CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 5 No.2
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

TRANSFORMASI GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS DI ERA DIGITAL: STRATEGI PEMERINTAH DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL, STUDI KASUS PEMERINTAH INDONESIA PERIODE 2021-2025

Farhan Zulfa Zhalifunnas[1], Nafisa Anlis Salsabila[2], Sisca Tata Pradita[3], Rila Velisita[4], Naufal Athiya Primananda[5]
[1,2,3,4,5]Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Email: farhanzulfazhalifunnas@gmail.com

Abstrak: *Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik Government Public Relations (GPR) di Indonesia, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemerintah Indonesia dalam membangun kepercayaan publik melalui media sosial pada periode 2021–2025. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur yang bersumber dari berbagai artikel jurnal nasional terakreditasi dan relevan. Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mentransformasi pola komunikasi pemerintah dari model satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan transparan. Keberhasilan transformasi GPR dipengaruhi oleh penerapan komunikasi dua arah, responsivitas terhadap aspirasi masyarakat, serta kemampuan pemerintah dalam menjaga kredibilitas dan transparansi informasi. Temuan penelitian menegaskan bahwa media sosial merupakan instrumen strategis dalam memperkuat kepercayaan publik dan mendukung tata kelola pemerintahan yang lebih terbuka di era digital.*

Kata Kunci: *Government Public Relations, Komunikasi Pemerintah Digital, Media Sosial, Kepercayaan Publik, Transformasi Digital, Public Relation.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah paradigma komunikasi publik pemerintah dari model komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif, transparan, dan interaktif. Dalam konteks Government Public Relations (GPR), perkembangan teknologi informasi dan media sosial mendorong pemerintah untuk menyesuaikan strategi komunikasi agar mampu menjangkau masyarakat secara lebih efektif. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang dialog antara pemerintah dan publik yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara real-time. Perubahan ini menuntut humas pemerintah untuk mengembangkan kompetensi digital, membangun keterlibatan publik, serta mengelola opini masyarakat secara lebih strategis dalam rangka meningkatkan kualitas komunikasi pemerintahan di era digital (Dunan, 2020; Hasnawati & Salamah, 2017).

Pemanfaatan media sosial oleh pemerintah Indonesia mengalami peningkatan signifikan terutama sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2020 hingga periode pemulihan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pascapandemi. Berbagai instansi pemerintah memanfaatkan platform seperti Instagram, X (Twitter), Facebook, YouTube, dan TikTok untuk menyampaikan informasi kebijakan, layanan publik, edukasi masyarakat, hingga manajemen krisis. Kehadiran media sosial memberikan peluang bagi pemerintah untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan akuntabel. Penelitian Maulvi, Rizal, dan Lusiana (2022) menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis bagi humas pemerintah sebagai sarana pelayanan publik dan manajemen krisis karena mampu menghadirkan transparansi, komunikasi dua arah, serta distribusi informasi yang cepat kepada masyarakat. Selain itu, penggunaan media sosial juga memperluas jangkauan komunikasi pemerintah kepada kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau melalui media konvensional (Maulvi et al., 2022; Kharisma & Kurniawan, 2023).

Di sisi lain, meningkatnya penggunaan media sosial juga menghadirkan tantangan baru bagi Government Public Relations dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Arus informasi yang sangat cepat sering kali diiringi dengan penyebaran hoaks, disinformasi, serta munculnya berbagai opini publik yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemerintah. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi pemerintah tidak hanya diukur dari banyaknya informasi yang disampaikan, tetapi juga dari kemampuannya membangun kredibilitas, transparansi, dan kepercayaan publik. Penelitian Nainggolan (2024) menemukan bahwa pengalaman masyarakat dalam menggunakan media sosial dan layanan digital pemerintah memiliki hubungan positif dengan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah. Temuan serupa juga menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen penting dalam memperkuat legitimasi pemerintah apabila dikelola secara profesional, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat (Nainggolan, 2024; Setiawan & Triwardhani, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kajian mengenai transformasi Government Public Relations di era digital menjadi semakin relevan, khususnya pada periode 2021–2025 yang ditandai dengan percepatan digitalisasi layanan publik dan komunikasi pemerintahan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemerintah dalam membangun kepercayaan publik melalui media sosial serta mengidentifikasi bentuk transformasi praktik Government Public Relations yang diterapkan selama periode tersebut. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan teori Government Public Relations digital sekaligus menjadi referensi praktis bagi instansi pemerintah dalam merumuskan strategi komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan di tengah

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

dinamika lingkungan digital yang terus berkembang (Widya, 2021; Fadlilah, 2025).

KAJIAN TEORI

Teori *Government Public Relations* (GPR)

Government Public Relations (GPR) merupakan fungsi strategis komunikasi pemerintah yang bertujuan membangun hubungan saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat melalui penyampaian informasi, pelayanan publik, manajemen isu, serta pembentukan citra institusi. Dalam konteks pemerintahan modern, GPR tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi kebijakan, tetapi juga sebagai fasilitator dialog publik yang mendukung transparansi, partisipasi masyarakat, dan akuntabilitas pemerintah. Transformasi digital mendorong praktik GPR untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih cepat, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan publik. Oleh karena itu, GPR menjadi instrumen penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah di era digital (Maulvi, Rizal, & Lusiana, 2022).

Excellence Theory

Teori Excellence yang dikembangkan oleh James E. Grunig menjelaskan bahwa efektivitas hubungan masyarakat ditentukan oleh kemampuan organisasi menjalankan komunikasi strategis yang terintegrasi dengan pengambilan keputusan organisasi. Teori ini menekankan pentingnya budaya partisipatif, dukungan manajemen puncak, dan peran humas sebagai fungsi manajerial yang terlibat dalam proses perumusan kebijakan. Dalam perspektif Government Public Relations, penerapan *Excellence Theory* memungkinkan pemerintah membangun komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan berorientasi pada kepentingan publik sehingga dapat meningkatkan legitimasi serta kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah (Alodia & Putri, 2025; Suharyanti, Widiastuti, & Kania, 2013).

Teori *Two-Way Symmetrical Communication*

Teori *Two-Way Symmetrical Communication* merupakan model komunikasi yang menekankan dialog dua arah yang seimbang antara organisasi dan publik. Model ini bertujuan menciptakan pemahaman bersama melalui proses komunikasi yang melibatkan umpan balik, negosiasi, dan penyesuaian kepentingan kedua belah pihak. Dalam konteks komunikasi pemerintah, pendekatan ini relevan untuk membangun hubungan yang lebih demokratis dengan masyarakat melalui media sosial. Pemerintah tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan aspirasi, kritik, dan kebutuhan masyarakat sebagai dasar dalam

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pengambilan kebijakan. Implementasi komunikasi simetris dua arah terbukti mampu meningkatkan keterlibatan publik (*public engagement*) dan memperkuat hubungan antara pemerintah dengan masyarakat (Girsang & Kartikawangi, 2021; Apriyani, Amrullah, & Hatta, 2020).

Teori Kepercayaan Publik (*Public Trust*)

Kepercayaan publik merupakan keyakinan masyarakat bahwa pemerintah memiliki kompetensi, integritas, transparansi, dan komitmen dalam menjalankan tugas serta melayani kepentingan publik. Dalam studi komunikasi pemerintahan, tingkat kepercayaan publik sering digunakan sebagai indikator keberhasilan komunikasi dan legitimasi institusi pemerintah. Kepercayaan publik dapat dibangun melalui penyampaian informasi yang akurat, keterbukaan informasi, responsivitas terhadap aspirasi masyarakat, serta konsistensi antara kebijakan dan tindakan pemerintah. Pada era digital, media sosial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pembentukan kepercayaan publik karena memungkinkan masyarakat mengakses informasi pemerintah secara langsung dan real-time (Slavina, Maula, Ilfina, & Misidawati, 2025).

Media Sosial dalam **Komunikasi Pemerintah**

Media sosial dalam komunikasi pemerintah dipandang sebagai platform digital yang memungkinkan pemerintah berinteraksi secara langsung dengan masyarakat tanpa perantara media konvensional. Karakteristik media sosial yang interaktif, cepat, terbuka, dan luas menjadikannya sarana strategis untuk penyebaran informasi publik, pelayanan masyarakat, manajemen krisis, serta pembentukan citra institusi pemerintah. Pemanfaatan media sosial juga mendukung terciptanya komunikasi dua arah yang memungkinkan pemerintah memperoleh umpan balik dari masyarakat secara lebih efektif. Oleh karena itu, media sosial telah menjadi bagian integral dari praktik Government Public Relations dalam menghadapi tuntutan transparansi dan partisipasi publik di era digital (Maulvi, Rizal, & Lusiana, 2022; Nababan, 2021).

Teori Komunikasi Pemerintah Digital (Digital Government Communication)

Teori Komunikasi Pemerintah Digital menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital memungkinkan transformasi pola komunikasi pemerintah dari model birokratis dan satu arah menjadi komunikasi yang lebih kolaboratif, partisipatif, dan berpusat pada warga

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

negara (*citizen-centered communication*). Komunikasi pemerintah digital memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk media sosial, website, aplikasi layanan publik, dan sistem e-government untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta keterlibatan masyarakat dalam proses pemerintahan. Keberhasilan komunikasi digital pemerintah ditentukan oleh kemampuan institusi dalam mengelola informasi secara cepat, transparan, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan publik sehingga dapat memperkuat hubungan pemerintah dengan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kebijakan pemerintah (Auralia et al., 2023; Maulvi et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami dan mendeskripsikan secara mendalam fenomena transformasi *Government Public Relations* (GPR) di era digital, khususnya strategi pemerintah Indonesia dalam membangun kepercayaan publik melalui media sosial selama periode 2021–2025. Studi literatur memungkinkan peneliti mengkaji berbagai hasil penelitian, konsep teoritis, serta temuan empiris yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai objek penelitian. Melalui pendekatan ini, data tidak diperoleh melalui pengukuran statistik, melainkan melalui interpretasi terhadap berbagai sumber ilmiah yang berkaitan dengan fokus kajian penelitian (Fadli, 2021; Waruwu, 2023).

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari artikel jurnal ilmiah nasional terakreditasi, prosiding ilmiah, serta publikasi akademik yang relevan dengan tema *Government Public Relations*, komunikasi pemerintah digital, media sosial pemerintah, dan kepercayaan publik. Data sekunder dipilih karena menyediakan informasi yang telah melalui proses penelitian dan publikasi ilmiah sehingga memiliki tingkat validitas yang memadai untuk mendukung analisis penelitian. Pemanfaatan data sekunder dalam studi literatur memungkinkan peneliti melakukan sintesis berbagai temuan penelitian terdahulu guna memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai perkembangan praktik GPR di Indonesia pada era digital (Mardatillah & Murhayati, 2025; Fadli, 2021).

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi dokumentasi. Data dikumpulkan melalui penelusuran, identifikasi, seleksi, dan pengkajian berbagai literatur yang relevan, seperti artikel jurnal nasional terakreditasi, buku ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen akademik lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik dokumentasi dipilih karena sesuai dengan karakteristik studi literatur yang menempatkan dokumen tertulis sebagai sumber utama data penelitian. Seluruh literatur yang terkumpul kemudian diseleksi berdasarkan relevansi tema, kredibilitas sumber, dan keterkaitan dengan fokus penelitian sehingga dapat menghasilkan data yang valid dan mendukung tujuan penelitian (Fadli, 2021; Saputra & Sunarya, 2024).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan cara mengelompokkan, menginterpretasikan, membandingkan, dan mensintesis berbagai temuan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan transformasi *Government Public Relations* di Indonesia. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dideskripsikan secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, strategi, tantangan, dan implikasi penggunaan media sosial dalam membangun kepercayaan publik. Pendekatan deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti tanpa melakukan pengujian hipotesis, sehingga hasil penelitian dapat menjelaskan kondisi empiris yang berkembang selama periode penelitian secara komprehensif (Rahmani, Murhayati, & Kholis, 2025; Waruwu, 2023).

HASIL PENELITIAN

Hasil sintesis berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi *Government Public Relations* (GPR) di Indonesia selama periode 2021–2025 ditandai oleh pergeseran pola komunikasi pemerintah dari model konvensional yang bersifat satu arah menuju komunikasi digital yang lebih interaktif dan partisipatif. Media sosial menjadi instrumen utama dalam penyebaran informasi publik, pelayanan masyarakat, serta pengelolaan isu dan krisis. Penelitian Maulvi, Rizal, dan Lusiana (2022) menjelaskan bahwa media sosial telah memperluas fungsi humas pemerintah melalui percepatan distribusi informasi, peningkatan transparansi, dokumentasi aktivitas pemerintah, serta penyediaan ruang komunikasi dua arah

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

dengan masyarakat. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Arini, Zainudin, dan Habibullah (2025) yang menunjukkan bahwa pemerintah daerah semakin memanfaatkan platform digital, khususnya TikTok, untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperluas jangkauan komunikasi publik. Hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa digitalisasi telah mendorong transformasi peran GPR dari sekadar penyampai informasi menjadi pengelola hubungan publik yang berorientasi pada keterlibatan masyarakat (*public engagement*) dan komunikasi partisipatif. (Maulvi et al., 2022; Arini et al., 2025).

Analisis terhadap berbagai penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi pemerintah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan institusi pemerintah dalam menerapkan prinsip komunikasi dua arah (*two-way symmetrical communication*). Media sosial memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan tanggapan, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada pemerintah. Penelitian Nainggolan (2024) menemukan bahwa pengalaman masyarakat dalam memanfaatkan website dan media sosial pemerintah berhubungan positif dengan meningkatnya kepercayaan terhadap pemerintah, terutama ketika platform digital tersebut mampu menyediakan informasi yang jelas, responsif, dan mudah diakses. Selain itu, studi mengenai kualitas peran GPR dalam pemulihan citra pemerintah menunjukkan bahwa komunikasi yang didominasi klarifikasi dan respons terhadap isu publik memiliki pengaruh lebih besar terhadap persepsi masyarakat dibandingkan komunikasi yang hanya bersifat informatif. Temuan ini memperlihatkan bahwa efektivitas GPR digital tidak hanya ditentukan oleh intensitas penggunaan media sosial, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang dibangun antara pemerintah dan publik. (Nainggolan, 2024; Buluamang, 2023).

Lebih lanjut, hasil penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa kepercayaan publik menjadi indikator utama keberhasilan transformasi GPR di era digital. Berbagai studi menunjukkan bahwa transparansi informasi, kecepatan respons, konsistensi komunikasi, dan kemampuan pemerintah dalam menangkal disinformasi merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian Slavina, Maula, Ilfina, dan Misidawati (2025) mengungkapkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan kepercayaan publik karena memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara langsung dan meningkatkan keterbukaan informasi publik. Namun demikian, penelitian tersebut juga menyoroti tantangan berupa penyebaran hoaks, infodemi, dan tingginya dinamika opini publik yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat apabila tidak dikelola secara profesional. Sementara itu, penelitian mengenai pencitraan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

lembaga pemerintah di media digital menunjukkan bahwa keberhasilan strategi GPR sangat bergantung pada kemampuan pemerintah membangun narasi yang kredibel, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Oleh karena itu, transformasi GPR pada periode 2021–2025 tidak hanya berkaitan dengan adopsi teknologi digital, tetapi juga dengan penguatan kualitas komunikasi strategis yang mampu menciptakan hubungan saling percaya antara pemerintah dan publik. (Slavina et al., 2025; Manurung et al., 2025).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Transformasi *Government Public Relations* (GPR) di Indonesia selama periode 2021–2025 menunjukkan terjadinya perubahan mendasar pada paradigma komunikasi pemerintah dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi digital yang lebih partisipatif dan berorientasi pada keterlibatan publik. Berdasarkan perspektif *Excellence Theory*, perubahan tersebut menegaskan bahwa fungsi humas pemerintah tidak lagi terbatas pada penyebaran informasi, melainkan menjadi bagian strategis dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial memungkinkan pemerintah membangun komunikasi yang lebih transparan, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan publik. Temuan Maulvi, Rizal, dan Lusiana (2022) mengungkapkan bahwa media sosial telah memperkuat fungsi pelayanan publik dan manajemen krisis melalui distribusi informasi yang cepat dan terbukanya ruang komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa transformasi GPR digital merupakan bentuk adaptasi pemerintah terhadap perubahan perilaku komunikasi masyarakat yang semakin bergantung pada platform digital sebagai sumber informasi utama.

Dari sudut pandang *Two-Way Symmetrical Communication Theory*, efektivitas komunikasi pemerintah di era digital sangat ditentukan oleh kemampuan institusi pemerintah dalam menciptakan dialog yang seimbang dengan publik. Hasil sintesis penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan media sosial tidak terletak pada frekuensi publikasi informasi, tetapi pada kemampuan pemerintah dalam mengelola interaksi, merespons aspirasi masyarakat, dan mengakomodasi umpan balik publik dalam proses komunikasi. Penelitian Nainggolan (2024) membuktikan bahwa pengalaman masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dan website pemerintah berkontribusi positif terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Setiawan dan Triwardhani (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pemerintah melalui Instagram mampu membangun kepercayaan publik ketika pesan yang disampaikan bersifat informatif, transparan, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai sarana dialog publik yang mendukung terciptanya hubungan yang lebih demokratis antara pemerintah dan warga negara.

Lebih lanjut, analisis terhadap berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan publik merupakan hasil dari kombinasi antara transparansi informasi, responsivitas pemerintah, dan kredibilitas komunikasi yang dibangun melalui media sosial. Dalam konteks komunikasi pemerintah digital, kepercayaan publik tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan platform digital, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh institusi pemerintah. Penelitian mengenai praktik *cyber public relations* menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang menekankan aspek *share, optimize, manage,* dan *engage* mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sekaligus memperkuat legitimasi institusi pemerintah di ruang digital. Di sisi lain, tantangan berupa hoaks, disinformasi, dan tingginya dinamika opini publik menuntut pemerintah untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan berbasis data. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi GPR pada periode 2021–2025 tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah membangun komunikasi yang kredibel, partisipatif, dan berkelanjutan dalam rangka memperkuat kepercayaan publik.

KESIMPULAN

Transformasi *Government Public Relations* (GPR) di Indonesia pada periode 2021–2025 menunjukkan adanya pergeseran signifikan dari pola komunikasi pemerintah yang bersifat satu arah menuju komunikasi digital yang lebih interaktif, partisipatif, dan berorientasi pada keterlibatan publik. Pemanfaatan media sosial telah menjadi strategi utama pemerintah dalam menyampaikan informasi, membangun dialog dengan masyarakat, mengelola isu publik, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa keberhasilan GPR digital tidak hanya ditentukan oleh intensitas penggunaan media sosial, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah menerapkan prinsip *two-way symmetrical communication* melalui responsivitas, keterbukaan, dan pengelolaan komunikasi yang kredibel. Selain itu, kepercayaan publik terbukti menjadi indikator utama keberhasilan transformasi GPR, yang dibangun melalui konsistensi informasi, transparansi kebijakan, dan keterlibatan masyarakat dalam ruang komunikasi digital. Dengan demikian, transformasi GPR di era digital tidak

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

hanya merepresentasikan adopsi teknologi komunikasi, tetapi juga mencerminkan perubahan strategis dalam membangun hubungan yang lebih demokratis, kolaboratif, dan berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat.

SARAN

Pemerintah Indonesia perlu terus memperkuat transformasi *Government Public Relations* (GPR) digital dengan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah yang transparan, responsif, dan partisipatif. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi digital aparatur humas pemerintah, penguatan strategi komunikasi berbasis data dan kebutuhan publik, serta pengembangan mekanisme pengelolaan isu dan disinformasi yang lebih cepat dan akurat. Selain itu, pemerintah perlu mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif dalam proses komunikasi dan evaluasi kebijakan melalui berbagai platform digital sehingga tercipta hubungan yang lebih inklusif dan kolaboratif. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyebaran informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk memperkuat kepercayaan publik, meningkatkan kualitas pelayanan publik, dan mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang lebih terbuka dan akuntabel di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Alodia, A. Y., & Putri, R. N. I. (2025). Analisis praktik Government Public Relations Kabupaten Banyumas dalam perspektif Excellence Theory. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi), 9*(1).

Apriyani, E., Amrullah, M. N., & Hatta, H. (2020). Komunikasi two-way symmetric dalam menjalin hubungan public relations dengan media (Studi pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa). Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi, 1(2).

Apriliani, R. (2022). Gaining public trust through digital media by Government Public Relations of Sleman Yogyakarta. Profetik: Jurnal Komunikasi, 15(1), 34–49. https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2212

Arini, L. S., Zainudin, A., Habibullah, A., & Jhon, G. (2025). Strategi hubungan masyarakat pemerintah daerah melalui media sosial TikTok: Analisis bibliometrik 2020–2025. Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government dalam Demokrasi, 14(1). https://doi.org/10.34010/agregasi.v14i1.18979

Auralia, S. D., Fitriyah, P., Fatoni, A., Alida, M., & Purnamasari, D. (2023). Two way communication Kominfotik pada program kerja pemerintah sebagai keterbukaan informasi publik. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(1).

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Buluamang, Y. M. O. (2023). Pemulihan citra pemerintah dalam insiden Besipae: Menakar kualitas peran Government Public Relations. Jurnal Media dan Komunikasi, 3(2), 130–144. https://doi.org/10.20473/medkom.v3i2.44046

Dunan, A. (2020). Government communications in digital era: Public relation and democracy. Jurnal Pekommas, 5(1), 1–12. https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 21(1), 33–54. https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Fadlilah, N. (2025). Peran Government Cyber Public Relations dalam komunikasi digital Pemerintah Jawa Barat melalui platform Sapawarga. Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial, 9(2).

Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-way symmetrical communication pattern: Company strategy to build engagement through social media. Jurnal Komunikasi, 13(2), 271–286.

Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The evaluation of the transformation of Government Public Relations in the new media era. In Proceedings of the International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS).

Kharisma, T., & Kurniawan, F. (2023). Public relations in the digital era: Case study of the use of social media by Government Public Relations in ANRI. Jurnal InterAct, 7(1), 1–16.

Manurung, A. S., Suhendri, Wahyunisa, Putri, H. S., & Urrahmah, S. (2025). Analisis pencitraan lembaga pemerintah oleh humas dalam pemberitaan media online nasional. Jurnal Nomosleca, 12(1). https://doi.org/10.26905/nomosleca.v12i1.16360

Mardatillah, N. A., & Murhayati, S. (2025). Data dan fakta penelitian kualitatif. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 13018–13028. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.26900

Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2022). Peran media sosial bagi humas pemerintah. Jurnal Komunikasi, 14(1), 92–101. https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11852

Nababan, S. (2021). Model komunikasi humas dalam literasi media sosial (Studi kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 4(1).

Nainggolan, R. R. E. (2024). Analisis penggunaan website dan media sosial pemerintah untuk pelayanan publik. Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan, 6(1), 1–15. https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221

Pane, M., Ghanistyana, L. P., Affipah, I. L., Cahyani, R. N., & Kartika, S. W. (2025). Implementasi The Circular Model of SoMe dalam pengelolaan cyber public relations kepolisian di era digital. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 9(1). https://doi.org/10.38043/jids.v9i1.6125

Rahmani, D. A., Murhayati, S., & Kholis, I. (2025). Analisis data kualitatif. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 13037–13048. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27030

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Saputra, W., & Sunarya, Y. (2024). Perkembangan penelitian kualitatif dalam pembelajaran membaca: Sebuah kajian studi literatur. Jurnal Education and Development, 12(3).

Setiawan, T. A., & Triwardhani, I. J. (2025). Instagram sebagai media komunikasi pemerintah dalam membangun kepercayaan publik. Bandung Conference Series: Public Relations, 5(2). https://doi.org/10.29313/bcspr.v5i2.21229

Slavina, N., Maula, N. N., Ilfina, T., & Misidawati, D. N. (2025). Pengaruh media sosial terhadap kepercayaan publik pada lembaga pemerintah. Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner, 4(1), 152–160.

Suharyanti, S., Widiastuti, T., & Kania, D. (2013). Reformasi birokrasi pemerintah dan penerapan Excellence Theory. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1), 1–13.

Vieranti, A. R., & Fiani, I. D. (2024). Pemanfaatan media digital sebagai alat kehumasan Pemerintah Kabupaten Cirebon. Communicatio: Jurnal Ilmu Komunikasi.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 2896–2910. https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187

Widya, A. R. (2021). Influencer sosial media sebagai komunikasi strategis kehumasan pemerintah pada era digital. Jurnal Ranah Komunikasi, 5(1), 1–11.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.