SADHARANANIKARANA:
Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu
Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

KONSISTENSI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *MATARAM.KITA* SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI PEMERINTAH KOTA MATARAM

Oleh :
Ni Komang Mas Anggie Sintyadewi[1], I Wayan Sutama[2], I Wayan Astraguna[3]
Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram[1,2,3]
Email: tyadewi1608@gmail.com[1], iansutama@iahn-gdepudja.ac.id[2], iwastra@iahngdepudja.ac.id[3]

Abstract

The increasing use of social media has encouraged government institutions to optimize digital platforms as a medium for disseminating public information and strengthening communication with the community. Instagram has become one of the most effective platforms for delivering government information because of its accessibility, visual features, and interactive communication. This study aims to analyze the consistency of Instagram management, examine the implementation of management functions, and identify the factors influencing the consistency of the @mataram.kita Instagram account as the official public information media of the Mataram City Government. This research employed a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and documentation, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the @mataram.kita account has consistently maintained its content, visual identity, message delivery, and institutional image as an official government communication platform. The management process has implemented the functions of planning, organizing, actuating, and controlling, although the absence of written standard operating procedures and visual guidelines remains a challenge. The study also reveals that effective teamwork, leadership support, clear task distribution, and adequate facilities support management consistency, while limited human resources, dynamic government agendas, repetitive visual designs, and limited two-way interaction with the public hinder its effectiveness. Therefore, strengthening social media governance through formal management guidelines, more innovative visual content, and enhanced public engagement is recommended to improve sustainable government communication.

Keywords: Instagram, Social Media Managementt, Government Communication, Management Functions, Public Information

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Pemanfaatan media sosial tidak lagi dipandang sebagai pelengkap komunikasi publik, melainkan telah menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan informasi, membangun keterbukaan, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

informasi secara cepat, interaktif, dan mudah diakses menjadikan platform digital sebagai instrumen strategis bagi instansi pemerintah dalam menjalankan fungsi komunikasi publik. Salah satu platform yang paling banyak dimanfaatkan adalah Instagram karena mampu menggabungkan kekuatan visual, teks, dan video dalam penyampaian informasi sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan media sosial pemerintah adalah konsistensi. Konsistensi tidak hanya berkaitan dengan frekuensi unggahan, tetapi juga mencakup keselarasan tema informasi, penggunaan identitas visual, penyampaian pesan, serta citra yang dibangun melalui setiap konten yang dipublikasikan. Konsistensi tersebut berperan dalam membentuk identitas akun sehingga masyarakat lebih mudah mengenali sumber informasi resmi pemerintah. Sebaliknya, pengelolaan yang tidak konsisten berpotensi menimbulkan persepsi yang berbeda, mengurangi efektivitas komunikasi, bahkan dapat memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Pemerintah Kota Mataram memanfaatkan Instagram melalui akun @mataram.kitasebagai media publikasi resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Mataram. Akun ini digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan pemerintahan, kebijakan daerah, pelayanan publik, agenda pembangunan, maupun aktivitas kepala daerah. Keberadaan akun tersebut menunjukkan adanya transformasi komunikasi pemerintah menuju media digital yang lebih terbuka dan mudah dijangkau masyarakat. Namun demikian, keberhasilan pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi tidak hanya ditentukan oleh intensitas unggahan, melainkan juga oleh kemampuan pengelola dalam mempertahankan konsistensi penyajian informasi agar identitas komunikasi pemerintah tetap terjaga.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi publik pemerintah. Penelitian Pratama dan Adi (2021) menegaskan bahwa media sosial mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi publik dan memperkuat citra institusi pemerintah. Putri dan Nugroho (2022) menemukan bahwa konsistensi pesan dan identitas visual berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan publik terhadap organisasi. Penelitian Gilang dkk.

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

(2024) menunjukkan bahwa tingkat interaksi masyarakat dipengaruhi oleh karakteristik konten dan penyajian informasi yang dipublikasikan melalui media sosial pemerintah. Sementara itu, Wulandary dan Rahmawati (2025) menjelaskan bahwa pengelolaan media sosial instansi pemerintah telah memperhatikan aspek konten, konteks komunikasi, serta hubungan dengan audiens melalui pendekatan 4C. Nugraha dkk. (2025) juga menemukan bahwa konten Instagram instansi pemerintah di Indonesia memiliki variasi bentuk dan pesan, meskipun konsistensi pengelolaannya masih belum optimal.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai pengelolaan media sosial pemerintah, sebagian besar masih berfokus pada fungsi media sosial secara umum, tingkat interaksi pengguna, atau analisis konten tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana konsistensi pengelolaan akun pemerintah dipertahankan dalam praktik sehari-hari. Penelitian mengenai konsistensi pengelolaan akun Instagram pemerintah daerah yang menelaah keterpaduan konten, identitas visual, pesan komunikasi, serta mekanisme pengelolaannya masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada akun media sosial pemerintah daerah yang secara aktif digunakan sebagai media komunikasi publik.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji konsistensi pengelolaan akun Instagram @mataram.kita melalui keterpaduan konten, identitas visual, pesan komunikasi, dan citra akun, sekaligus menelaah fungsi manajemen serta faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaannya. Penelitian ini menggunakan Teori New Media Pierre Lévy untuk memahami karakteristik komunikasi digital dan Teori Manajemen Media untuk mengkaji proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran mengenai konsistensi pengelolaan Instagram @mataram.kita sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram serta menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan komunikasi publik berbasis media digital.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme dengan pendekatan

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

kualitatif deskriptif untuk menggambarkan konsistensi pengelolaan akun Instagram @mataram.kita sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram. Objek penelitian meliputi pengelolaan konten, identitas visual, pesan komunikasi, serta faktor-faktor yang memengaruhi konsistensi akun. Subjek penelitian terdiri atas Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), staf pengelola media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Mataram, serta beberapa pengikut akun @mataram.kita sebagai informan pendukung. Penelitian dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Mataram dengan penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap pengelolaan akun.

Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (human instrument), didukung pedoman wawancara semi terstruktur, lembar observasi, alat perekam, dan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipan terhadap unggahan dan interaksi akun, wawancara semi terstruktur dengan pengelola serta informan pendukung, dan dokumentasi berupa arsip, tangkapan layar unggahan, data Instagram Insight, serta dokumen terkait.

Analisis data mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

III. Pembahasan

1. Pengelolaan Konten, Visual, Pesan dan Citra Akun Instagram @Mataram.kita

Berdasarkan hasil observasi penelitian, akun Instagram @mataram.kita dikelola secara aktif sebagai media publikasi resmi Pemerintah Kota Mataram dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Pada bulan April 2026 akun tersebut memiliki 27,2 ribu pengikut dengan total 4.991 unggahan. Jumlah pengikut dan intensitas unggahan tersebut mengindikasikan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital pemerintah yang cukup aktif dan berkelanjutan. Aktivitas publikasi dilakukan melalui berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, dan stories dengan konten yang didominasi oleh kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, aktivitas kepala daerah, edukasi masyarakat, hingga informasi ringan yang dikemas

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

secara lebih komunikatif.



Sumber: Instagram @mataram.kita, 2026

Hasil observasi memperlihatkan bahwa akun Instagram @mataram.kita mengunggah sekitar 1–2 postingan setiap hari. Jumlah unggahan dapat meningkat ketika terdapat agenda besar pemerintah daerah, momentum tertentu, maupun isu yang sedang berkembang di masyarakat. Selain itu, penggunaan hashtag dan mention dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan informasi kepada pengguna media sosial.

Konsistensi tersebut tidak hanya tercermin dari keteraturan publikasi konten, tetapi juga dari proses perencanaan, penyusunan, hingga penyajian informasi yang dilakukan secara berkesinambungan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa setiap unggahan disusun berdasarkan agenda pemerintahan, kebutuhan informasi publik, serta standar komunikasi yang telah ditetapkan oleh pengelola media sosial sehingga mampu membangun identitas akun sebagai sumber informasi resmi pemerintah daerah.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, pengelolaan konten pada akun @mataram.kita didominasi oleh informasi mengenai kegiatan kepala daerah, program pembangunan, pelayanan publik, sosialisasi kebijakan, serta informasi edukatif yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat. Pola tersebut menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai media dokumentasi kegiatan pemerintahan, tetapi juga sebagai media komunikasi publik yang berfungsi menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Temuan ini sejalan dengan pandangan

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

Pierre Lévy mengenai New Media, yang menjelaskan bahwa media digital memungkinkan terjadinya penyebaran informasi secara interaktif serta memperluas hubungan komunikasi antara institusi dan masyarakat melalui ruang digital.

Selain konsistensi konten, penelitian juga menemukan bahwa akun @mataram.kita menerapkan identitas visual yang relatif seragam pada setiap unggahan. Penggunaan logo Pemerintah Kota Mataram, pemilihan warna, tipografi, serta tata letak visual yang konsisten menjadi ciri khas dalam setiap publikasi. Keseragaman tersebut bertujuan memperkuat identitas akun sebagai media publikasi resmi pemerintah sehingga masyarakat lebih mudah mengenali sumber informasi yang disampaikan. Meskipun demikian, hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa desain visual yang digunakan cenderung memiliki pola yang sama pada sebagian besar unggahan sehingga tampilan akun dinilai kurang variatif. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa konsistensi visual telah berhasil membangun identitas komunikasi pemerintah, namun masih diperlukan pengembangan kreativitas desain agar tampilan konten lebih menarik tanpa menghilangkan identitas visual yang telah terbentuk.

Konsistensi juga terlihat pada penyampaian pesan yang digunakan dalam setiap unggahan. Caption disusun menggunakan bahasa Indonesia yang formal, komunikatif, dan informatif dengan memuat penjelasan mengenai waktu, lokasi, tujuan kegiatan, serta manfaat yang diharapkan bagi masyarakat. Penyampaian informasi dilakukan secara objektif dan berorientasi pada kepentingan publik sehingga mampu mendukung fungsi Instagram sebagai media publikasi pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, informasi yang dipublikasikan melalui akun @mataram.kita dinilai mudah dipahami dan memberikan gambaran mengenai berbagai program maupun kegiatan Pemerintah Kota Mataram. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsistensi pesan berperan penting dalam menjaga kejelasan informasi sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap akun resmi pemerintah.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsistensi konten, visual, dan pesan berkontribusi terhadap pembentukan citra akun @mataram.kita sebagai media komunikasi resmi Pemerintah Kota Mataram. Identitas akun dibangun melalui

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

penggunaan nama akun, logo pemerintah, gaya komunikasi yang formal, serta penyajian informasi yang berfokus pada pelayanan publik dan aktivitas pemerintahan. Persepsi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan masyarakat yang menilai bahwa akun @mataram.kita telah menjadi salah satu sumber informasi resmi mengenai berbagai kebijakan dan kegiatan Pemerintah Kota Mataram. Dengan demikian, konsistensi pengelolaan media sosial tidak hanya berfungsi menjaga keteraturan publikasi, tetapi juga membangun kredibilitas serta citra positif pemerintah di ruang digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Teori New Media yang dikemukakan oleh Pierre Lévy, yang menjelaskan bahwa media digital memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram menunjukkan bahwa media baru tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang mendukung keterbukaan informasi publik. Melalui konsistensi penyajian konten, penggunaan identitas visual yang seragam, serta penyampaian pesan yang informatif, akun @mataram.kita mampu menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi pemerintah yang berkelanjutan. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan desain visual yang relatif sama pada sebagian besar unggahan menyebabkan tampilan akun cenderung monoton. Oleh karena itu, inovasi dalam pengembangan desain visual perlu dilakukan agar daya tarik komunikasi digital meningkat tanpa mengurangi konsistensi identitas akun sebagai media publikasi resmi Pemerintah Kota Mataram.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa konsistensi pengelolaan media sosial merupakan faktor penting dalam membangun efektivitas komunikasi organisasi. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi tidak hanya diukur melalui keteraturan publikasi, melainkan juga melalui keselarasan antara konten, identitas visual, pesan, dan citra komunikasi yang dibangun secara berkelanjutan. Dengan demikian, konsistensi pengelolaan akun Instagram @mataram.kita menjadi salah satu faktor yang mendukung optimalisasi komunikasi publik Pemerintah Kota Mataram di era media digital.

2. Manajemen Pengelolaan Instagram Mataram.kita sebagai Media Publikasi Pemerintah Kota Mataram

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan akun Instagram @mataram.kita sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram menerapkan empat fungsi manajemen, yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling). Keempat fungsi tersebut diterapkan dalam proses penyusunan, produksi, publikasi, hingga evaluasi konten. Namun, pengelolaannya masih menghadapi beberapa kendala, seperti belum adanya standar operasional prosedur (SOP) dan pedoman visual khusus secara tertulis.

Pada tahap perencanaan (planning), pengelola menyusun kalender konten berdasarkan agenda kegiatan Pemerintah Kota Mataram dan kebutuhan informasi masyarakat. Perencanaan juga mencakup penentuan tema, penyusunan pesan, identitas visual, dan waktu publikasi. Proses tersebut dilakukan melalui koordinasi internal antartim. Namun, belum adanya SOP dan pedoman visual tertulis menyebabkan perencanaan masih bergantung pada pengalaman kerja dan komunikasi antaranggota tim.

Tahap pengorganisasian (organizing) dilakukan melalui pembagian tugas di lingkungan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP). Tugas tersebut meliputi peliputan, dokumentasi, desain visual, penulisan caption, hingga publikasi konten. Pembagian tanggung jawab sesuai kompetensi anggota tim membantu proses produksi konten berjalan sistematis dan menjaga kesinambungan informasi yang disampaikan melalui akun @mataram.kita.

Pada tahap pelaksanaan (actuating), pengelola mempublikasikan informasi mengenai kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, pembangunan daerah, dan program pemerintah. Penyampaian informasi didukung penggunaan logo pemerintah, warna, tipografi, dan tata letak yang relatif seragam. Meskipun demikian, penggunaan template yang berulang menyebabkan tampilan akun cenderung monoton sehingga diperlukan variasi desain yang lebih kreatif. Pesan dalam setiap unggahan disampaikan menggunakan bahasa formal dan informatif serta memperhatikan unsur 5W+1H agar mudah dipahami masyarakat.

Tahap pengawasan (controlling) dilakukan melalui pemanfaatan Instagram Insight untuk memantau jangkauan, tayangan, tingkat interaksi, dan respons masyarakat

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

terhadap konten. Hasil pemantauan digunakan sebagai bahan evaluasi publikasi berikutnya. Pengelola juga memantau komentar dan tanggapan masyarakat. Namun, interaksi dua arah belum optimal karena respons admin lebih sering berupa tanda suka (love) dibandingkan balasan komentar secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui Instagram masih perlu ditingkatkan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep media sosial Kaplan dan Haenlein (2010), yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pertukaran informasi dan interaksi antarpengguna. Dalam penelitian ini, Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemerintah untuk menyampaikan informasi secara cepat dan mudah diakses melalui fitur feed, stories, reels, dan kolom komentar. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan terhadap informasi pemerintah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan akun Instagram @mataram.kita telah menerapkan fungsi manajemen secara terstruktur sehingga mendukung komunikasi publik Pemerintah Kota Mataram. Meskipun demikian, beberapa aspek masih perlu ditingkatkan, yaitu penyusunan SOP dan pedoman visual tertulis, pengembangan variasi desain, serta peningkatan interaksi dua arah melalui respons yang lebih aktif terhadap komentar dan masukan masyarakat. Penguatan aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial pemerintah agar komunikasi publik berlangsung lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengeruhi Konsistensi Pengelolaan Instagram Mataram.kita

Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa konsistensi pengelolaan akun Instagram @mataram.kita dipengaruhi oleh faktor pendukung dan faktor penghambat yang berkaitan dengan proses produksi, publikasi, dan evaluasi konten. Faktor tersebut meliputi sumber daya manusia, sistem kerja organisasi, fasilitas pendukung, serta kemampuan tim dalam menghadapi dinamika kegiatan pemerintahan.

Faktor pendukung utama meliputi kekompakan tim kreatif, pembagian tugas

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

yang jelas, dukungan pimpinan, ketersediaan fasilitas, serta respons positif masyarakat. Pengelolaan akun dilakukan secara kolaboratif oleh tim Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), dengan pembagian tanggung jawab mulai dari peliputan, dokumentasi, penyusunan berita, desain grafis, penyuntingan video, hingga publikasi. Pembagian tugas sesuai kompetensi tersebut membantu proses produksi informasi berjalan lebih efektif dan menjaga kesinambungan publikasi akun sebagai media informasi resmi Pemerintah Kota Mataram.

Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, padatnya agenda pemerintahan, perubahan jadwal kegiatan secara mendadak, keterbatasan fasilitas, serta interaksi dua arah dengan masyarakat yang belum optimal. Kondisi tersebut menuntut tim pengelola bekerja secara fleksibel karena perubahan agenda dapat memengaruhi proses peliputan, penyusunan konten, dan jadwal publikasi. Keterbatasan personel juga menyebabkan beberapa anggota harus menangani lebih dari satu tugas.

Dalam mengatasi hambatan tersebut, tim pengelola memperkuat koordinasi internal, menerapkan pembagian tugas secara fleksibel, menyusun kalender konten, serta mengevaluasi performa unggahan melalui Instagram Insight. Evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan strategi publikasi berikutnya. Namun, interaksi pada kolom komentar masih didominasi pemberian tanda suka (love) dibandingkan balasan langsung sehingga komunikasi dua arah dengan masyarakat masih perlu ditingkatkan.

Jika dianalisis menggunakan Teori Manajemen Media yang dikemukakan oleh Morissan (2021), faktor-faktor tersebut berkaitan dengan fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling). Kekompakan tim, pembagian tugas, dan dukungan pimpinan mencerminkan fungsi pengorganisasian. Penyusunan kalender konten dan koordinasi rutin menunjukkan fungsi perencanaan, sedangkan evaluasi melalui Instagram Insight serta pemantauan respons masyarakat menggambarkan fungsi pengawasan. Dengan demikian, konsistensi pengelolaan akun @mataram.kita merupakan hasil dari kemampuan organisasi dalam mengelola faktor pendukung, mengatasi hambatan, dan

2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

menjalankan fungsi manajemen secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, konsistensi pengelolaan akun Instagram @mataram.kita didukung oleh koordinasi tim, pembagian tugas, dukungan organisasi, dan evaluasi berkelanjutan. Namun, keterbatasan sumber daya manusia, dinamika agenda pemerintahan, variasi desain visual yang terbatas, serta interaksi masyarakat yang belum optimal masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia, penyusunan pedoman pengelolaan media sosial, peningkatan kreativitas visual, dan pengembangan komunikasi dua arah diperlukan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan akun sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram

IV. Penutup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram @mataram.kita sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram telah dilaksanakan secara konsisten melalui pengelolaan konten, visual, pesan, dan citra akun. Konsistensi tersebut tercermin dari penyajian informasi yang berfokus pada kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, pembangunan daerah, dan sosialisasi program pemerintah, disertai penggunaan identitas visual dan gaya penyampaian pesan yang relatif seragam sehingga mampu membangun citra akun sebagai sumber informasi resmi Pemerintah Kota Mataram. Meskipun demikian, penggunaan desain visual yang cenderung berulang menyebabkan tampilan akun kurang variatif sehingga diperlukan inovasi desain untuk meningkatkan daya tarik konten tanpa mengurangi identitas visual yang telah terbentuk.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram @mataram.kita telah menerapkan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling). Penerapan fungsi-fungsi tersebut mendukung proses pengelolaan media sosial secara lebih terstruktur, mulai dari penyusunan kalender konten, pembagian tugas antaranggota tim, pelaksanaan publikasi informasi, hingga evaluasi melalui fitur Instagram Insight. Namun, belum tersedianya standar operasional prosedur (SOP) dan pedoman visual secara tertulis menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial masih memerlukan penguatan tata kelola agar pelaksanaannya lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, konsistensi pengelolaan akun dipengaruhi oleh berbagai faktor

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

pendukung dan penghambat. Faktor pendukung meliputi koordinasi tim yang baik, pembagian tugas yang jelas, dukungan pimpinan, ketersediaan fasilitas, serta respons positif masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, perubahan agenda pemerintahan yang dinamis, keterbatasan variasi desain visual, serta interaksi dua arah yang belum optimal dengan masyarakat. Oleh karena itu, penguatan tata kelola media sosial melalui penyusunan SOP, pengembangan kreativitas visual, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan optimalisasi interaksi dengan masyarakat perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas akun @mataram.kita sebagai media publikasi Pemerintah Kota Mataram.

Daftar Pustaka

Abdussamad, A. (2021). Metode wawancara dalam penelitian kualitatif: Panduan praktis. Jakarta: Prenadamedia Group.

Abidin, C., & Pratama, A. (2023). Visual communication in digital governance: Instagram as a public communication tool. Journal of Digital Government, 5(2), 45–59.

Agostino, D., & Arnaboldi, M. (2021). Social media for public administration:Enabling engagement and participation. Government Information Quarterly, 38(1), 101–112.

Arsandi, S. A., Saputro, R. A., & Ahmad, N. (2022). Jenis dan karakteristik konten media sosial instansi pemerintah dan keterikatan pengguna. Jurnal Studi Komunikasi, 8(1), 1–15.

Artadi, K., Astraguna, I. W., & Jelantik, S. K. (2026). Optimalisasi Komunikasi Humas dalam Membangun Brand Image SMAN 4 Mataram. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 184-198.

Astraguna, I. W., Listiawati, N. P., & Wijana, I. N. (2020). Dynamics of InterCultural Communication at Multicultural Societies in Transmigrant Territory. International Journal of Social Sciences and Humanities, 4(1), 43-58.

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

Astraguna, I. W. (2022). Komunikasi Estetik Dalam Pementasan Tari Topeng Sidhakarya Pada Praktik Keagamaan Masyarakat Hindu Bali. Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu, 4(1), 633-651.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Fauziah, N. (2023). Instagram sebagai media komunikasi publik pemerintah daerah. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 120–134.

Gilang, A., Prasetyo, D., & Lestari, M. (2024). Interaktivitas media sosial pemerintah sebagai sarana komunikasi publik. Jurnal Komunikasi Digital, 6(1), 55–70.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2022). Social media in public relations and communication management. London: Routledge.

Kavanaugh, A., Fox, E., Sheetz, S., Yang, S., Li, L., Whalen, T., & Shoemaker, D. (2021). Government use of social media: Opportunities and challenges. Public Administration Review, 81(2), 276–290.

Kriyantono, R. (2021). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif. Kencana.

Lee, S., & VanDyke, M. (2021). Strategic public communication in government organizations. Washington, DC: CQ Press.

Levy, P. (2001). Cyberculture. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2021). Theories of human communication (12th ed.). Waveland Press.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2023). Theories of human communication (12th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Maulvi, R., Rizal, M., & Lusiana, D. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi komunikasi humas pemerintah daerah. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 89–102.

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

Mekarisce, D., & Jambi, R. (2020). Triangulasi data dalam penelitian kualitatif: Strategi untuk meningkatkan kredibilitas temuan. Jurnal Metodologi Penelitian, 8(2), 45–57.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2023). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Mergel, I. (2019). Digital service teams in government. Government Information Quarterly, 36(4), 101389. https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101389

Mergel, I. (2021). Digital transformation in government: Managing digital innovation in the public sector. Public Management Review, 23(3), 1–12.

Mergel, I. (2022). Digital government and social media: Managing information flow and public engagement. Government Information Quarterly, 39(3), 101–115.

Morissan. (2021). Manajemen public relations: Strategi menjadi humas profesional.

Nasrullah, R. (2022). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi (edisi revisi). Simbiosa Rekatama Media.

Neuman, W. L. (2023). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (9th ed.). Boston: Pearson.

Nugraha, A., dkk. (2025). Analisis isi konten Instagram instansi pemerintah di Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi.

OECD. (2021). Open government and public sector transparency: Digital tools and innovation. Paris: OECD Publishing.

Pratama, A., & Adi, P. (2021). Pengelolaan media sosial humas pemerintah sebagai sarana komunikasi publik. Jurnal Komunikasi Pemerintahan, 3(2), 101–115.

Putri, D. A., & Nugroho, R. (2022). Konsistensi komunikasi digital organisasi dalam membangun citra institusi. Jurnal Studi Komunikasi Organisasi, 5(1), 33–48.

Putri, F., & Nugroho, H. (2022). Konsistensi pengelolaan media sosial pemerintah

Volume 8 Nomor 2 Tahun 2026
2338-8382 (ISSN Cetak); 2798-4842 (e-ISSN)
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN

daerah: Studi kasus Instagram. Jurnal Komunikasi Pemerintahan, 8(1), 12–26.

Supriyanto, D., Nuryanti, S., & Noegroho, A. (2024). Efektivitas komunikasi publik pemerintah melalui media sosial daerah. Jurnal Komunikasi Publik Indonesia, 7(1), 33–48.

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, D. (2021). Teknik observasi dan dokumentasi dalam penelitian kualitatif. Jurnal Penelitian Sosial, 12(1), 12–24.

Wibowo, A., & Nugraha, R. (2023). Public relations strategies in local government digital communication. Bandung: Alfabeta.

Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan, 5(2), 198-211.

Wulandary, S., & Rahmawati, N. (2025). Pengelolaan media sosial Instagram pada instansi pemerintahan dengan pendekatan teori 4C. Jurnal Administrasi dan Komunikasi Publik, 8(1), 21–36.

Yanti, D., & Riofita, H. (2025). Literasi digital dan tantangan komunikasi publik pemerintah di era media sosial. Jurnal Komunikasi Kontemporer, 9(1), 45–60.

Zulaikha, S. (2023). Transparansi dan komunikasi digital pemerintah daerah dalam meningkatkan partisipasi publik. Jurnal Administrasi Publik, 19(2), 145–158.