

KONSTRUKSI REALITAS MULTIPORTAL: AGENDA SETTING DAN FRAMING HUMAS PEMERINTAH DALAM DISTRIBUSI INFORMASI DI ERA MEDIA DIGITAL (STUDI KASUS DI DISKOMINFOTIK NTB)

I Wayan Sudiartawan¹, Ida Bagus Made Arjana²

¹Alumni IAHN Gde Pudja Mataram, ²Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram
Email: wayansudiartawan00@gmail.com

Abstract

Keywords :
Government Public Relations; Digital Communication; Agenda Setting; Framing; Multiplatform Media.

Digital transformation is forcing government public relations to evolve from one-way information dissemination to sophisticated multi-platform engagement. However, a critical gap exists between strategic potential and practical implementation, particularly in resource-constrained contexts. This research aims to deconstruct multi-platform framing strategies and identify drivers and barriers to their execution. A case study approach was employed, utilizing triangulation through semi-structured interviews with PR officers, non-participant observation of social media activity, and documentary analysis of content from official platforms. The findings reveal a critical paradox that demonstrates a sophisticated understanding of multi-platform framing, strategically tailoring government messaging to emphasize distinct attributes of multi-portal reality construction practices. However, these strategies are hampered by resource gaps, leading to agenda rationing and reliance on other departments for content. Furthermore, these strategies remain largely one-way broadcasts, resulting in a striking engagement paradox where high follower numbers do not translate into meaningful public interactions, as citizen data indicates a preference for more entertaining content. This research contributes a Multiportal Agenda-Setting Model that illustrates the dynamic, limited process of government communication within a fragmented media ecology.

Abstrak

Kata Kunci : Transformasi digital memaksa humas pemerintah untuk berevolusi dari penyebaran informasi satu arah menjadi

Humas
Pemerintah;
Komunikasi
Digital; *Agenda*
Setting; Framing;
Multiplatform
Media.

keterlibatan multi-platform yang canggih. Namun, ada kesenjangan kritis antara potensi strategis dan implementasi praktis, terutama dalam konteks yang terbatas sumber daya. Penelitian ini bertujuan untuk mendekonstruksi strategi pembingkaian multiplatform serta mengidentifikasi pendorong dan hambatan untuk eksekusinya. Pendekatan Studi kasus digunakan, memanfaatkan triangulasi melalui wawancara semi-terstruktur dengan petugas Humas, pengamatan non-partisipan terhadap aktivitas media sosial, dan analisis dokumenter konten dari platform resmi. Temuan mengungkapkan paradoks kritis yang menunjukkan pemahaman yang canggih tentang pembingkaian multiplatform, menyesuaikan pesan pemerintah secara strategis dengan menekankan atribut yang berbeda dari praktik konstruksi realitas multiportal. Namun, strategi tersebut dihambat oleh kesenjangan sumber daya, yang mengarah pada penjatahan agenda dan ketergantungan pada departemen lain untuk konten. Selain itu, strategi ini tetap sebagian besar merupakan siaran satu arah, menghasilkan paradoks keterlibatan yang mencolok dimana jumlah pengikut yang tinggi tidak diterjemahkan ke dalam interaksi publik yang bermakna, karena data warga menunjukkan preferensi untuk konten yang lebih menghibur. Penelitian ini menyumbangkan Multiportal Agenda-Setting Model yang menggambarkan proses komunikasi pemerintah yang dinamis dan terbatas dalam ekologi media yang terfragmentasi.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital secara fundamental telah mengkalibrasi ulang hubungan antara lembaga pemerintah dan publik yang dilayani. Hubungan masyarakat (Humas) pemerintah yang dulunya berlaku satu arah kini berubah menggunakan model siaran satu-ke-banyak, mengandalkan siaran pers, lembaran resmi, dan media yang dikendalikan negara untuk menyebarkan informasi, sebuah proses yang ditandai dengan pesan terkontrol dan lingkaran umpan balik yang terbatas (Grunig, 2009; Wirdiata & Sutama, 2023). Paradigma ini telah terganggu secara permanen oleh proliferasi platform media digital, yang telah mendemokratisasi akses informasi dan mengubah masyarakat dari penerima pasif menjadi peserta aktif, komentator, dan pencipta bersama makna publik. Bagi petugas humas pemerintah, pergeseran ini merupakan pedang bermata dua, antara peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk terlibat langsung dengan masyarakat ditempa oleh tantangan besar untuk menarik perhatian di ruang publik digital yang terlalu jenuh, terfragmentasi, dan seringkali kontroversial.

Legitimasi dan transparansi yang dirasakan dari sebuah pemerintah sekarang semakin dimediasi melalui kehadiran digitalnya dan kapasitasnya untuk tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga untuk menumbuhkan dialog dan kepercayaan public (Saffer et al., 2013). Dalam konteks transformasi digital berisiko tinggi inilah studi ini menempatkan dirinya, menggunakan kasus pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Nusa Tenggara Barat (NTB), untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh badan pemerintah daerah untuk mengontrol situasi yang kompleks. Pengamatan awal tentang "ketidakseimbangan antara pengikut dan keterlibatan" di akun media sosial pemerintah provinsi NTB bukan sekadar cegukan operasional. Ini adalah titik masuk simptomatis ke dalam penyelidikan yang lebih dalam tentang bagaimana agenda pemerintah dibangun, dibingkai, dan didistribusikan di seluruh ekosistem digital multiplatform.

Fenomena rendahnya keterlibatan dan jangkauan adalah tantangan yang terdokumentasi dalam komunikasi digital, sering disebut "paradoks keterlibatan". Ini adalah masalah global yang menimpa komunikator perusahaan dan pemerintah. Penelitian (carahsoft.com, 2018) menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga pemerintah di negara maju memiliki kehadiran media sosial, tingkat keterlibatan rata-rata, dihitung sebagai jumlah interaksi (suka, komentar, bagikan) per postingan relatif terhadap jumlah total pengikut, sering kali berada di bawah 1%. Dalam konteks Indonesia, sebuah studi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa hanya 15% akun media sosial pemerintah daerah yang secara teratur mencapai apa yang dianggap "sehat" dalam keterlibatan untuk komunikasi sektor public (Kominfo, 2022).

Perbedaan ini menunjukkan ketidakselarasan mendasar dimana aktivitas memposting informasi tidak sama dengan komunikasi yang efektif. Klinger dan Svensson menunjukkan tentang "logika media jaringan" yang berpendapat bahwa kesuksesan di ruang digital membutuhkan pemahaman tentang algoritme, norma, dan harapan pengguna yang berbeda yang mengatur setiap platform (Klinger & Svensson, 2015). Oleh karena itu, masalah yang diamati bukan hanya salah satu kualitas konten dalam ruang hampa, tetapi salah satu *resonansi khusus platform*. Penelitian ini berasumsi bahwa mengatasi paradoks ini membutuhkan Gerakan Bersama melampaui model penyiaran satu ukuran untuk semua dan mengadopsi strategi multiportal yang menyesuaikan substansi dan gaya informasi pemerintah dengan arsitektur dan budaya unik dari setiap saluran digital.

Untuk mendekonstruksi dan memahami strategi Humas pemerintah, penelitian ini mensintesis dua teori landasan komunikasi massa: Agenda-Setting dan Framing. Teori agenda setting dari (McCombs & Shaw, 1972) mengemukakan bahwa media tidak memberi tahu kita *apa yang harus dipikirkan* tetapi *apa yang harus dipikirkan*. Hal ini memberikan kerangka awal Dalam konteks humas pemerintah, menjadi analog editor media tradisional, bertugas menentukan kebijakan, program, atau pencapaian pemerintah mana yang menonjol dan harus ditempatkan dalam agenda publik. Namun, teori klasik tidak cukup untuk kompleksitas lingkungan digital dan multiplatform sehingga memerlukan penggabungan pengaturan agenda tingkat kedua, yang menyangkut transfer keunggulan atribut seperti karakteristik, nada, dan bingkai spesifik yang terkait dengan suatu masalah (McCombs, 2005).

Hal ini menjembatani ke Teori framing sebagaimana yang didefinisikan oleh Entman bahwa pembingkaian melibatkan "memilih beberapa aspek dari realitas yang dirasakan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks yang berkomunikasi, untuk mempromosikan definisi masalah tertentu, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi pengobatan" (Entman, 1993). Dalam praktiknya, untuk Humas pemerintah, berarti kebijakan tunggal (misalnya, inisiatif hijau baru) bukanlah pesan monolitik. Ini merupakan sekumpulan atribut potensial yang dapat ditekankan secara selektif: sebagai *Peluang ekonomi* dari LinkedIn, *manfaat kesehatan komunitas* di Facebook, dan *estetika gaya hidup* di Instagram. Konvergensi teori tersebut memberikan kerangka untuk menganalisis bagaimana Diskominfotik NTB terlibat dalam "konstruksi realitas" yang disengaja, bukan melalui penipuan, tetapi melalui pemilihan strategis dan penekanan aspek-aspek tertentu dari pekerjaan pemerintah di berbagai portal.

Lanskap operasional Diskominfotik NTB dibentuk oleh serangkaian faktor sosial-politik dan teknologi yang berbeda. Indonesia, sebagai negara demokrasi dan negara kepulauan dengan pertumbuhan digital yang signifikan, menghadirkan laboratorium untuk komunikasi pemerintah. Sementara penetrasi internet telah melonjak menjadi lebih dari 70% populasi, kesenjangan dalam literasi dan infrastruktur digital tetap ada, terutama di wilayah timur seperti NTB (APJII, 2023). Hal ini menciptakan "kesenjangan digital" yang memperumit misi akses informasi secara universal. Selain itu, masyarakat Indonesia tercatat termasuk pengguna media sosial, dengan preferensi untuk platform visual seperti Instagram dan TikTok (DataReportal, 2024). Hal ini memberikan tekanan besar pada pemerintah daerah yang seringkali terkendala anggaran dan

sumber daya manusia yang terbatas, untuk menghasilkan konten yang dapat bersaing dengan media komersial dan hiburan untuk mendapatkan perhatian publik.

Amanat transparansi dan akuntabilitas, sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Indonesia (UU No. 14 Tahun 2008, 2010) semakin meningkatkan taruhan, menjadikan komunikasi digital yang efektif bukan hanya masalah hubungan masyarakat tetapi juga kewajiban hukum dan demokratis. NTB menarik karena merupakan wilayah yang mempromosikan pariwisata dan investasi, menjadikan kehadiran digitalnya sebagai alat penting untuk pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi seperti keterbatasan infrastruktur, anggaran untuk mobilitas, dan rendahnya partisipasi publik seperti yang disebutkan dalam penelitian awal—bukan hanya hambatan operasional tetapi juga merupakan pusat untuk memahami gesekan antara ambisi kebijakan dan praktik komunikatif di lapangan dalam konteks Indonesia.

Tinjauan literatur yang ada mengungkapkan kesenjangan yang terlihat yang ingin diisi oleh penelitian ini. Ada semakin banyak penelitian tentang penggunaan media sosial pemerintah, dengan penelitian yang sering berfokus pada analisis khusus platform (bagaimana Twitter digunakan untuk komunikasi krisis atau Facebook untuk keterlibatan warga) (Civelek et al., 2016; Graham et al., 2015; Mirlina, 2017). Studi lain telah menerapkan teori agenda setting dan framing untuk komunikasi pemerintah, tetapi biasanya dalam konteks media tunggal, seperti siaran pers atau situs web resmi (Liu & Chan, 2018). Namun, penelitian yang secara holistik meneliti bagaimana satu unit PR pemerintah mengatur agenda terpadu di beberapa portal digital simultan masih terbatas, menyesuaikan strategi framing masing-masing. Sebagian besar penelitian memperlakukan platform yang secara terpisah akhirnya gagal menangkap strategi lintas platform terintegrasi yang mendefinisikan praktik Humas modern.

Studi ini dilakukan untuk mendokumentasikan bahwa masyarakat NTB menggunakan Facebook, Instagram, YouTube, dan situs web, serta menyelidiki bagaimana berbagai platform secara strategis dijalankan bersama menjadi "realitas multiportal" yang koheren namun berbeda. Pertanyaan penelitian terkait bagaimana humas pemerintah secara strategis mendistribusikan dan membingkai informasi pemerintah di seluruh jaringan ini untuk memaksimalkan efektivitas penetapan agenda dan keterlibatan publik, sehingga membangun identitas digital multiplatform bagi pemerintah.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendekonstruksi strategi agenda setting dan framing multiportal yang digunakan oleh Diskominfotik NTB dalam menyebarluaskan informasi pemerintah; menganalisis keselarasan agenda resmi pemerintah, framing yang digunakan pada platform digital yang berbeda, dan pola keterlibatan publik; Mengembangkan model konseptual yang menggambarkan proses "Konstruksi Realitas Multiportal" dalam konteks humas pemerintah daerah. Untuk itu, pertanyaan penelitian ini adalah: Bagaimana Diskominfotik NTB menggunakan teknik agenda setting dan framing untuk menyesuaikan informasi untuk platform digital tertentu (Facebook, Instagram, YouTube, Website), serta apa faktor pendorong (misalnya, logika platform, kendala sumber daya, prioritas kebijakan) dan hambatan yang membentuk pelaksanaan strategi komunikasi multiportal ini.

Tinjauan Literatur dan Kerangka Teoritis

Paradigma Komunikasi Pemerintah, dari Penyebaran Informasi dan Keterlibatan Digital

Lanskap teoritis humas pemerintah telah mengalami perubahan paradigma yang signifikan, bergerak dari model tradisional penyebaran informasi satu arah menuju proses keterlibatan digital yang dinamis dan multi-arah. Humas pemerintah menggunakan model informasi publik, dimana Humas bertindak sebagai jurnalis residensi, menyebarkan informasi faktual melalui siaran pers dan buletin resmi dengan sedikit memperhatikan umpan balik (Grunig, 2009). Model linier seperti model komunikasi (Lasswell, 1948), semakin tidak memadai untuk era digital. Proliferasi platform media sosial interaktif telah memecah lanskap media dan memberdayakan masyarakat untuk menjadi peserta aktif daripada penerima pasif. Pergeseran ini memerlukan pendekatan relasional (Saffer et al., 2013), dimana membangun dan mempertahankan kepercayaan melalui dialog menjadi yang terpenting.

Pengamatan awal tentang "ketidakseimbangan antara pengikut dan keterlibatan" dalam kasus-kasus seperti pemerintah NTB adalah gejala langsung dari benturan paradigma ini yang mengidentifikasi kegagalan penerapan model satu arah dalam lingkungan interaktif. Sementara pemerintah telah mengadopsi *alat* komunikasi digital, sebagian besar praktik tetap terkait dengan *filosofi* komunikasi yang ketinggalan zaman, menciptakan kesenjangan kritis antara output kelembagaan dan keterlibatan publik.

Paradoks Keterlibatan dan Keharusan Logika Platform

Tinjauan literatur tentang komunikasi pemerintah di dunia digital mengungkapkan tantangan yang terus-menerus dan kurang berteori seperti paradoks keterlibatan. Studi dari Pew

Research Center, secara konsisten menunjukkan bahwa akun media sosial sektor publik menderita tingkat keterlibatan yang sangat rendah meskipun jumlah pengikut tinggi. Ini bukan hanya masalah penjangkauan tetapi salah satu resonansi. Hal ini menunjuk penyalahgunaan "logika media". (Klinger & Svensson, 2015) mendefinisikan "logika media jaringan" sebagai norma, strategi, dan mekanisme yang mendasari platform digital, termasuk algoritma, keterjangkauan, dan praktik budayanya.

Namun, sebagian besar praktik Humas pemerintah masih diatur oleh "logika media massa" yang memprioritaskan pengumuman formal dan siaran satu-ke-banyak. Ketika satu pesan formal diposting silang di *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*, itu melanggar ekspektasi budaya dan algoritmik yang berbeda dari setiap platform, yang menyebabkan pelepasan partisipasi publik. Literatur yang ada mendiagnosis masalah ini tetapi menawarkan kerangka teoritis terbatas tentang bagaimana unit Humas pemerintah dapat secara strategis dan sistematis mengoperasionalkan pemahaman logika platform di seluruh ekosistem digital, menyelidiki tidak hanya fakta penggunaan multiplatform, tetapi juga penalaran strategis di balik adaptasi konten diferensial.

Mensintesis Pengaturan dan framing Agenda untuk Lingkungan Multiportal

Untuk menganalisis adaptasi strategis komunikasi pemerintah, penelitian ini mensintesis dua teori dasar yaitu *Agenda-Setting* dan *Framing*. Teori agenda setting McCombs dan Shaw (1972) mengemukakan bahwa media (dan, dengan perluasan, humas pemerintah) memiliki kekuatan untuk memengaruhi keunggulan isu-isu dalam agenda publik. Hal ini sangat relevan dengan Humas pemerintah yang berupaya mengarahkan perhatian publik pada prioritas kebijakan dan pencapaian pemerintah. Namun, tingkat pertama pengaturan agenda—mentransfer keunggulan objek—tidak cukup untuk analisis. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di atas **teori tingkat kedua**, yang menyangkut transfer *keunggulan atribut*—karakteristik dan sifat spesifik yang terkait dengan suatu masalah (McCombs, 2005).

Pada titik ini integrasi dengan teori framing menjadi penting. Definisi klasik (Entman, 1993) tentang framing sebagai pemilihan dan keunggulan aspek-aspek tertentu dari realitas untuk mempromosikan definisi masalah tertentu dan evaluasi moral adalah mekanisme dimana penetapan agenda tingkat kedua dicapai. Dalam konteks Humas pemerintah multiplatform, satu objek kebijakan (misalnya, pembangunan infrastruktur regional) bukanlah pesan monolitik. Ini adalah sekumpulan atribut potensial yang dapat dibingkai secara strategis untuk portal yang berbeda: framing pertumbuhan ekonomi yang menekankan penciptaan lapangan kerja dan

investasi, Kerangka kenyamanan publik dan kualitas hidup dengan menggunakan infografis dan testimonial warga, serta Transformasi visual dan bingkai kemajuan memanfaatkan Reels "sebelum dan sesudah" adanya Pembangunan.

Studi sebelumnya sering menerapkan teori-teori ini secara terpisah atau dalam konteks platform tunggal (Liu & Chan, 2018) di situs resmi web pemerintah). Sintesis yang diusulkan bahwa dalam lingkungan media yang terfragmentasi, humas pemerintah yang efektif adalah latihan dalam konstruksi realitas multiportal. Ini melibatkan penyebaran agenda induk yang koheren sekaligus menjalankan strategi pembingkaian khusus platform untuk membuat agenda itu menonjol dan bermakna bagi beragam kalangan publik digital. Kerangka kerja terintegrasi memungkinkan analisis kritis tentang bagaimana entitas seperti Diskominfotik NTB secara sadar membangun identitas pemerintah yang beragam di seluruh kehadiran digitalnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus untuk menyelidiki strategi agenda setting dan framing multiportal dari unit humas Diskominfotik NTB. Pendekatan ini memfasilitasi eksplorasi kontekstual yang mendalam dari fenomena kontemporer yang kompleks dalam pengaturan kehidupan nyatanya (Yin, 2018) yang sejalan dengan tujuan penelitian untuk memahami *bagaimana* dan *mengapa* unit tersebut membangun dan mendistribusikan informasi di berbagai platform digital. Pengumpulan Data dilakukan melalui tiga metode: observasi non-peserta, wawancara semi terstruktur, dan analisis dokumentasi. Observasi non-peserta dilakukan pada operasi harian unit dan aktivitas media sosialnya di Facebook, Instagram, YouTube, dan situs resminya, dengan fokus pada jenis konten, waktu, dan keterlibatan publik. Ini memberikan wawasan langsung tentang penerapan praktis strategi komunikasi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan pada informan yang dipilih. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih informan: Kepala Divisi Informasi dan Komunikasi Publik (informan kunci), Senior humas Officer, dan dua anggota tim media (informan pendukung) untuk menangkap perspektif dari pembuat keputusan strategis dan pelaksana taktis. Wawancara semi-terstruktur memastikan keputusan framing khusus platform, kendala sumber daya, dan evaluasi kinerja, dieksplorasi secara konsisten sambil memungkinkan fleksibilitas untuk menyelidiki topik yang muncul. Analisis dokumenter memberikan lapisan bukti penting, yang terdiri dari posting media sosial yang diarsipkan, infografis, dan konten video. Analisis data mengikuti model interaktif, dimulai selama pengumpulan data yang melibatkan tiga langkah: pengurangan data, tampilan data, dan

penggambaran/verifikasi kesimpulan. Transkrip wawancara dan catatan lapangan dikodekan dan dikategorikan untuk mengidentifikasi tema berulang yang terkait dengan penetapan agenda tingkat kedua (menonjol atribut) dan pembingkaian. Data dikodekan untuk mengidentifikasi bagaimana satu kebijakan dibingkai sebagai peluang ekonomi di satu platform dan manfaat komunitas di platform lain. Analisis dokumenter dari postingan media sosial berfungsi untuk memverifikasi pola tematik untuk menciptakan hubungan yang kuat antara akun subjektif dan output objektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Framing Multiportal dan Penetapan Agenda

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menunjukkan Diskominfotik NTB tidak hanya melakukan cross-posting konten identik. Sebaliknya, ia terlibat dalam proses strategis penetapan agenda tingkat kedua (McCombs, 2005) dengan menyesuaikan atribut pesan inti pemerintah dengan logika spesifik dari setiap platform. Data menunjukkan pola adaptasi pesan yang konsisten. Seperti yang disampaikan oleh Kepala Divisi Informasi dan Komunikasi Publik, bentuk komunikasi "beragam tergantung dari platform media sosial". Ini bukan pengamatan biasa, tetapi bukti pembingkaian sadar. Pengamatan peneliti menunjukkan bahwa proses "cenderung bersifat satu arah" akurat dalam hal dialog tetapi melewatkannya nuansa pembingkaian strategis satu arah ini. Unit ini bertindak sebagai penjaga gerbang dan pembuat bingkai, memutuskan bagaimana kebijakan disajikan di setiap portal.

Situs web berfungsi sebagai repositori untuk informasi formal dan terperinci. Di sini, bingkainya adalah salah satu akuntabilitas dan keabadian resmi. Konten adalah teks dan gambar yang berat, menyerupai siaran pers tradisional, yang ditujukan untuk audiens yang mencari materi referensi otoritatif. Facebook digunakan untuk penyebarluasan yang lebih luas. Bingkai bergeser ke arah keterlibatan komunitas dan aksesibilitas yang luas, memanfaatkan campuran album foto, infografis, dan tautan berita untuk menjangkau demografi yang luas. Sedangkan Instagram dimanfaatkan untuk penceritaan visual dan daya tarik estetika. Penekanannya adalah pada visual, Reels, dan korsel foto yang menarik yang membungkai aktivitas pemerintah sebagai dinamis, modern, dan menarik. Penciptaan "konten-konten edukatif", seperti tentang netralitas ASN selama pemilu, menunjukkan upaya untuk menggunakan platform ini untuk pembingkaian yang lebih lembut dan sarat nilai di luar berita keras. YouTube menyelenggarakan konten video berdurasi yang lebih panjang, membungkai pekerjaan pemerintah melalui lensa dokumenter dan berorientasi

kedalaman. Ini menyediakan ruang untuk penjelasan yang lebih bermuansa dan daya tarik emosional yang tidak dapat diakomodasi oleh format yang lebih pendek.

Praktik tersebut sejalan dengan konsepsi (Entman, 1993) tentang framing, dimana memilih dan mengasingkan aspek-aspek tertentu dari realitas yang dirasakan mempromosikan definisi masalah tertentu. Dengan membungkai satu proyek infrastruktur sebagai laporan teknis (Situs Web), manfaat masyarakat (*Facebook*), transformasi visual (*Instagram*), dan dokumenter mendalam (*YouTube*), Humas membangun identitas pemerintahan yang beragam, namun koheren. Ini merupakan konstruksi realitas multiportal, di mana agenda inti (pekerjaan pemerintah) konstan, tetapi atribut yang dirasakan secara strategis terdiversifikasi untuk memaksimalkan jangkauan dan resonansi di berbagai segmen public (Graham et al., 2015).

Namun, Meskipun strateginya multiplatform, keterlibatan tetap didominasi satu arah. Peneliti mencatat bahwa “pengelola akun pemprov NTB jarang memberikan 144esponsa tau menjawab komentar” (manajer akun jarang memberikan tanggapan atau menjawab komentar). Ini menunjukkan bahwa strategi multiportal terutama digunakan untuk pengaturan agenda gaya siaran daripada untuk membina dialog dua arah, membatasi potensinya untuk membangun kepercayaan relasional (Saffer et al., 2013).

Pendorong Strategis dan Kendala Operasional

Strategi yang digunakan untuk mengoptimalkan fungsinya mengungkapkan pemahaman yang jelas tentang kebutuhan humas modern, namun pada dasarnya dibentuk oleh kendala operasional yang parah. Strategi internal ditandai dengan struktur manajemen organisasi yang disempurnakan (Artini, 2022). Pembagian tim menjadi unit khusus seperti reporter lapangan (perilis), editor, dan manajer publikasi telah menciptakan proses panjang untuk pemrosesan informasi. Struktur ini merupakan tanggapan rasional terhadap tantangan untuk meliput beberapa peristiwa pemerintah secara simultan. Ini memungkinkan efisiensi dan memastikan aliran konten yang konsisten, yang merupakan sumber kehidupan dari pengaturan agenda berkelanjutan (Sutama & Putra, 2023).

Selain itu, masing-masing unit menunjukkan pemahaman tentang logika media jaringan (Klinger & Svensson, 2015; Villalobos-López, 2022) melalui pemilihan platform. Keputusan sadar untuk menonaktifkan TikTok dan Twitter karena "tidak ada yang melihat informasi terkait pemprov" adalah aplikasi yang jelas dan berbasis data dari logika ini. Ini menunjukkan poros strategis menuju platform di mana agenda mereka memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk

diterima, bahkan jika keterlibatan rendah. Hal ini dilengkapi dengan kerja sama media dengan outlet yang diperiksa secara resmi, teknik pembuatan agenda klasik yang memperkuat jangkauan dan memberikan kredibilitas melalui validasi pihak ketiga. Temuan terkait dampak mendalam dari keterbatasan sumber daya. "Kendala pada sarana prasarana" khususnya kamera yang tidak berfungsi dan mobilitas terbatas karena anggaran yang tidak memadai yang menciptakan paradoks mendasar. Unit ini diharapkan untuk menjalankan strategi multiplatform yang mengutamakan digital dengan sumber daya era analog.

Aktivitas lain merujuk pada proses penjatahan agenda reaktif. Ketika beberapa aktivitas terjadi, unit harus memprioritaskan mana yang akan disorot secara langsung berdasarkan ketersediaan peralatan dan anggaran perjalanan. Untuk acara yang tidak diprioritaskan, mereka mengandalkan sumber informasi lain dari Biro Administrasi Daerah (ADPIM). Praktik ini, meskipun pragmatis, memperkenalkan risiko yang signifikan, Dimana humas menyerahkan kendali atas framing awal acara kepada unit lain. Hal ini merusak prinsip manajemen kesan strategis yang coba pertahankan. Temuan bahwa mereka terkadang harus meminjam peralatan dari ADPIM atau menggunakan kendaraan pribadi menggambarkan kesenjangan kritis antara visi strategis dan kapasitas operasional, penderitaan umum bagi komunikator pemerintah daerah di daerah dengan otonomi fiskal terbatas (Kominfo, 2022).

Paradoks Keterlibatan dan Model Agenda setting Multiportal

Fenomena inti yang ingin dipahami oleh penelitian ini—ketidakseimbangan antara jangkauan dan keterlibatan—ditangkap dengan jelas dalam data. Dengan lebih dari 107.000 pengikut Facebook tetapi postingan yang menerima "kurang dari seratus" suka, paradoks keterlibatan tidak dapat disangkal. Wawancara dengan warga (Reni, Widya, Gita) memberikan penjelasan penting terkait konten pemerintah dianggap kurang menarik daripada konten yang berfokus pada hiburan di platform seperti TikTok. Seorang warga secara eksplisit menyatakan, "Saya lebih suka melihat *tiktok* karena konten di tiktok lebih menarik". Ini menunjukkan tantangan bagaimana konten unit, terlepas dari framing multiportalnya, seringkali gagal sepenuhnya beradaptasi dengan logika algoritme media sosial yang digerakkan oleh hiburan. Sementara tim humas menciptakan "konten kreatif", itu tetap dalam paradigma pendidikan kewarganegaraan. Itu tidak sepenuhnya merangkul format viral yang digerakkan oleh emosi, dan sangat interaktif yang mendominasi platform (Sari et al., 2025).

Manajemen Tayangan dan Batasan Agenda Setting

Temuan juga menegaskan bahwa kedua kerangka teoretis itu relevan, tetapi interaksi mereka mengungkapkan kompleksitas komunikasi pemerintah modern. Penggunaan komunikasi verbal dan non-verbal, pengeditan foto dan video yang cermat, dan pembuatan konten edukatif adalah latihan yang jelas dalam manajemen tayangan. Unit ini secara sadar membentuk kesan atau citra positif pemerintah, melampaui penyebaran informasi sederhana; mengendalikan narasi dan membentuk persepsi, menegaskan bahwa manajemen kesan adalah fungsi inti dari praktik sehari-hari mereka.

Penerapan teori agenda setting harus dievaluasi kembali dalam konteks ini. Teori klasik menunjukkan media dapat memberi tahu orang apa *yang harus dipikirkan*. Dalam lingkungan media yang terfragmentasi saat ini, kekuatan entitas tunggal, termasuk unit PR pemerintah, untuk menetapkan agenda publik secara signifikan mencair. Temuan ini menunjukkan bahwa Diskominfotik NTB masih minim tentang menetapkan *agenda publik* dan lebih banyak tentang mengelola agenda yang *disajikan sendiri oleh pemerintah* dengan cermat di berbagai saluran. Keberhasilan mereka bukan dalam membuat publik menganggap masalah pemerintah penting, tetapi dalam memastikan bahwa ketika publik menemukan informasi pemerintah, itu dibingkai dengan cara yang konsisten, beragam, dan positif. Ini sejalan dengan konsep pembuatan agenda, dimana sumber humas berusaha untuk memengaruhi agenda media, yang dalam hal ini, mencakup platform media yang mereka kendalikan secara langsung.

SIMPULAN

Humas Diskominfotik secara aktif membangun Multiportal Agenda-Setting Model untuk mengendalikan kompleksitas komunikasi digital. Hal ini menunjukkan pemahaman yang canggih tentang pembingkaian khusus platform, secara efektif mempraktikkan penetapan agenda tingkat kedua untuk menyesuaikan pesan pemerintah. Penggunaan strategis manajemen organisasi dan pemilihan platform mereka mengungkapkan adaptasi sadar terhadap logika media jaringan. Terdapat dua faktor yang tidak sejalan dengan agenda setting dan framing media. Pertama, kesenjangan sumber daya yang parah menciptakan ketergantungan pada lembaga lain dan memaksa pilihan prioritas yang sulit, membahayakan kelengkapan dan kontrol agenda mereka. Kedua, paradoks keterlibatan yang terus-menerus menyoroti kegagalan untuk menjembatani kesenjangan antara logika komunikasi pemerintah dan dinamika interaktif yang digerakkan oleh hiburan dari platform media sosial. Hasilnya adalah sistem yang strategis tetapi rapuh secara

operasional yang menyiarkan citra pemerintah yang koheren tetapi gagal memicu dialog publik yang bermakna yang diperlukan untuk keterlibatan demokratis yang kuat di era digital. Penelitian di masa depan harus fokus pada bagaimana unit pemerintah serupa dapat mengatasi hambatan ini, seperti mengeksplorasi strategi kreasi bersama yang lebih kolaboratif dengan nitizen atau memanfaatkan analitik data untuk personalisasi konten yang lebih tepat sasaran dan menarik.

Temuan ini berimplikasi bagi praktisi dan pembuat kebijakan, seperti kebutuhan untuk membingkai ulang anggaran komunikasi dari biaya administrasi periferal menjadi investasi strategis inti. Humas harus mengembangkan strateginya di luar framing konten untuk menyertakan protokol keterlibatan yang disengaja. Hal ini membutuhkan pengembangan pedoman yang jelas untuk menanggapi komentar, secara proaktif meminta masukan warga, dan mengelola forum publik digital. Keputusan untuk menonaktifkan platform berkinerja buruk seperti TikTok dan X adalah keputusan pragmatis. Implikasinya adalah bahwa pemerintah seharusnya tidak merasa terpaksa berada di setiap platform. Sebaliknya, humas harus melakukan analisis audiens secara teratur untuk mengidentifikasi di mana target publik mereka paling aktif dan menerima informasi pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Survey Internet APJII 2022-2023*. <https://survei.apjii.or.id/survei>
- Artini, N. N. P. (2022). Komunikasi Organisasi Kemahasiswaan di Kota Mataram. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(2), 738–750. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i2.831>
- carahsoft.com. (2018). *The State of Social Media in Government in 2018*. <https://static.carahsoft.com/concrete/files/5215/2484/2022/Hootsuite-State-of-Social-Media-in-Government-2018.pdf>
- Civelek, M. E., Cemberci, M., & Eralp, N. E. (2016). The Role of Social Media in Crisis Communication and Crisis Management. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 5(3). <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v5i3.279>
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Graham, M. W., Avery, E. J., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*, 41(3), 386–394. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.02.001>
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2).

- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media and Society*, 17(8).
<https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Kominfo. (2022). *Laporan Evaluasi Media Sosial Pemerintah Daerah. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*.
<https://ppid.kemendagri.go.id/storage/dokumen/8u4mvwMvHSvz8i7ryLIUQzzxiANbDZiIdSmuQsDg.pdf>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 1948.
- Liu, Y., & Chan, R. H. (2018). The Framework of Crisis-Induced Agenda Setting in China. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 5(1), 18–33. <https://doi.org/10.1002/app5.220>
- McCombs, M. E. (2005). The Agenda-Setting Function of the Press. In *The Press*.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Mirlina, L. (2017). Role Of Social Media In The Government Communication. *Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference*, 4.
<https://doi.org/10.17770/sie2017vol4.2384>
- Saffer, A. J., Sommerfeldt, E. J., & Taylor, M. (2013). The effects of organizational Twitter interactivity on organization–public relationships. *Public Relations Review*, 39(3), 213–215.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.02.005>
- Sari, W. P., Putriana, M., Bachtera, R. A., Firdaus, M. R., Wihadi, A., Reyfaldi, R. A., Pamungkas, B. F., & Sadewo, R. (2025). Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 6(1), 26–38.
<https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v6i1.1724>
- Sutama, I. W., & Putra, I. G. (2023). Optimalisasi Media Whatsapp Dalam Komunikasi Organisasi Sekaa Truna Truni (STT) Sastra Emas. *Jurnal Pasupati*, 9(2).
<https://doi.org/10.37428/pasupati.v9i2.326>
- UU No. 14 Tahun 2008 (2010). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008>
- Villalobos-López, J. A. (2022). Theoretical framework media and political economy of communication. *Current Issues of Mass Communication*, 31.
<https://doi.org/10.17721/cimc.2022.31.40-53>
- Wirdiata, I. M. S., & Sutama, I. W. (2023). Komunikasi Dan Perubahan Sosial Dalam Tradisi Pasidikaran Masyarakat Hindu Lombok. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/jsv.v2i1.988>
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5).
<https://doi.org/10.1177/109634809702100108>