

Implementasi Prinsip *New Public Service* Dalam Pengelolaan Akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo

Shabrina Faradila¹, Muhammad Agus Muljanto²

¹UPN “Veteran” Jawa Timur

²UPN “Veteran” Jawa Timur

E-mail: shabrinafr19@gmail.com

Article History:

Received: 20 Maret 2026

Revised: 27 Maret 2026

Accepted: 05 April 2026

Kata Kunci: *New Public Service, Instagram Pemerintah, Diskominfo, Komunikasi Publik, Pelayanan Publik Digital*

Abstrak: *Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji penerapan prinsip New Public Service (NPS) dalam pengelolaan akun Instagram milik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo sebagai sarana komunikasi publik pemerintah daerah. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati konten yang dipublikasikan di Instagram, melakukan wawancara dengan pihak pengelola akun, serta mengkaji dokumentasi aktivitas digital yang mencakup unggahan, komentar, dan respons berupa tanda suka. Analisis data dilakukan dengan menjadikan teori New Public Service dari Denhardt dan Denhardt sebagai kerangka analisis, khususnya pada prinsip orientasi kepentingan publik, pelayanan warga negara, akuntabilitas, dan nilai kemanusiaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram Diskominfo Sidoarjo telah dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi publik yang terbuka, informatif, dan mudah diakses masyarakat. Namun demikian, pola komunikasi masih cenderung satu arah dan partisipasi publik dalam bentuk dialog belum optimal. Oleh karena itu, penguatan aktivitas interaktif dan ruang komunikasi dua arah diperlukan agar pengelolaan media sosial pemerintah semakin mencerminkan nilai-nilai New Public Service secara utuh.*

PENDAHULUAN

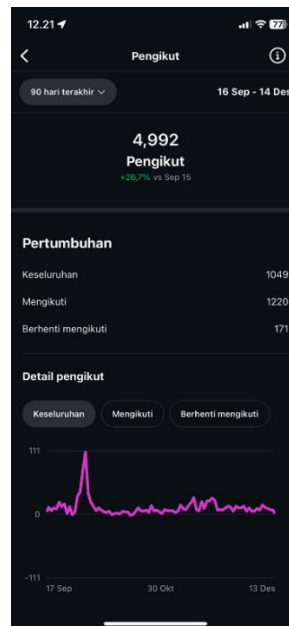
Media sosial menempati posisi yang sangat penting sebagai media komunikasi massa sejalan dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi serta penggunaan internet nirkabel di era saat ini. Meningkatnya penggunaan perangkat komunikasi yang kian efisien, seperti jaringan Wi-Fi, gawai, serta telepon pintar berbasis layanan internet, disertai dengan berkembangnya berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan sejenisnya, menjadikan informasi yang disampaikan oleh individu, media massa, instansi pemerintah, maupun pihak lainnya dapat diakses dengan cepat dan mudah oleh masyarakat. Situasi tersebut menyebabkan berbagai kejadian yang berlangsung di suatu daerah dapat tersebar luas dan berkembang menjadi topik diskusi yang signifikan serta menarik perhatian publik, terutama yang berkaitan dengan isu pelayanan publik, perkembangan pembangunan, permasalahan sosial dan politik, serta kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, banyak lembaga pemerintah, bahkan sejumlah kepala daerah telah memanfaatkan keberadaan situs resmi maupun akun media sosial, baik yang

bersifat kelembagaan maupun akun pribadi kepala daerah.

Mengacu pada laporan *We Are Social* dan *Meltwater*, jumlah pengguna Instagram secara global mencapai 1,91 miliar pada Oktober 2025 (DataIndonesia.Id, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 23,1% populasi dunia telah memanfaatkan platform berbagi foto dan video tersebut (DataIndonesia.Id, 2025). Pada Oktober 2025, jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai sekitar 108 juta akun (Rizaty, 2025). Angka tersebut menempatkan Indonesia di posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil, sekaligus menjadi yang tertinggi di kawasan Asia. Berdasarkan data Statista dan Data Indonesia, peningkatan ini merefleksikan kuatnya posisi Indonesia dalam ekosistem digital Meta maupun lanskap media sosial secara umum (Rizaty, 2025). Secara demografis, sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia berada pada rentang usia 25–34 tahun, dengan komposisi pengguna perempuan yang sedikit lebih dominan dibandingkan laki-laki (Rizaty, 2025).

Kinerja pemerintah dalam penyelenggaraan pelayanan publik kerap menghadapi hambatan berupa adanya jarak antara pemegang jabatan dan masyarakat, yang pada akhirnya menciptakan kesenjangan posisi antara pemerintah dan warga (Saleh, 2021). Pemerintah sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pelayanan publik perlu menempatkan kepentingan masyarakat sebagai prioritas utama. Hal tersebut diwujudkan melalui pemberian layanan yang tidak berbelarut-larut, kemudahan dalam proses pelayanan, serta adanya kepastian waktu, sehingga pelaksanaan administrasi dapat berjalan tepat waktu dan mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat (Indrawati et al., 2025). Pemanfaatan media sosial membuka berbagai peluang strategis dalam mendukung terwujudnya prinsip pemerintahan terbuka (Wirtz et al., 2018). Dalam praktik kehumasan, penggunaan Instagram dinilai cukup efektif untuk mempermudah penyampaian informasi, mengingat proses pengambilan dokumentasi visual dapat dilakukan secara langsung melalui telepon genggam atau *smartphone* (Farhatiningsih, 2018).

Akun Instagram Diskominfo digunakan sebagai sarana komunikasi publik untuk mendistribusikan informasi mengenai kebijakan, program, serta berbagai aktivitas pemerintah daerah kepada masyarakat. Melalui platform ini, Diskominfo berupaya menghadirkan akses informasi yang lebih terbuka, cepat, dan mudah dijangkau oleh warga sebagai bagian dari pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik.



Gambar 1. Insight Pengikut Instagram Diskominfo Sidoarjo

Berdasarkan data tiga bulan terakhir, akun Instagram Diskominfo tercatat memiliki sebanyak 4.992 pengikut. Dalam periode tersebut, jumlah akumulasi tanda suka (*likes*) mencapai 11.062, sementara jumlah komentar yang masuk relatif rendah, yakni hanya 196 komentar. Kondisi ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi masih didominasi oleh partisipasi pasif berupa pemberian tanda suka, sedangkan partisipasi aktif dalam bentuk dialog dan penyampaian pendapat melalui kolom komentar belum optimal. Melalui pendekatan teori *New Public Service* (NPS), penelitian ini memandang komunikasi publik pemerintah tidak semata-mata sebagai proses penyampaian informasi, melainkan juga sebagai sarana untuk meningkatkan partisipasi masyarakat serta membangun hubungan yang dialogis antara pemerintah dan warga negara.

LANDASAN TEORI

Menurut Kaplan dan Haenlein yang dikutip dalam Feroza & Misnawati (2020), media sosial dapat dipahami sebagai platform berbasis internet yang berkembang dari fondasi teknologi dan ideologi tertentu, sehingga memungkinkan pengguna untuk menciptakan serta mendistribusikan konten secara mandiri (*user-generated content*). Pemanfaatan media sosial membuka peluang yang luas sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah. Namun demikian, terdapat risiko bahwa pandangan kelompok tertentu yang bersifat minor dapat dianggap mewakili opini masyarakat secara keseluruhan (Kim et al., 2015).

Selain itu, media sosial turut mendorong proses demokratisasi dengan menyediakan ruang partisipasi bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak terlibat dalam proses perumusan kebijakan agar suaranya dapat tersampaikan (Mergel, 2013). Berbeda dari media konvensional yang umumnya berjalan secara satu arah, media sosial memberi ruang bagi publik untuk tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif sebagai penghasil informasi. Hal ini disebabkan oleh karakter media sosial yang dirancang untuk memfasilitasi pengguna dalam berbagi berbagai bentuk informasi, baik yang bersifat personal maupun nonpersonal, kepada pengguna lainnya (Ulayya et al., 2022).

Dari perspektif pemerintahan, pemanfaatan media sosial memberikan kesempatan yang

besar untuk memperluas partisipasi masyarakat dalam berbagai proses publik. Namun demikian, konten beserta informasi yang beredar di media sosial memiliki pengaruh kuat, sehingga terdapat potensi kesalahan dalam menafsirkan opini kelompok tertentu sebagai cerminan pandangan masyarakat secara umum. Oleh karena itu, efektivitas penggunaan media sosial oleh pemerintah bukan hanya bergantung pada kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga kepada kesediaan untuk mendengarkan, menanggapi, serta mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi publik. Melalui penyediaan ruang bagi kelompok yang sebelumnya kurang terwakili, media sosial berpotensi menjadi sarana efektif dalam mendorong keterlibatan masyarakat yang lebih inklusif dalam proses pengambilan keputusan.

New Public Service (NPS) adalah paradigma dalam administrasi publik yang diperkenalkan oleh Denhardt dan Denhardt sebagai jawaban atas kelemahan yang terdapat dalam pendekatan *Old Public Administration* dan *New Public Management* (NPM). Jika NPM menekankan efisiensi, kinerja, dan orientasi pasar, maka NPS menempatkan warga negara (*citizens*) sebagai pusat dari pelayanan publik, bukan sekadar pelanggan (*customers*) (Denhardt & Denhardt, 2015).

Paradigma NPS menegaskan bahwa tujuan utama administrasi publik bukan hanya mencapai efisiensi organisasi, melainkan melayani kepentingan publik, memperkuat demokrasi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Pemerintah dipandang sebagai fasilitator yang bekerja bersama warga negara untuk mencapai kepentingan bersama, bukan sebagai aktor tunggal yang dominan dalam pengambilan keputusan (Denhardt & Denhardt, 2015).

Dalam kerangka tersebut, keberhasilan pelayanan publik tidak hanya dinilai berdasarkan output atau tingkat produktivitas, melainkan juga pada sejauh mana kebijakan serta layanan publik mampu merepresentasikan nilai-nilai demokrasi, keadilan, akuntabilitas, dan daya tanggap terhadap kebutuhan masyarakat. Denhardt & Denhardt (2015) merumuskan beberapa prinsip utama dalam *New Public Service*, antara lain:

1. *Serve citizens, not customers.* Pemerintah harus melayani warga negara sebagai pemilik kedaulatan, bukan memperlakukan mereka semata sebagai pelanggan layanan publik.
2. *Seek the public interest.* Kepentingan publik dibangun melalui dialog dan partisipasi masyarakat, bukan ditentukan sepihak oleh pemerintah.
3. *Value citizenship over entrepreneurship.* Nilai kewargaan, partisipasi, dan tanggung jawab sosial lebih diutamakan daripada orientasi kewirausahaan dan keuntungan.
4. *Think strategically, act democratically.* Pemerintah perlu berpikir strategis dalam kebijakan, namun tetap menjunjung tinggi proses demokratis dalam implementasinya.
5. *Serve rather than steer.* Peran pemerintah adalah melayani dan memfasilitasi, bukan mengendalikan secara dominan.
6. *Value people, not just productivity.* Manusia dan nilai-nilai kemanusiaan harus dihargai lebih dari sekadar pencapaian kinerja atau produktivitas.
7. *Accountability isn't simple.* Akuntabilitas publik tidak hanya kepada atasan atau aturan formal, tetapi juga kepada masyarakat, hukum, dan nilai etika publik.

Prinsip-prinsip tersebut menegaskan bahwa administrasi publik harus berorientasi pada nilai, etika, dan kepentingan warga negara, bukan hanya pada efisiensi teknokratis. Dalam era digital, prinsip *New Public Service* semakin relevan dalam pengelolaan pelayanan publik berbasis teknologi, termasuk pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah. Media digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, partisipasi publik, transparansi informasi, serta keterlibatan masyarakat secara lebih luas. Pengelolaan media sosial pemerintah yang berlandaskan prinsip NPS menuntut pemerintah untuk tidak hanya menyebarkan informasi secara satu arah, tetapi juga mendengarkan aspirasi publik, merespons kebutuhan masyarakat, dan membangun

.....

hubungan yang setara antara pemerintah dan warga negara. Dengan demikian, media sosial dapat berfungsi sebagai ruang demokratis yang mendukung keterbukaan informasi dan akuntabilitas publik (Denhardt & Denhardt, 2015).

Penelitian terdahulu berjudul “Pengelolaan Akun Instagram @dishubkotabogor oleh Humas Dinas Perhubungan Kota Bogor dalam Penyebaran Informasi Publik” yang ditulis oleh Noor et al. (2025) membahas pengelolaan media sosial oleh instansi pemerintah. Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, serta kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Dinas Perhubungan Kota Bogor mengelola akun Instagram secara konsisten dengan menerapkan strategi konten yang informatif, edukatif, dan interaktif melalui pemanfaatan fitur *Story*, *Reels*, dan IGTV. Penerapan komunikasi dua arah terlihat dari interaksi dengan masyarakat melalui kolom komentar dan pesan langsung, yang turut diperkuat melalui kolaborasi dengan instansi terkait. Sementara itu, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, penentuan waktu publikasi konten, serta penyesuaian topik dengan isu-isu terkini. Untuk menjaga efektivitas penyampaian informasi, dilakukan evaluasi secara berkala guna meningkatkan kepercayaan publik dan mendukung keterbukaan informasi pemerintah.

Penelitian terdahulu oleh Maypiyani et al. (2024) meneliti penerapan *New Public Service* (NPS) pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Tangerang dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip NPS telah diterapkan melalui orientasi pelayanan kepada warga negara dan kepentingan publik, meskipun menemukan kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia dan belum optimalnya pemahaman aparatur terhadap nilai-nilai NPS.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan secara komprehensif fenomena pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo. Metode yang diterapkan adalah studi kasus dengan fokus pada satu objek penelitian, yakni akun Instagram resmi Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, sehingga memungkinkan diperolehnya pemahaman yang utuh mengenai praktik pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Pertama, observasi terhadap konten yang dipublikasikan pada akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, meliputi ragam konten, pesan yang disampaikan, serta pola penyajian informasi kepada masyarakat. Kedua, wawancara dengan pengelola akun Instagram dilakukan untuk memperoleh data primer yang berkaitan dengan strategi, proses, dan pertimbangan dalam pengelolaan konten media sosial. Ketiga, dokumentasi dimanfaatkan sebagai data pendukung yang mencakup arsip unggahan, hasil tangkapan layar konten, serta bentuk interaksi pengguna, seperti komentar, tanda suka, dan jangkauan konten.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui sejumlah tahapan, meliputi proses reduksi data untuk menyeleksi dan menyederhanakan data sesuai dengan fokus penelitian, penyajian data dalam bentuk pemaparan deskriptif, serta penarikan kesimpulan guna merumuskan temuan penelitian berdasarkan pola dan makna yang dihasilkan dari data yang telah dianalisis.

Dalam proses analisis, penelitian ini menjadikan teori *New Public Service* (NPS) yang dikembangkan oleh Denhardt dan Denhardt sebagai kerangka analitis. Teori tersebut dimanfaatkan untuk mengkaji sejauh mana pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo telah mencerminkan nilai-nilai utama NPS, antara lain orientasi pada kepentingan publik, keterlibatan masyarakat, akuntabilitas, transparansi, serta peran pemerintah sebagai pelayan bagi warga negara.

Melalui penerapan teori NPS, penelitian ini memandang praktik komunikasi publik pemerintah tidak semata-mata sebagai kegiatan penyampaian informasi, melainkan juga sebagai sarana untuk membangun partisipasi serta hubungan yang bersifat dialogis antara pemerintah dan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *New Public Service* berlandaskan pada pengakuan atas legitimasi dan kemampuan warga negara dalam sistem pemerintahan yang demokratis. Dalam pandangan ini, warga negara tidak hanya dipersepsikan sebagai individu yang bertindak berdasarkan kepentingan pribadi, tetapi sebagai aktor yang menjunjung tinggi nilai, kepercayaan, serta kepedulian terhadap sesama. Dengan demikian, warga negara ditempatkan sebagai pemilik pemerintahan (*owners of government*) yang berperan untuk berkolaborasi dengan pemerintah dalam mencapai tujuan bersama demi kepentingan negara. Kepentingan publik dipahami sebagai hasil dari proses dialog yang bersifat dua arah dan keterlibatan aktif masyarakat dalam merumuskan nilai serta kepentingan bersama antara pemerintah dan warga negara, sehingga tidak lagi dimaknai sebatas penggabungan kepentingan semata. Selanjutnya, (Denhardt & Denhardt, 2015) mengemukakan beberapa prinsip utama dalam kerangka *New Public Service*, yaitu:

1. Prinsip *Serve Citizens, Not Customer*



Gambar 2. Tampilan Feeds Instagram Diskominfo Sidoarjo

Prinsip *Serve Citizens, Not Customers* dalam kerangka *New Public Service* Denhardt & Denhardt (2015) berkata bahwa pelayanan publik harus memosisikan masyarakat sebagai warga negara yang memiliki hak atas informasi, bukan sebagai pelanggan yang sekadar menerima layanan. Dalam konteks pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, prinsip ini berarti bahwa media sosial pemerintah tidak dikelola layaknya akun komersial yang berorientasi pada promosi, citra, atau peningkatan *engagement* semata, melainkan sebagai sarana pelayanan informasi publik yang melekat pada tugas dan fungsi pemerintah daerah.

Berdasarkan pengamatan terhadap akun Instagram @diskominfosidoarjo, konten

yang disajikan menunjukkan orientasi pada pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Sidoarjo. Unggahan yang ditampilkan didominasi oleh informasi mengenai program pemerintah daerah, kegiatan pelayanan publik, literasi digital, pengumuman resmi, serta sosialisasi kebijakan dan isu strategis yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat. Pola ini mencerminkan bahwa akun Instagram tersebut tidak semata digunakan untuk membangun citra kelembagaan, tetapi diarahkan untuk menjalankan fungsi informatif dan edukatif sebagai bagian dari hak masyarakat atas keterbukaan informasi publik.

Prinsip *serve citizens, not customers* juga tercermin dari substansi pesan yang disampaikan dalam konten Instagram Diskominfo Sidoarjo. Informasi yang dibagikan lebih menekankan pada manfaat publik, seperti peningkatan literasi digital, kesadaran masyarakat terhadap kebijakan pemerintah daerah, serta pemahaman mengenai layanan publik yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi utama pengelolaan akun bukanlah untuk mengejar popularitas, jumlah *likes*, atau pertumbuhan pengikut semata, melainkan untuk memastikan bahwa masyarakat memperoleh informasi yang benar, relevan, dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai warga Kabupaten Sidoarjo.

Meskipun pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo telah menunjukkan upaya untuk menerapkan prinsip *Serve Citizens, Not Customers*, dalam praktiknya masih terdapat beberapa keterbatasan. Salah satu kelemahan utama adalah pola komunikasi yang cenderung masih dominan satu arah. Meskipun kolom komentar dan fitur pesan langsung tersedia, tidak semua interaksi masyarakat mendapatkan respons yang konsisten, cepat, atau mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi Instagram sebagai ruang dialog publik belum sepenuhnya optimal dan masih lebih banyak berperan sebagai media penyampaian informasi daripada sebagai wadah komunikasi dua arah yang aktif.

Selain itu, pelayanan warga melalui Instagram masih menghadapi keterbatasan dalam hal penanganan aspirasi dan keluhan masyarakat. Tidak seluruh komentar atau pesan yang mengandung kritik, pertanyaan lanjutan, atau persoalan spesifik dapat ditindaklanjuti secara langsung melalui akun tersebut. Dalam konteks prinsip *serve citizens*, kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya merasakan Instagram sebagai saluran pelayanan yang responsif, melainkan lebih sebagai media informasi umum. Akibatnya, hak warga untuk memperoleh tanggapan yang memadai atas aspirasinya belum sepenuhnya terpenuhi.

Temuan ini konsisten dengan penelitian tentang pelayanan BPJS melalui aplikasi Mobile JKN yang mengadopsi prinsip *Serve Citizens, Not Customers* dalam kerangka *New Public Service*, yang menegaskan bahwa masyarakat diposisikan sebagai warga negara dengan hak atas informasi serta pelayanan yang tanggap, bukan semata sebagai pengguna layanan (Meyriyani et al., 2024). Kesamaan tersebut tercermin dalam fokus penyelenggaraan layanan informasi publik dan pemenuhan hak masyarakat, meskipun pada implementasinya masih dijumpai keterbatasan dalam tingkat interaksi dan responsivitas pelayanan.

Kelemahan lain terlihat pada penyajian konten yang masih bersifat informatif-administratif dan belum sepenuhnya berorientasi pada pengalaman warga (*citizen-centered*). Sebagian konten masih disampaikan dengan gaya birokratis, menggunakan bahasa formal, serta minim narasi yang menggambarkan kebutuhan, perspektif, atau permasalahan nyata yang dihadapi masyarakat. Kondisi ini dapat mengurangi kedekatan emosional antara pemerintah dan warga, sehingga interaksi yang terbangun belum

sepenuhnya mencerminkan hubungan pelayanan yang humanis sebagaimana ditekankan dalam *New Public Service*.

Di sisi lain, penggunaan indikator keberhasilan pengelolaan akun Instagram masih cenderung berbasis metrik digital, seperti jumlah unggahan, *likes*, atau *reach*, dibandingkan pada kualitas pemenuhan hak informasi warga (Wiratama, 2022). Ketika keberhasilan lebih sering diukur secara kuantitatif, terdapat risiko bahwa orientasi pelayanan warga bergeser ke arah performa media sosial, bukan pada sejauh mana akun tersebut benar-benar membantu masyarakat memahami kebijakan atau mengakses layanan publik. Hal ini bertentangan dengan esensi prinsip *serve citizens*, yang menekankan kualitas hubungan dan pelayanan, bukan produktivitas semata.

2. Prinsip *Seek the Public Interest*



Gambar 3. Insight Instagram Diskominfo Sidoarjo

Prinsip *Seek the Public Interest* dalam teori Denhardt & Denhardt (2015) menegaskan bahwa tujuan utama pelayanan *New Public Service* adalah mengupayakan dan mewujudkan kepentingan publik, bukan kepentingan organisasi, elite, maupun kelompok tertentu. Kepentingan publik dalam perspektif ini tidak dipahami sebagai sesuatu yang sudah ada secara tunggal, melainkan dibangun melalui komunikasi, keterbukaan informasi, serta interaksi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam konteks pengelolaan media sosial pemerintah, prinsip ini mengharuskan akun resmi pemerintah dikelola sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang relevan, dibutuhkan, dan berdampak langsung bagi masyarakat luas (Mergel, 2013).

Dalam pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo (@diskominfosidoarjo), prinsip *seek the public interest* tercermin dari substansi konten yang diunggah. Mayoritas unggahan berisi informasi mengenai program pemerintah daerah, kegiatan pelayanan publik, sosialisasi kebijakan, literasi digital, serta informasi strategis yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Sidoarjo. Konten-konten tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram tidak semata difungsikan sebagai media dokumentasi kegiatan instansi, tetapi juga sebagai kanal diseminasi informasi publik yang bertujuan

meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah daerah.

Selain itu, penggunaan Instagram sebagai media komunikasi memungkinkan Diskominfo Sidoarjo menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Penyampaian informasi melalui visual, infografis, dan video pendek memudahkan masyarakat memahami isu-isu publik yang sebelumnya cenderung bersifat teknis atau birokratis. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai instrumen strategis dalam mengupayakan kepentingan publik melalui penyederhanaan informasi dan peningkatan aksesibilitas informasi bagi warga. Hal ini sejalan dengan prinsip *seek the public interest*, di mana pemerintah berkewajiban memastikan bahwa informasi publik dapat diakses dan dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.

Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh tentang pelayanan administrasi kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Tangerang, yang menunjukkan penerapan prinsip *Seek the Public Interest* dalam kerangka *New Public Service (NPS)* melalui pelaksanaan layanan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat, kemudahan akses pelayanan, serta pemenuhan hak publik secara adil tanpa diskriminasi.

Namun demikian, dalam implementasinya, upaya mengedepankan kepentingan publik melalui Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo masih memiliki sejumlah keterbatasan. Salah satu kelemahan yang terlihat adalah bahwa kepentingan publik masih didefinisikan secara dominan dari sudut pandang pemerintah, bukan hasil dari proses dialog yang intensif dengan masyarakat. Konten yang diunggah sebagian besar bersifat informatif dan sosialisatif, namun ruang untuk menggali kebutuhan, aspirasi, atau isu yang sedang menjadi perhatian utama masyarakat belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan kata lain, kepentingan publik lebih banyak dipersepsikan sebagai apa yang perlu disampaikan pemerintah, bukan apa yang secara aktif diminta atau dirasakan masyarakat.

Keterbatasan lain terlihat pada minimnya mekanisme umpan balik yang terstruktur. Meskipun masyarakat dapat memberikan komentar atau tanggapan pada unggahan, tidak semua masukan tersebut direspons atau ditindaklanjuti secara terbuka. Akibatnya, Instagram belum sepenuhnya berfungsi sebagai ruang deliberatif untuk merumuskan kepentingan publik secara bersama-sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa prinsip *seek the public interest* masih cenderung dijalankan dalam bentuk penyampaian informasi satu arah, bukan sebagai proses komunikasi dua arah yang berkelanjutan.

Selain itu, sebagian konten masih berfokus pada agenda dan kegiatan pemerintah, seperti peliputan acara atau pencapaian instansi, yang meskipun penting, belum tentu selalu merepresentasikan kebutuhan paling mendesak masyarakat. Ketika narasi kepentingan publik lebih banyak dikaitkan dengan aktivitas kelembagaan, terdapat risiko bahwa media sosial pemerintah bergeser menjadi sarana legitimasi kinerja organisasi, bukan sepenuhnya sebagai alat untuk mengartikulasikan kepentingan bersama warga. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi kepentingan publik belum sepenuhnya terlepas dari kepentingan institusional.

Dengan demikian, disimpulkan bahwa prinsip *Seek the Public Interest* dalam pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo telah diupayakan melalui penyediaan informasi publik yang relevan dan mudah diakses masyarakat. Namun, implementasinya masih menghadapi keterbatasan dalam hal pendalaman aspirasi warga, dialog publik yang partisipatif, serta perumusan kepentingan publik yang benar-benar lahir dari interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan apabila pemanfaatan Instagram sebagai media pelayanan publik masih perlu peningkatan agar tidak

hanya sarana penyampaian informasi untuk kepentingan publik, tetapi juga menjadi ruang bersama dalam membentuk dan memperjuangkan kepentingan publik itu sendiri.

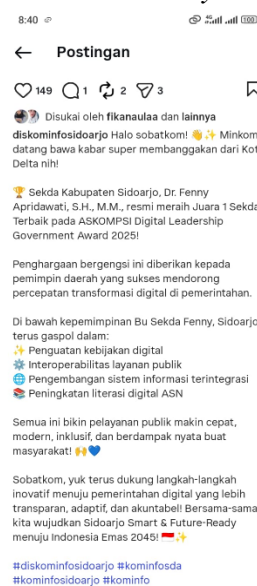
3. Prinsip *Value Citizenship Over Entrepreneurship*

Prinsip *Value Citizenship Over Entrepreneurship* dalam *New Public Service* menekankan bahwa tidak seharusnya penyelenggaraan pelayanan publik meniru logika kewirausahaan atau praktik bisnis yang berorientasi pada pasar. Denhardt menegaskan bahwa warga negara bukanlah konsumen yang hanya dinilai dari tingkat kepuasan atau respons pasar, melainkan subjek demokrasi yang memiliki hak, kewajiban, dan peran dalam kehidupan publik. Dalam konteks pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, prinsip ini berarti bahwa media sosial pemerintah tidak dikelola untuk mengejar popularitas, citra, atau keuntungan simbolik semata, tetapi diarahkan untuk memperkuat nilai kewargaan melalui penyediaan informasi, edukasi, dan ruang komunikasi publik.

Temuan ini konsisten dengan penelitian tentang pelayanan administrasi kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Tangerang yang dilakukan oleh Maypiyani et al. (2024) yang menunjukkan penerapan prinsip *Value Citizenship Over Entrepreneurship* dalam kerangka *New Public Service (NPS)*, di mana masyarakat diposisikan sebagai warga negara yang memiliki nilai kewargaan serta hak-hak demokratis, bukan sebagai konsumen atau sarana untuk memperoleh keuntungan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

Jika dilihat dari praktik pengelolaan akun @diskominfosidoarjo, konten yang disajikan cenderung berfokus pada informasi pemerintahan, kebijakan daerah, kegiatan pelayanan publik, serta literasi digital bagi masyarakat. Pola ini memperlihatkan apabila keberhasilan akun Instagram tidak hanya diukur dari jumlah *likes*, *followers*, atau tingkat *engagement* seperti pada akun komersial, melainkan dari sejauh mana informasi yang disampaikan bermanfaat bagi masyarakat sebagai warga Kabupaten Sidoarjo. Diskominfo tidak menempatkan masyarakat sebagai target pasar, tetapi sebagai warga yang perlu diberdayakan melalui akses informasi yang jelas, resmi, dan dapat dipercaya.

4. Prinsip *Think Strategically, Act Democratically*



Gambar 4. Contoh Caption Postingan Instagram Diskominfo Sidoarjo

Prinsip *Think Strategically, Act Democratically* dalam kerangka *New Public Service* menegaskan bahwa pemerintah perlu merancang strategi komunikasi publik secara terencana dan sistematis, namun pelaksanaannya harus tetap berpegang pada nilai-nilai demokrasi, seperti keterbukaan, inklusivitas, dan kepentingan masyarakat luas. Dalam pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, aspek berpikir strategis tercermin dari konsistensi tema konten yang diunggah, penggunaan format visual yang seragam, serta fokus pada isu-isu yang berkaitan langsung dengan kebijakan dan program pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi komunikasi pemerintah untuk menjangkau masyarakat secara luas dan efektif di era digital.

Pelaksanaan strategi tersebut juga memperlihatkan upaya bertindak secara demokratis melalui keterbukaan informasi dan akses yang setara bagi masyarakat. Informasi yang dibagikan melalui akun Instagram Diskominfo Sidoarjo bersifat publik dan dapat diakses oleh seluruh warga tanpa pembatasan, baik terkait kegiatan pemerintahan, layanan publik, maupun sosialisasi kebijakan daerah. Penyajian informasi dalam bentuk infografis, video singkat, dan bahasa yang relatif sederhana menunjukkan upaya pemerintah untuk menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan masyarakat, sehingga kebijakan dan program pemerintah dapat dipahami oleh berbagai lapisan warga sebagai bagian dari hak demokratis atas informasi.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Meyriyani et al. (2024) terkait penggunaan aplikasi Mobile JKN di BPJS Kota Tangerang, yang mencerminkan penerapan prinsip *Think Strategically, Act Democratically* dalam kerangka *New Public Service (NPS)* melalui penyusunan strategi pemanfaatan teknologi guna meningkatkan efisiensi pelayanan, meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat keterbatasan dalam memperluas partisipasi masyarakat secara inklusif.

Namun demikian, penerapan prinsip ini masih memiliki keterbatasan. Strategi komunikasi yang telah disusun cenderung lebih berfokus pada penyampaian agenda dan aktivitas pemerintah daripada pada penyediaan ruang deliberatif yang mendorong keterlibatan warga dalam proses pengambilan keputusan. Konten yang diunggah sebagian besar bersifat informatif dan sosialisatif, sehingga masyarakat lebih banyak diposisikan sebagai penerima informasi daripada sebagai subjek yang turut membentuk kebijakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun perencanaan komunikasi Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo telah dilakukan secara strategis, pelaksanaan nilai demokratisnya masih terbatas pada aspek keterbukaan informasi, dan belum sepenuhnya berkembang ke arah partisipasi publik yang lebih substantif.

5. Prinsip *Recognize That Accountability Isn't Simple*

Prinsip *Recognize That Accountability Isn't Simple* dalam kerangka *New Public Service* menegaskan bahwa akuntabilitas pemerintah tidak sebatas pada pertanggungjawaban administratif, tetapi juga melibatkan dimensi moral dan sosial kepada masyarakat. Dalam pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, prinsip ini tercermin melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi resmi pemerintah daerah kepada publik. Instagram dipergunakan untuk memastikan bahwa masyarakat memperoleh informasi yang jelas, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai bagian dari hak warga atas transparansi penyelenggaraan pemerintahan.

Kondisi tersebut terlihat dari karakter konten yang disajikan pada akun @diskominfosidoarjo, yang berfokus pada penyampaian informasi kebijakan, program, serta kegiatan pemerintah daerah secara faktual dan berbasis sumber resmi. Melalui

unggulan yang bersifat informatif dan terstruktur, Diskominfo berupaya menjaga keakuratan informasi sekaligus mencegah terjadinya kesimpangsiuran informasi di tengah masyarakat. Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan sebagai media klarifikasi terhadap isu-isu publik, sehingga pemerintah daerah dapat menjelaskan posisi dan kebijakan yang diambil secara terbuka kepada masyarakat.

Dengan demikian, pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo mencerminkan upaya penerapan prinsip *Recognize That Accountability Isn't Simple* melalui keterbukaan informasi dan komunikasi publik di ruang digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan pemerintah, tetapi juga sebagai bentuk pertanggungjawaban pemerintah kepada masyarakat secara langsung. Media sosial berperan dalam memfasilitasi partisipasi aktif masyarakat dalam pembahasan isu-isu publik, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan mutu layanan publik serta menjadi mekanisme pengawasan dan penyeimbang antara pemerintah dan warga (Ari et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas dalam perspektif *New Public Service* diwujudkan melalui transparansi, kejelasan informasi, dan keterbukaan pemerintah dalam menyampaikan kebijakan serta program kepada publik.

6. Prinsip *Serve Rather Than Steer*

Prinsip *Serve Rather Than Steer* dalam kerangka *New Public Service* menekankan bahwa peran pemerintah adalah melayani dan memfasilitasi masyarakat, bukan mengendalikan atau mengarahkan publik secara sepihak. Pada indikator ini, prinsip melayani lebih baik daripada mengarahkan menekankan bahwa seorang pemimpin atau pelayan publik seharusnya lebih mengutamakan peran dalam memberikan pelayanan serta membantu pihak lain, dibandingkan sekadar menyampaikan perintah atau instruksi tanpa disertai kontribusi yang nyata (Maypiyani et al., 2024). Dalam konteks pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, prinsip ini tercermin dari penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang bersifat informatif dan persuasif, bukan instruktif. Konten yang disajikan pada akun @diskominfosidoarjo umumnya berfokus pada penyampaian informasi kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah daerah dengan tujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat, sehingga warga dapat secara mandiri menilai dan menindaklanjuti informasi tersebut sesuai kebutuhan mereka.

Pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo juga menunjukkan peran pemerintah sebagai penghubung antara pemerintah daerah dan masyarakat. Melalui media sosial, Diskominfo menyampaikan berbagai informasi lintas organisasi perangkat daerah (OPD) dan isu-isu publik yang relevan bagi warga. Dengan demikian, Instagram bukan sebatas berfungsi sebagai alat penerus pesan dari pemerintah kepada masyarakat, tetapi juga sebagai sarana fasilitasi komunikasi publik yang mempertemukan kepentingan pemerintah dan kebutuhan informasi masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *serve rather than steer*, di mana pemerintah hadir sebagai fasilitator komunikasi, bukan sebagai pihak yang mendikte atau mengarahkan masyarakat secara sepihak.

Namun demikian, penerapan prinsip *Serve Rather Than Steer* dalam pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo masih menghadapi keterbatasan. Meskipun konten yang disampaikan cenderung tidak bersifat instruktif, narasi komunikasi yang digunakan masih didominasi oleh sudut pandang pemerintah. Ruang dialog yang tersedia melalui media sosial belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk menggali pandangan dan kebutuhan masyarakat secara mendalam. Media sosial yang dikelola oleh instansi pemerintah belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana komunikasi dua arah dengan masyarakat, sehingga potensi ruang dialog untuk menjangkau aspirasi serta

memahami kebutuhan publik secara mendalam masih belum berkembang secara optimal (Aji et al., 2023). Akibatnya, peran pemerintah sebagai fasilitator pelayanan publik melalui Instagram masih lebih kuat pada fungsi penyampaian informasi daripada pada fungsi pendampingan dan pemberdayaan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa prinsip melayani daripada mengendalikan telah diupayakan, namun masih memerlukan penguatan agar benar-benar mencerminkan nilai-nilai *New Public Service* secara utuh.

7. Prinsip *Value People, Not Just Productivity*

Prinsip *Value People, Not Just Productivity* dalam kerangka *New Public Service* menegaskan bahwa pencapaian pelayanan publik tidak hanya dinilai berdasarkan jumlah atau kuantitas hasil yang dihasilkan, melainkan juga pada kualitas relasi yang terbangun antara pemerintah dan masyarakat. Denhardt menekankan pentingnya menempatkan manusia sebagai pusat pelayanan publik, sehingga proses komunikasi dan interaksi menjadi bagian penting dari kinerja pemerintah. Dalam pengelolaan media sosial oleh pemerintah, platform digital tidak semata digunakan untuk menyebarluaskan aktivitas kelembagaan, melainkan juga dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang lebih interaktif dan bernilai guna memperkuat keterlibatan masyarakat serta mendorong transparansi dalam penyelenggaraan pemerintahan (Maulvi et al., 2023). Dalam konteks pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo, prinsip ini berarti bahwa aktivitas media sosial pemerintah diarahkan untuk membangun hubungan yang bermakna dengan masyarakat, bukan sekadar mengejar jumlah unggahan, jangkauan, atau tingkat keterlibatan digital.

Kondisi tersebut tercermin dari gaya komunikasi yang digunakan pada akun @diskominfosidoarjo, di mana informasi disampaikan dengan bahasa yang relatif sederhana, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penyajian konten melalui infografis, video singkat, dan narasi yang tidak terlalu birokratis menunjukkan upaya Diskominfo untuk menyesuaikan komunikasi dengan karakteristik audiens yang beragam. Pendekatan tersebut menunjukkan adanya orientasi yang berfokus pada manusia, di mana pemerintah berupaya memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya berjumlah banyak, tetapi juga memiliki makna serta dapat digunakan oleh masyarakat dalam aktivitas sehari-hari (Irawan et al., 2025).

Dengan demikian, pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo mencerminkan penerapan prinsip *Value People, Not Just Productivity* melalui fokus pada kualitas komunikasi dan pembangunan kepercayaan publik. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara pemerintah daerah dan masyarakat, dengan menempatkan kebutuhan pemahaman dan kenyamanan warga sebagai prioritas utama. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan informasi publik di ruang digital dijalankan dengan pendekatan yang humanis dan selaras dengan nilai-nilai *New Public Service*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif teori *New Public Service* (NPS), dapat disimpulkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan sebagai instrumen komunikasi publik yang berorientasi pada penyediaan informasi bagi masyarakat. Pengelolaan akun @diskominfosidoarjo menunjukkan upaya penerapan nilai-nilai NPS melalui penyampaian informasi kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah daerah secara terbuka, informatif, dan mudah diakses oleh warga. Hal ini mencerminkan peran pemerintah sebagai pelayan publik yang berupaya memenuhi hak masyarakat atas informasi.

Implementasi prinsip *Serve Citizens, Not Customers* dan *Seek the Public Interest* terlihat dari orientasi konten yang lebih menekankan pada kepentingan publik dibandingkan kepentingan institusional semata. Instagram digunakan sebagai sarana diseminasi informasi yang relevan dengan kehidupan masyarakat, serta sebagai upaya meningkatkan literasi dan pemahaman warga terhadap kebijakan dan layanan publik. Selain itu, prinsip *Value People, Not Just Productivity* tercermin dari pendekatan komunikasi yang relatif humanis dan edukatif, di mana kualitas penyampaian informasi lebih diutamakan dibandingkan pencapaian metrik digital semata.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa implementasi prinsip-prinsip NPS tersebut belum sepenuhnya optimal. Pola komunikasi yang masih dominan satu arah, keterbatasan respons terhadap komentar dan aspirasi masyarakat, serta minimnya ruang dialog yang partisipatif menunjukkan bahwa Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo masih lebih berfungsi sebagai media informasi daripada sebagai ruang deliberasi publik. Kondisi ini berdampak pada belum maksimalnya penerapan prinsip *Think Strategically, Act Democratically* dan *Serve Rather Than Steer*, di mana masyarakat belum sepenuhnya diposisikan sebagai subjek aktif pada proses komunikasi publik.

Dengan demikian, pengelolaan akun Instagram Diskominfo Kabupaten Sidoarjo dapat dikatakan telah mencerminkan nilai-nilai dasar *New Public Service* pada aspek transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan informasi publik. Akan tetapi, untuk mewujudkan implementasi NPS secara lebih utuh, diperlukan penguatan pada aspek partisipasi, interaktivitas, dan dialog dua arah agar media sosial pemerintah tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga ruang komunikasi publik yang demokratis dan berorientasi pada keterlibatan warga negara.

DAFTAR REFERENSI

- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *Commentate: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Ari, A., Laksmana, R. P., & Rif'at, D. H. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Instagram@ tangerangkota Oleh Pemerintah Daerah Kota Tangerang Dalam Meningkatkan Kualitas Media Informasi Digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(3).
- DataIndonesia.Id. (2025). *Deretan 8 Negara Pengguna Instagram Terbesar (Oktober 2025)*. DataIndonesia.Id. <https://www.instagram.com/p/DQhB5HIene0/?igsh=eG1qZDAxaHNumMj15>
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). *The New Public Service: Service Not Steering*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315709765>
- Farhatiningsih, L. (2018). Optimalisasi Penggunaan Instagram dalam Praktik Kehumasan Pemerintah. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.14>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>
- Indrawati, I., Hadi, S., & Sri, M. (2025). Analisis New Public Service dalam Layanan Perizinan di Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Probolinggo . *Jisp (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 5(2), 15–29.
- Irawan, E. P., Minarsi, A., Rianty, E., Halim, B., Putri, R. N. I., & Juansa, A. (2025). *Komunikasi Pelayanan Publik*. Star Digital Publishing.
- Kim, S. K., Park, M. J., & Rho, J. J. (2015). Effect of the Government's Use of Social Media on the Reliability of the Government: Focus on Twitter. *Public Management Review*, 17(3), 328–

355. <https://doi.org/10.1080/14719037.2013.822530>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Maypiyani, C., Kurniawan, I. A., & Mazya, T. M. (2024). Penerapan New Public Service (NPS) pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 179–191.
- Mergel, I. (2013). Social Media Adoption and Resulting Tactics in the U.S. Federal Government. *Government Information Quarterly*, 30(2), 123–130. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.12.004>
- Meyriyani, S. F., Sujana, N., & Utami, P. (2024). Penerapan Prinsip New Public Service (NPS) dalam Pelayanan Pembuatan Kartu Indonesia Sehat (KIS) melalui Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 819–828.
- Noor, M. R. H., Sartika, I., & Santoso, H. (2025). Pengeloan Akun Instagram @dishubkotabogor oleh Humas Dinas Perhubungan Kota Bogor dalam Menyebarkan Informasi Publik. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(3), 59–70. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i3.923>
- Rizaty, M. A. (2025). *Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 108 Juta pada Oktober 2025*. Data Indonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-108-juta-pada-oktober-2025>
- Saleh, R. (2021). Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemerintah. *Jurnal Dinamika*, 1(1), 36–39. <https://doi.org/10.54895/dinamika.v1i1.771>
- Ulayya, K. N., Diah, P., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2064–2071.
- Wiratama, P. (2022). Etika Penggunaan Media Sosial Pemerintah Dalam Konteks Pelayanan Publik. *Journal of Syntax Literate*, 7(7), 9173.
- Wirtz, B., Daiser, P., & Mermann, M. (2018). Social Media as a Leverage Strategy for Open Government: An Exploratory Study. *International Journal of Public Administration*, 41(8), 590–603.
-