Cybernetics and Intelligent System Icoris 2024*. <https://doi.org/10.1109/ICORIS63540.2024.10903903>
- Nadzir, M. M. (2019). Proposed e-government 2.0 Engagement Model based on Social Media Use in Government Agencies. *2019 IEEE Conference on E-Learning, e-Management and e-Services, IC3e 2019*, 16–19. <https://doi.org/10.1109/IC3e47558.2019.8971778>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (Second). SAGE Publications, Inc.

- Ngu, S. B., & Amran, A. (2018). Materiality disclosure in sustainability reporting: fostering stakeholder engagement. *Strategic Direction*, 34(5), 1–4. <https://doi.org/10.1108/SD-01-2018-0002>
- Ouyang, Y., & Bai, X. (2024). Social media for public participation in urban planning in China based on place attachment-- a case of the Guangzhou banyan tree incident. *Frontiers in Built Environment*, 10. <https://doi.org/10.3389/fbuil.2024.1523576>
- Öze, N. (2019). Social media usage patterns and differences among generations: The case of northern Cyprus. *Proceedings of the 6th European Conference on Social Media, ECISM 2019*, 238–246. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85069955537&partnerID=40&md5=4bd09a9591c06d5f66339fda6be912e6>
- Pal, A., Chauhan, A., Mishra, A., & Chaudhry, M. (2026). A Data-Driven Study on Instagram Reach Prediction. *Proceedings of 2nd International Conference on Multi Agent Systems for Collaborative Intelligence Icmsci 2026*, 466–472. <https://doi.org/10.1109/ICMSCI67830.2026.11469564>
- Pang, P. C.-I., Cai, Q., Jiang, W., & Chan, K. S. (2021). Engagement of government social media on facebook during the COVID-19 pandemic in Macao. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph18073508>
- Perea, D., Bonsón, E., & Bednárová, M. (2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly*, 38(3). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101579>
- Prysmakova-Rivera, S., & Pysmenna, O. (2021). Collaborative governance: Processes, benefits and outcomes. In *Handbook of Theories of Public Administration and Management* (pp. 80–96). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85130126424&partnerID=40&md5=dae0167108699bdd76cc98f4cfc7624e>
- Rao, S. N. T., Moturi, S., Mothe, S., Harsha, R. L. S., Shaik, N., Rohit, S. V. S. M., & Reddy, D. V. (2025). Fake Profile Detection Using Machine Learning. *2025 IEEE International Conference on Interdisciplinary Approaches in Technology and Management for Social Innovation, IATMSI 2025*. <https://doi.org/10.1109/IATMSI64286.2025.10985667>
- Riebe, T., Guntrum, L. G., Reichert, L., & Reuter, C. (2025). Social media in crisis communication: insights from peace operations on the African continent. *I-Com*, 24(2), 363–384. <https://doi.org/10.1515/icom-2025-0006>
- Rocha Lourenço, F., Oliveira, R., & Tymoshchuk, O. (2025). Social Media as a Tool for Promoting Inclusion: An Analysis of the Facebook and Instagram Pages of Inclusive Spaces. *International Conference on Information and Communication Technologies for Ageing Well and E Health Ict4awe Proceedings*, 141–152. <https://doi.org/10.5220/0013440000003938>
- Schwoerer, K. (2023). An exploratory study of social media's role in facilitating public participation in e-rulemaking using computational text analysis tools. *Policy and Internet*, 15(2), 178–203. <https://doi.org/10.1002/poi3.332>
- Servaes, J. (2008). Communication for development and social change. In *Communication for Development and Social Change*. <https://doi.org/10.4135/9788132108474>
- Servaes, J., & Malikhao, P. (2020a). Communication for development and social change: Three development paradigms, two communication models, and many applications and approaches. In *Handbook of Communication for Development and Social Change*. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3_110
- Servaes, J., & Malikhao, P. (2020b). Communication for development and social change: Three development paradigms, two communication models, and many applications and approaches. In *Handbook of Communication for Development and Social Change*. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3_110

- Setyarto, D. B., & Judijanto, L. (2025). The role of e-government in increasing transparency and accountability of public administration in the digital era. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(2), 1771–1783. <https://doi.org/10.55214/25768484.v9i2.4908>
- Siregar, R. B. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2023). ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DI KOTA MEDAN. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 1047–1054. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.720>
- Song, C., & Lee, J. (2016). Citizens Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance and Management Review*, 39(2), 430–453. <https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1108798>
- Stephen, M. C., & Daniel, C.-M. (2024). Content Analysis. In *Understanding Communication Research Methods: A Theoretical and Practical Approach, Fourth Edition* (4th Edition, pp. 145–160). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003432173-14>
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Aprilia, A. A. T., & Indriani, A. N. (2024). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(02), 124–137. <https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Suri, D. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi dalam Perwujudan Pembangunan Nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 177–187. <https://doi.org/10.46937/17201926848>
- Tariq, M. U. (2025). Harnessing 4IR technologies: Innovating the digital preservation of indigenous knowledge. In *Revaluation and Preservation of Indigenous Knowledge Systems in Modern Society*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7964-6.ch016>
- Virta, S., & Malmelin, N. (2022). Managing Organisational Tensions in Cross-Sector Collaboration: The Case of Mediapolis. *Media and Communication*, 10(1), 43–53. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4394>
- Wahyuningtyas, I. (2025, August 19). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. <https://www.tempo.co/digital/daftar-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2060584>.
- Wanjari, U., Kadam, S., Raj, C., Anawade, P., & sharma, D. (2026). Bridging the Digital Divide: The Role of ICT in Promoting Inclusive Social and Economic Development. In *Lecture Notes in Networks and Systems: 1469 LNNS*. https://doi.org/10.1007/978-981-96-7807-5_19
- Wilkins, K. G. (2008). Development Communication. In *International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecd020.pub3>
- Wyatt, S. (2023). Technological Determinism: What It Is and Why It Matters. In *Technology Ethics A Philosophical Introduction and Readings*. <https://doi.org/10.4324/9781003189466-6>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>