

PERAN HUMAS BADAN PUSAT STATISTIK (BPS) KOTA CILEGON PADA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PELAYANAN MASYARAKAT

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS OF THE CENTRAL STATISTICS AGENCY (BPS) OF CILEGON CITY IN THE MANAGEMENT OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN COMMUNITY SERVICES

¹⁾Bagos Budi Mulyana,²⁾April Laksana,³⁾Putri Handayani,⁴⁾Achmad Nashrudin Priatna,⁵⁾Arfian Suryasuciramdhan

^{1,2,3,4,5)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Bina Bangsa

JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya Kota Serang Banten

*Email: bagusbudimulyana86@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara instansi pemerintah berinteraksi dengan masyarakat, termasuk Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cilegon. Media sosial Instagram sebagai salah satu platform berbasis visual yang digunakan oleh tim Humas BPS Kota Cilegon untuk menyampaikan informasi statistik secara real time, mendukung keterbukaan informasi publik, serta membangun citra positif lembaga. Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebutuhan akan pelayanan informasi yang cepat, interaktif, dan mudah diakses, sejalan dengan peran humas pemerintah sebagai penghubung komunikasi dua arah antara instansi dan publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah tim Humas BPS Kota Cilegon yang mengelola akun Instagram resmi @bpscilegon. Analisis data dilakukan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian hasil secara naratif dengan mengacu pada teori 4C Chris Heuer (Context, Communication, Collaboration, Connection) untuk menilai strategi pengelolaan media sosial dalam pelayanan masyarakat. Dalam penelitian ini memiliki 2 pokok penelitian yaitu 1) Bagaimana Peran Humas BPS Kota Cilegon Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Masyarakat? 2) Bagaimana efektivitas penggunaan Instagram oleh Humas BPS Kota Cilegon dalam meningkatkan pelayanan dan interaksi dengan masyarakat?.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas BPS Kota Cilegon sudah memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengemas informasi statistik secara visual, berinteraksi aktif dengan masyarakat melalui komentar dan fitur interaktif lainnya yang ada di Instagram, berkolaborasi dengan unit internal maupun pihak eksternal, serta membangun koneksi dan kepercayaan publik. Strategi ini meningkatkan aksesibilitas dan kecepatan penyebaran informasi, memperkuat citra lembaga, serta mendorong partisipasi publik dalam kegiatan statistik. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan Instagram yang strategis mampu menjadi jembatan efektif antara institusi publik dan masyarakat di era digital.

Kata Kunci: Humas BPS Kota Cilegon, Media Sosial, Pelayanan Publik

A.PENDAHULUAN

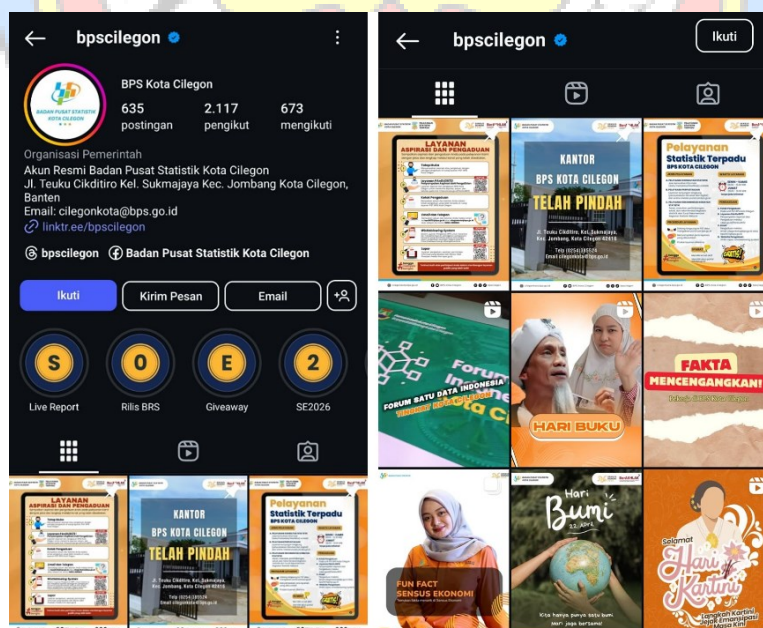
Humas Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cilegon, sebagai salah satu Lembaga yang beradaptasi guna dapat terus melaksanakan tugas dan kegiatannya dengan baik, seperti yang di tetapkan dan diatur dalam Pasal 6 Bab III Permenpan no 12 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat dilingkungan Instansi Pemerintah, yang menyatakan bahwa “Fungsi Humas Pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan”.

Pengelolaan media sosial sebagai medai informasi juga merupakan bentuk aplikasi dari Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menyatakan bahwa negara nmenjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.

Humas BPS Kota Cilegon aktif memberikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media. BPS Kota Cilegon memiliki beberapa akun media sosial, yaitu facebook, twitter, thread, Instagram, dan tiktok. Namun dari beberapa media sosial tersebut, hanya Instagram yang aktif dugunakan oleh Humas BPS Kota Cilegon untuk memberikan informasi kepada pubik. Informasi yang dibagikan melalui akun Instagram @bpscilegon seperti informasi statistik, dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan, humbauan, dan lain-lain. Dengan menggunakan Instagram memudahkan Humas BPS Kota Cilegon dalam mendapatkan respon atau feedback dari masyarakat terkait kritik dan saran dari pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dapat membangun dan meningkatkan citra dan kinerja BPS Kota Cilegon kedepannya.

Tren media sosial makin kesini makin masif perkembangannya, justru menjadi yang powerfull dari pada dengan kita sosialisasi secara offline, contohnya membuat webinar effort yang dikeluarkan lebih banyak tetapi jangkauan *audiens* nya hanya lingkup kecil berbeda dengan media sosial cukup hanya publish konten dan mendapatkan audiens yang sangat luas. (Sumber diperoleh dari Ulya Zahrotun Niswah selaku tim Humas BPS Kota Cilegon).

Saat ini setiap PR atau Humas perusahaan, institusi, dan lembaga menggunakan media sosial untuk lebih dekat kepada publik. Menurut (Maulvi et al., 2023) Media sosial telah digunakan berbagai instansi pemerintah untuk memudahkan pelayanan publik dan manajemen krisis karena kecepatan distribusi informasi, transparansi, mudahnya komunikasi dua arah, media dokumentasi dan sarana networking antar instansi berbeda. BPS Kota Cilegon mempunyai akun Instagram resmi sendiri yang dikelola langsung oleh Humas BPS Kota Cilegon. Akun Instagram @bpscilegon ini telah diikuti oleh 2.117 pengikut, akun ini di isi dengan postingan foto dan video yang beragam, menarik dan informatif. Melalui akun ini Humas BPS Kota Cilegon memberikan informasi statistik pada seluruh masyarakat agar mendapatkan informasi data yang terupdate dan terpercaya karena langsung dari lembaga statistik untuk seluruh informasinya, dengan begitu masyarakat tidak perlu risau mengenai kebenaran data yang di dapatkan.



Dengan begitu berdasarkan uraian tersebut, penulis memandang perlu untuk mengadakan penelitian mengenai Peran Humas Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cilegon Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Masyarakat.

B. LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) dari Chris Heuer yang berfokus pada strategi interaksi di media sosial, yang didefinisikan sebagai berikut:

a. *Context*

Dalam penggunaan media sosial ialah perihal tentang cara membuat sebuah pesan dengan memperhatikan penggunaan bahasa yang benar dan mudah di fahami. Aktivitas pengelolaan bahasa dalam membuat sebuah konteks di media sosial disebut juga dengan istilah copy writing.

b. *Communication*

Dalam penggunaan media sosial ialah perihal tentang bagaimana seseorang mampu berbagi informasi dengan cara mendengar, membaca, dan merespon.

c. *Collaboration*

Dalam penggunaan media sosial ialah perihal tentang bagaimana media sosial dijadikan wadah untuk mempertemukan berbagai pihak untuk kemudian melakukan suatu Kerjasama untuk kepentingan tertentu.

d. *Connection*

Dalam penggunaan media sosial ialah perihal tentang bagaimana pemeliharaan suatu hubungan yang telah terjalin dengan orang lain yang telah terjadi dengan sesama pengguna media sosial.

C.METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat deskriptif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong & J Lexxy, 2006).

pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya (Moleong & J Lexxy, 2005)

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, dilakukan pembahasan terkait peran humas BPS Kota Cilegon pada pengelolaan media sosial Instagram dalam pelayanan masyarakat. Ruang lingkup pada pembahasan ini mencakup analisis tentang latar belakang pemilihan media sosial Instagram dan proses pengelolaan media sosial Instagram oleh para tim Humas BPS Kota Cilegon yang terdiri dari Ulya Zahrotun Niswah, Agus Dwi Anggoro, Rizky Nur Novitasari dalam berinteraksi dengan masyarakat serta *followers* yang ingin mendapatkan informasi mengenai data statistik. Peneliti menggunakan teori Chris Heuer yang terdiri dari 4C; *Context* yang terkait strategi pemilihan platform dan cara komunikasi Humas BPS Kota Cilegon, *Communication* yang terkait strategi bentuk penyampaian pesan dan informasi, *Collaboration* yang terkait bentuk Kerjasama dan kolaborasi, dan yang terakhir *Connection* yang terkait upaya dalam mendapatkan atensi serta loyalitas dari masyarakat ataupun *followers* Instagram BPS Kota Cilegon.

1) Bagaimana Peran Humas BPS Kota Cilegon Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Pelayanan Masyarakat

Context

Media sosial kini menjadi platform utama dari sebagian banyak masyarakat dalam menerima informasi. Humas BPS Kota Cilegon menyadari bahwa perubahan pola konsumsi informasi masyarakat ke arah media sosial harus direspon dengan strategi komunikasi yang tepat. Instagram dipilih karena mencerminkan karakteristik masyarakat yang menyukai informasi visual, cepat, dan ringkas.

Hal ini sejalan dengan (Rafqi et al., 2025) Pemanfaatan Instagram oleh humas pemerintah didasari pada karakteristik masyarakat yang menyukai informasi singkat, padat, serta disertai visualisasi yang menarik sehingga lebih mudah dipahami.

Communication

Dalam pembuatan konten, Humas BPS Kota Cilegon direncanakan melalui proses kolaborasi antar tim, sampai menghasilkan konten yang relevan. Humas BPS Kota Cilegon menyampaikan informasi statistik, baik yang bersifat formal seperti hasil sensus, maupun informal seperti konten humor namun tetapi edukatif karena tetap dibalut data statistik.

Hal ini sejalan dengan temuan (Sulistyo et al., 2024) Instagram Reels dipilih sebagai media layanan publik karena mampu menyajikan informasi dengan format visual yang ringkas, cepat, dan sesuai dengan karakteristik media baru yang disukai audiens saat ini.

Collaboration

Untuk mendapatkan jangkauan audiens yang lebih luas lagi, Humas BPS Kota Cilegon menjalin kolaborasi melalui fitur Instagram collab post bersama instansi lain. Meski bentuknya masih sederhana, seperti kolaborasi konten dengan Dinas Pendidikan contohnya, pendekatan ini membuka jalan untuk keterlibatan lintas sektor dalam kampanye statistik.

Hal ini sejalan dengan temuan (Setiyarti Tettie et al., 2021) Menjaga hubungan ini memungkinkan untuk tumbuh dalam ekosistem media sosial yang kompetitif, karena kepercayaan dan keterlibatan menjadi kunci utama dalam membangun komunitas yang loyal.

Connection

Humas BPS Kota Cilegon menjaga koneksi dengan masyarakat melalui konsistensi unggahan dan responsif terhadap interaksi dari para followers yang direct message (DM) atau komentar. Konten yang disajikan dibuat edukatif dan menarik, sehingga akun Instagram BPS Kota Cilegon menjadi kanal komunikasi yang aktif dan dapat dipercaya kevalidannya.

Hal ini sejalan dengan (Lestari & Rohimakumullah, 2022) Strategi pengelolaan Instagram oleh pemerintah daerah menekankan pentingnya konsistensi publikasi konten dan keterlibatan aktif dengan masyarakat melalui interaksi langsung di komentar maupun pesan.

2) Bagaimana efektivitas penggunaan Instagram oleh Humas BPS Kota Cilegon dalam meningkatkan pelayanan dan interaksi dengan masyarakat

Context

Tren media sosial semakin kesini makin masif perkembangannya, justru menjadi yang powerfull dari pada dengan kita melakukan sosialisai secara offline, contohnya membuat webinar dengan effort yang dikeluarkan lebih banyak tetapi jangkauan audiens nya hanya lingkup kecil berbeda dengan media sosial yang cukup hanya publish konten dan mendapatkan audiens yang sangat luas.

Hal ini sejalan dengan temuan dari (Febrina Ernungtyas et al., n.d.) Perhatian warga pada media sosial dan laman resmi pemerintah memengaruhi persepsi transparansi; kemudian transparansi tersebut sangat mempengaruhi kepercayaan warga; kepercayaan ini kemudian memperkuat engagement warga.

Communication

Dari awal dibentuknya tim Humas BPS Kota Cilegon dan kita aktif posting konten di media sosial, respon yang kita terima positif banget contohnya ada yang komen wah bagus min, kontennya kreatif kalau kontennya seperti ini jadi menarik. Konten yang kreatif dan komunikatif terbuka dapat meningkatkan jumlah pengikut dan menciptakan minat terhadap informasi statistik.

Hal ini sejalan dengan temuan dari (Hibatullah Hilal, n.d.) Strategi konten kreatif yang digunakan, seperti pemanfaatan visual yang menarik, interaksi aktif dengan audiens, dan penyajian informasi yang relevan, efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens.

Collaboration

Strategi kolaborasi menjadi bagian dari transformasi komunikasi publik yang saat ini mengedepankan partisipasi masyarakat. Humas BPS Kota Cilegon mengadopsi pendekatan ini dengan melibatkan audiens, dalam pembuatan konten interaktif seperti kuis, tanya jawab, dan give away. Kegiatan semacam ini memperkuat keterlibatan emosional dan memperluas jangkauan informasi BPS Kota Cilegon. Interaksi yang terbangun dengan masyarakat juga mampu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program-program strategis lembaga.

Hal ini sejalan dengan temuan dari (Aji et al., 2023) Media sosial dinilai mampu mendukung kegiatan pelayanan publik oleh pemerintah dengan mendorong transparansi, menciptakan interaksi dengan warga, dan membangun kolaborasi dengan warga.

Connection

Koneksi antara lembaga dengan masyarakat kini dibentuk melalui ruang digital yang real-time dan terbuka. Akun Instagram BPS Kota Cilegon menjadi wajah digital yang memperlihatkan ke profesionalitas sekaligus kedekatan dengan masyarakat. media sosial sebagai media penyambung komunikasi dari instansi ke masyarakat yang membutuhkan data, bukan hanya sebatas media informasi. Efektivitas akun Instagram BPS Kota Cilegon tidak hanya ditentukan oleh visual saja, tetapi juga dengan adanya interaksi yang membangun rasa keterhubungan antara institusi dan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan temuan dari (Nugraha Dimas Aditya et al., 2024) Fokus pada bagaimana instansi pemerintah menggunakan konten di Instagram: jenis konten,

bagaimana pesan disusun, bagaimana tampilannya, dan bagaimana konten tersebut memenuhi kebutuhan audiens. Juga membahas struktur konten dan bagaimana pesan-prioritas ditampilkan. Ini relevan dalam konteks “wajah digital” dan profesionalitas akun institusi.

E. KESIMPULAN

Peran Humas BPS kota Cilegon pada pengelolaan media sosial Instagram dalam pelayanan masyarakat telah menjalankan perannya secara strategis dalam memanfaatkan Instagram sebagai media pelayanan informasi publik. Peran tersebut mencakup penyusunan dan penyampaian konten informasi statistik yang dikemas secara visual, ringkas, dan mudah dipahami, sehingga mampu menarik minat audiens. Humas juga berfungsi sebagai komunikator dan jembatan antara lembaga dengan masyarakat, memastikan setiap informasi yang dipublikasikan sesuai dengan prinsip keterbukaan informasi publik dan citra positif lembaga. Melalui pemanfaatan fitur-fitur interaktif Instagram, seperti komentar, story, dan direct message, Humas dapat menerima masukan, menjawab pertanyaan, serta menindaklanjuti kebutuhan informasi masyarakat secara cepat. Upaya ini menunjukkan bahwa Humas BPS Kota Cilegon mampu mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dua arah dan memperluas jangkauan informasi statistik kepada publik.

Efektivitas penggunaan Instagram oleh Humas BPS Kota Cilegon dalam meningkatkan pelayanan dan interaksi dengan masyarakat dengan penggunaan Instagram oleh Humas BPS Kota Cilegon terbukti efektif dalam mempercepat proses penyebaran informasi dan meningkatkan keterlibatan publik. Melalui penerapan teori 4C (Context, Communication, Collaboration, Connection), Humas berhasil menciptakan konteks pesan yang sesuai dengan karakteristik audiens, membangun komunikasi yang aktif, menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, serta memperkuat koneksi emosional dan kepercayaan publik terhadap lembaga. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mampu mendorong partisipasi publik dalam kegiatan statistik. Kolaborasi dengan unit internal BPS maupun pihak eksternal memperkaya materi publikasi dan memperluas jangkauan audiens. Dengan demikian, pengelolaan Instagram oleh Humas BPS Kota Cilegon tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media interaksi dan pelayanan yang responsif, transparan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Febrina Ernungtyas, N., Febrianno Boer, R., & Sofi Qadrifa, S. (n.d.). *EXPLORING THE UTILIZATION OF GOVERNMENT SOCIAL MEDIA AS AN INFORMATION SOURCE*. <https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5419>
- Hibatullah Hilal. (n.d.). *Strategi Konten Kreatif Media Instagram @Gootodotcom Dalam Meningkatkan Audience Engagement Konten Otomotif Dengan Metode Pendekatan Kualitatif Deskriptif*.
- Lestari, A. P., & Rohimakumullah, M. A. A. (2022). Instagram Management Strategy as a Public Information Media by The Government of Bogor City During Covid-19 Pandemic. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 26–34. <https://doi.org/10.21070/kanal.v11i1.1686>

- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Moleong, & J Lexxy. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, & J Lexxy. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nugraha Dimas Aditya, Priandono Tito Edy, Ainiyyah Nafira Fathin, & Ilham Yusuf. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga Content Analysis of Indonesian Government Instagram Social Media Content at the Ministry and Agency Levels. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2).
- Rafqi, M., Fazri, S., & Dharmawan, L. (2025). Public relations strategies of BPKP RI in public information dissemination through instagram social media. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 9(3). <https://doi.org/10.20961/jikap.v9i3.102623>
- Setiyarti Tettie, Silitonga Grace Felas, & Pipit Sundari. (2021). *PENGARUH 4C MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DOMESTIK*.
- Sulistyo, M. F., Sukmajatnika, D. Z., & Syaputra, R. (2024). Using Instagram Reels as a Media for Government Public Service Information. *PERSPEKTIF*, 13(1), 212–220. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i1.10574>

