



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1661-1675

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi DPRD DKI Jakarta dalam Meningkatkan Citra Instansi Terhadap Publik Melalui Media Sosial Instagram @dprddkijakarta

Ade Septian Darmawan^{1✉}, Robbikal Muntaha Meliala², George Wilhelm Bender³

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: adeseptiandarmawan040901@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Strategi komunikasi hubungan masyarakat (humas) dengan pemerintah bersifat satu arah, sehingga informasi yang dirilis perlu dikemas dan didistribusikan secara efektif kepada publik. Kasus-kasus yang menonjolkan citra buruk anggota DPRD DKI Jakarta menegaskan peran penting humas dalam membangun komunikasi yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi DPRD DKI Jakarta dalam meningkatkan citra publik melalui media sosial Instagram @dprddkijakarta. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, mengumpulkan data dari observasi, wawancara semi-terstruktur, studi literatur, dan dokumentasi selama periode penelitian dari 19 November hingga 19 Desember 2024. Informan kunci mencakup Agus Ermanto (Kepala Sub-Bagian Humas) dan Eko Prabowo (Content Creator), serta warga Jakarta yang mengikuti akun tersebut. Analisis data dilakukan dengan Cyber Media Analysis (AMS) untuk menilai pola komunikasi dan efektivitas strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi DPRD sesuai dengan sebagian besar unsur teori PENCILS, seperti publikasi, acara, berita, informasi citra, dan lobbying, namun keterlibatan masyarakat dan tanggung jawab sosial belum optimal. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, menunjukkan keberhasilan strategi dalam meningkatkan citra DPRD meski perlu perbaikan pada implementasi teori.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Citra Instansi, Media Sosial*

Abstract

The communication system between public relations (PR) and the government is inherently one-way, necessitating that all released information be effectively packaged and distributed to the public. The numerous cases reflecting the negative image of DPRD DKI Jakarta members underscore the significance of public relations in developing effective communication strategies with citizens. This study aims to identify and understand the communication strategies used by DPRD DKI Jakarta to enhance its institutional image via its Instagram account, @dprddkijakarta. Utilizing a qualitative descriptive method with a case study approach, the research analyzes how DPRD DKI Jakarta leverages Instagram to improve its public image. Data was collected through passive participant observation, semi-structured interviews, literature review, and documentation from November 19 to December 19, 2024. Key informants include Agus Ermanto (Head of Public Relations Subdivision) and Eko Prabowo (Content Creator), along with Jakarta residents following the Instagram account. Data analysis employed Cyber Media Analysis (AMS) to uncover communication patterns and the effectiveness of social media strategies. Findings reveal that the communication strategy partially aligns with the PENCILS theory, though community involvement and social responsibility aspects remain underdeveloped. SWOT analysis highlighted strengths, weaknesses, opportunities, and threats, ultimately showing successful enhancement of DPRD's image, albeit requiring optimization in theory implementation.

Keywords: Communication Strategy, Institutional Image, Social Media

PENDAHULUAN

Keterbukaan informasi di Indonesia dimulai pada tahun 2003, ketika Presiden mengeluarkan instruksi nomor 3 untuk para pejabat pemerintah. Instruksi ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, dan keterbukaan pemerintah. Langkah ini berfungsi sebagai titik awal reformasi pengungkapan informasi pemerintah Indonesia. Sebelum adanya upaya keterbukaan ini, pemerintah bersikap satu arah dan otokratis. (Gioh, 2021)

Sistem komunikasi hubungan masyarakat pemerintah awalnya bersifat satu arah dan hanya melayani kepentingan pemerintah. Namun, setelah diterapkannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, sistem ini bergeser menjadi dua arah, yang melayani kebutuhan publik maupun pemerintah. Hubungan masyarakat berfungsi sebagai cara bagi organisasi untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Setiap informasi yang dirilis oleh organisasi perlu dikemas dan didistribusikan dengan baik kepada publik. (Puspitasari & Irwansyah, 2022; Prastowo, 2020)

Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) DKI Jakarta memiliki beberapa fungsi, antara lain melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan daerah oleh

kepala daerah, berpartisipasi dalam penyusunan, pembahasan, dan penetapan Peraturan Daerah (Perda) serta Perda lainnya mengenai Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD), serta menyerap aspirasi masyarakat secara langsung maupun tidak langsung.

Sebagai perwakilan masyarakat Jakarta, DPRD DKI Jakarta harus membangun citra yang baik di masyarakat. Namun, berbagai masalah yang muncul di instansi tersebut, termasuk perilaku anggota DPRD yang menimbulkan konflik di masyarakat, mengakibatkan penilaian negatif terhadap mereka. Salah satu contoh adalah Cinta Mega, yang dilaporkan bermain slot saat rapat. Ia mengklaim bahwa ia sedang memainkan permainan "Candy Crush," yang belum ia tutup saat pertemuan dimulai, bukan bermain mesin slot judi (Detiknews, 2023)

Kasus lainnya adalah Zita Anjani, Wakil Ketua DPRD DKI Jakarta, yang viral karena bolos rapat paripurna untuk pergi ke gym dan berkumpul di kafe. Video yang menunjukkan dirinya berolahraga selama jam kantor mendapat kritik dari netizen yang mempertanyakan latar belakangnya sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta dari Partai Amanat Nasional (PAN) (Okesone, 2024). Setiap instansi atau lembaga memiliki persepsi publik yang bisa berpengaruh baik atau buruk terhadap reputasi organisasi tersebut. Membangun reputasi organisasi adalah suatu tantangan tersendiri, sehingga diperlukan langkah-langkah strategis. (Masud & Haeril, 2022).

Hubungan masyarakat (Humas) memainkan peran yang sangat penting dalam organisasi pemerintahan dan bisnis. Upaya manajemen untuk memenangkan konsumen, staf, dan masyarakat umum dikenal sebagai hubungan masyarakat. Tugas seorang petugas Humas meliputi pembuatan pernyataan eksternal, analisis mendalam, dan peningkatan citra organisasi. Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh fungsi manajemen Humas yang membantu membangun serta memelihara hubungan positif di dalam maupun di luar organisasi, sambil mendorong komunikasi antar organisasi. (Oktarina, 2019 dalam Masud & Haeril, 2022).

Oleh karena itu, keberadaan Humas di Sekretariat DPRD DKI Jakarta sangat dibutuhkan untuk menampung aspirasi masyarakat serta mempublikasikan kegiatan Anggota Dewan DPRD DKI Jakarta. Peran Humas DPRD DKI juga mencakup membangun, menciptakan, dan mendengarkan suara masyarakat Jakarta. Dalam konteks ini, Humas berperan penting dalam mendorong akuntabilitas dan keterbukaan, sehingga membangun kepercayaan publik. (Masud & Haeril, 2022).

Di sisi lain, tantangan bagi Humas kini semakin berat. Selain menjaga reputasi organisasi, mereka juga harus mempertahankan citra organisasi di media sosial. DPRD DKI

Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram untuk melaksanakan fungsinya, dengan Instagram menjadi platform sosial terpopuler. Pada Januari 2024, Indonesia menduduki urutan keempat dalam hal pengguna Instagram di dunia.

Menurut data dari Januari 2024, terdapat 5,35 miliar pengguna internet di seluruh dunia, yang mencakup 66,2% dari populasi 8,08 miliar orang. Sementara itu, 5,04 miliar orang (62,3% dari populasi global) aktif memanfaatkan media sosial (Kompasiana, 2024).

Instagram adalah platform jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk memposting video dan gambar. Media ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk untuk kepentingan organisasi. (Subiyanto & Valiant, 2022). Dalam konteks DPRD DKI Jakarta, Instagram digunakan untuk membagikan informasi terkait kegiatan dan fungsi tugas mereka sebagai perwakilan masyarakat. Dengan berbagi video, foto, dan siaran langsung melalui akun Instagram @dprddkijakarta, masyarakat dapat melihat kinerja Anggota DPRD DKI Jakarta secara langsung.

Akun Instagram DPRD DKI Jakarta memiliki jumlah pengikut sebanyak 15,2 ribu dan telah mengunggah 1.391 postingan yang terdiri dari foto, video, dan story reels sejak dimulainya akun tersebut pada Juni 2017.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis tertarik mengangkat judul "Strategi Komunikasi DPRD DKI Jakarta Dalam Meningkatkan Citra Instansi Terhadap Publik Melalui Media Sosial Instagram @dprddkijakarta."

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti tanpa menarik kesimpulan kausal. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi DPRD DKI Jakarta untuk meningkatkan citra instansi melalui media sosial Instagram @dprddkijakarta. Pendekatan ini lebih menekankan pada "apa" yang terjadi daripada "mengapa" atau "bagaimana" kejadian itu terjadi (Moleong, 2019; Syahrizal & Jailani, 2023). Penelitian ini menggunakan studi kasus sebagai pendekatan, yang memungkinkan untuk menginvestigasi kejadian rumit dalam konteks nyata (Ridlo, 2023).

Penelitian dilakukan di DPRD DKI Jakarta, yang berlokasi di Jl. Kebon Sirih No. 18, Gambir, Jakarta Pusat. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai setelah izin diberikan dan diperkirakan berlangsung selama satu bulan, mulai dari 19 November hingga 19 Desember 2024. Pada periode ini, pengolahan data dan penyajian hasil penelitian akan dilakukan.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode pengambilan sampel secara sengaja, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan kredibilitas yang relevan dengan tujuan penelitian (Usman & Akbar, 2009).

Informan penelitian terdiri dari tiga kategori, yaitu informan kunci, informan utama, dan informan tambahan (Hendarsono dalam Suyanto, 2005). Informan kunci memiliki pengetahuan fundamental yang diperlukan dalam penelitian ini.

Informan kunci yang terlibat dalam penelitian ini adalah Agus Ermanto, SE, Kepala Sub-Bagian Humas Publikasi dan Protokol DPRD DKI Jakarta, dan Eko Prabowo, SE, Content Creator yang mengelola akun Instagram @dprddkijakarta. Kedua informan ini dipilih karena mereka memiliki pengetahuan mendalam mengenai tugas mereka dan bagaimana media sosial DPRD DKI Jakarta dikelola.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Teknik-teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang valid dan dapat diandalkan terkait dengan penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPRD DKI Jakarta. Selain itu, teknik ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data secara langsung dari narasumber yang memiliki informasi terkait.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data yang relevan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai strategi komunikasi DPRD DKI Jakarta melalui media sosial untuk meningkatkan citra instansi tersebut di mata publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas DPRD DKI Jakarta dalam meningkatkan citra instansi melalui media sosial Instagram. Peneliti melakukan wawancara dan observasi langsung untuk mengidentifikasi sumber informasi yang sesuai.

Humas DPRD DKI Jakarta dijalankan oleh Sekretariat DPRD DKI Jakarta melalui bagian Humas Publikasi & Informasi yang dipimpin oleh Agus Ermanto, SE, Kepala Sub Bagian Humas Publikasi & Informasi. Selain publikasi, Humas juga menjalankan berbagai aktivitas komunikasi lainnya. Tugas utama Humas Publikasi & Informasi adalah mengelola komunikasi terkait fungsi dan tugas DPRD DKI Jakarta. Fungsi ini sejalan dengan prinsip-prinsip pengelolaan kehumasan dalam instansi pemerintah.

Berdasarkan wawancara dengan Agus Ermanto, kegiatan publikasi dilakukan melalui Instagram untuk menyampaikan pesan terkait tugas DPRD sebagai perwakilan masyarakat DKI Jakarta. Instagram digunakan secara konsisten untuk mempublikasikan kegiatan dan informasi penting agar masyarakat tetap terinformasi tentang kinerja DPRD DKI Jakarta.

Eko Prabowo, SE, sebagai content creator yang mengelola akun Instagram, menjelaskan bahwa media sosial membantu DPRD DKI Jakarta dalam memberikan informasi kepada masyarakat serta menyerap aspirasi yang kemudian dibahas dan ditindaklanjuti.

Dua informan masyarakat, Adila Faisal dan Nadiah, mengungkapkan apresiasi terhadap konten yang diberikan melalui Instagram. Adila menyukai konten yang selalu up-to-date, seperti postingan Reels tentang rapat dan kunjungan anggota dewan. Nadiah juga menilai bahwa akun Instagram DPRD DKI Jakarta sangat efektif dalam memberikan informasi penting, terutama yang berkaitan dengan kegiatan dewan dan pertemuan rapat.

Analisis strategi komunikasi menggunakan teori PENCILS, CMS (Content Management System), dan analisis SWOT menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai platform komunikasi yang dikelola oleh Humas Publikasi & Informasi efektif dalam meningkatkan citra DPRD DKI Jakarta dan mempererat hubungan dengan masyarakat.

Dalam penggunaan media sosial Instagram DPRD DKI Jakarta yang dikelola oleh Humas Publikasi & Informasi. Di analisis menggunakan strategi teori PENCILS, Teori CMS (Content Management System) dan analisis SWOT. Berikut adalah hasil analisisnya:

Publikasi

Dalam Publikasi, DPRD DKI Jakarta mempublikasikan berbagai kegiatan Anggota DPRD kepada publik melalui berbagai postingan baik foto maupun video di akun Instagram. Masyarakat jadi akan lebih tahu informasi dengan cepat apa yang dilakukan oleh Anggota dewan. Sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas.

Informasi tentang DPRD DKI Jakarta disebarluaskan melalui media sosial Instagram. Penyebaran informasi ini bertujuan agar meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang kegiatan DPRD DKI Jakarta selaku perwakilan Masyarakat Jakarta.



Gambar 1. Peluncuran 200 Bus Listrik

Dengan menggunakan media sosial Instagram, informasi yang disampaikan akan dapat dengan cepat menjangkau Masyarakat yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin jarang membuka media sosial instansi pemerintah. Penggunaan Instagram memungkinkan penampilan konten visual yang menarik, mudah dipahami oleh berbagai kalangan Masyarakat. Live streaming, foto, video reels yang diunggah ke laman akun Instagram DPRD DKI Jakarta dapat memberikan Gambaran langsung tentang pelaksanaan tugas dan fungsi anggota DPRD DKI Jakarta.

Upaya penyebaran informasi melalui media sosial Instagram berkontribusi terhadap pembentukan citra positif DPRD DKI Jakarta di mata Masyarakat. Masyarakat dapat melihat secara langsung tugas dan fungsi DPRD DKI Jakarta dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai wakil rakyat. Selain meningkatkan kesadaran, Langkah ini juga memperkuat hubungan antara DPRD DKI Jakarta dengan Masyarakat. DPRD DKI Jakarta menunjukkan bahwa komitmen mereka sebagai wakil rakyat yaitu dari rakyat Kembali ke rakyat dengan mendukung, mendengar aspirasi rakyat.

Events

Dalam Events, program yang dilaksanakan untuk meningkatkan citra positif DPRD DKI Jakarta yaitu acara rutin bulanan dan tahunan, seperti Rapat, Kegiatan Reses (Serap Aspirasi Masyarakat) 1 Tahun 3 kali, Kegiatan Sosperda (Sosialisasi Peraturan Daerah). Yang dilaksanakan oleh DPRD DKI Jakarta merupakan kegiatan untuk para Anggota Dewan turun langsung ke lapangan dengan melihat, meninjau, menyerap aspirasi Masyarakat. Yang bertujuan untuk membantu meringankan apa yang dirasakan Masyarakat Jakarta selama ini.



Gambar 2. Kegiatan Coffe Morning

Dari program yang dilakukan diterima umpan balik dari warga. Dimana warga merasa nyaman, dekat dengan dewan, dan merasa bahwa mereka diperhatikan dengan wakil rakyat yang mereka pilih. Kegiatan ini juga meningkatkan citra positif DPRD DKI Jakarta.

News

Events Humas DPRD DKI Jakarta melakukan tugasnya dengan membuat laporan, kemudian membuat konten yang dikemas dengan inovatif kreatif. Yang berisikan pelaksanaan tugas dan fungsi anggota DPRD DKI Jakarta. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan key informan 1 yaitu selaku kepala Sub Bagian Humas Publikasi & Informasi terkait dengan DPRD DKI Jakarta dalam menyebarkan informasi.



Gambar 3. Rapat Paripurna Pengesahan APBD TA 2025

Informasi yang diposting di media sosial DPRD DKI Jakarta untuk memperluas informasi terhadap Masyarakat luas. Dari pelaksanaan publikasi melalui Instagram DPRD DKI Jakarta dapat meningkatkan citra positif DPRD DKI Jakarta. Berikut salah satu postingan

pemberitaan DPRD DKI Jakarta yang di publikasikan melalui media sosial Instagram DPRD DKI Jakarta.

Community Involvement

Dalam Community Involvement DPRD DKI Jakarta tidak ada bekerja sama dengan organisasi khusus, oleh karena itu ada kemungkinan untuk humas melaksanakan tugas tersebut. Agar DPRD DKI Jakarta dapat merangkul dan bekerja sama tidak hanya dengan stakeholders, tetapi dapat bekerja sama di semua bidang.

Inform Of Image

Pada Inform of image DPRD DKI Jakarta berhasil menyampaikan citra positif kepada Masyarakat. Hal itu terbukti dari wawancara penulis dengan informan 1 dan informan 2 dalam penelitian ini, penulis sudah menjelaskan sebelumnya bahwa kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Humas DPRD DKI Jakarta dalam penyampaian informasi disambut positif oleh Masyarakat Jakarta.

Lobbying

Dalam aspek lobby (negosiasi) DPRD DKI Jakarta melaksanakan negosiasi dengan rapat yang dilaksanakan digedung DPRD DKI Jakarta. Melalui berbagai komisi yang ada di DPRD DKI Jakarta dapat melaksanakan rapat setiap tahun tanpa perlu menunggu agenda yang sudah dirancang. Pada rapat dewan dapat memanggil kepada SKPD-SKPD serta dewan bisa ikut meninjau langsung pengawasan jalannya aliran dana APBD.



Gambar 5. Rapat Komisi A

Social Responsibility

Dalam aspek Sosial Responsibility atau yang lebih diartikan timbal balik dari Perusahaan atau instansi. Dalam DPRD DKI Jakarta sendiri bentuk kegiatan tersebut tidak ada. Karena belum adanya program legal yang disahkan oleh peraturan daerah untuk DPRD DKI Jakarta dalam menjalankan ke giatan CSR. Tetapi untuk kegiatan CSR yang dilakukan

oleh Dewan sendiri bisa aja dilakukan oleh mereka, tetapi untuk DPRD DKI Jakarta memang tidak melakukan karena belum ada peraturan.

Pembahasan

Analisis Teori CMS (Content Management System) atau Analisis AMS

Berdasarkan wawancara dengan Key Informan 2, yang merupakan content creator Humas DPRD DKI Jakarta, pengelolaan media sosial Instagram DPRD DKI Jakarta dilakukan dengan strategi yang terstruktur dan melibatkan beberapa tim. Setiap kali ada rapat, seperti rapat Komisi C, tim media sosial melakukan liputan dengan melibatkan reporter, kameramen, dan fotografer. Konten yang dihasilkan kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform, seperti website DPRD, YouTube, dan Instagram, dengan tujuan menyebarkan informasi secara maksimal. Tim media sosial biasanya membuat story dan Reels di Instagram karena video lebih menarik bagi audiens dibandingkan teks.

Konten yang dibagikan di Instagram DPRD DKI Jakarta mencakup informasi mengenai kegiatan rapat, penyusunan Peraturan Daerah (Perda), dan tugas serta fungsi dewan. Agar konten dapat dijangkau oleh lebih banyak orang, Humas DPRD DKI Jakarta memanfaatkan hashtag seperti #DPRDDKIJAKARTA dan #JAKARTA untuk memastikan informasi tersebar luas, termasuk ke bagian eksplorasi Instagram.

Selain itu, Key Informan 2 juga mengungkapkan tantangan dalam menangani komentar negatif (hate comments) di akun Instagram. Mereka sangat hati-hati dalam merespons komentar negatif karena kesalahan dalam membalas bisa merusak citra DPRD DKI Jakarta. Setiap tanggapan terhadap komentar negatif memerlukan koordinasi dengan atasan untuk memastikan respons yang tepat dan menghindari potensi kesalahan yang dapat merugikan.

Berikut adalah beberapa konten di Instagram DPRD DKI Jakarta yang mendapatkan respons positif dan dapat meningkatkan citra DPRD DKI Jakarta:



Gambar 7. Anggota DPRD Rapat Status PJLP

Dalam sebuah postingan yang diunggah bersamaan dengan Anggota Dewan Muhammad Hasan dari Komisi A pada tanggal 9 Desember, jumlah like lebih dari 100 dan 254 komentar ditinggalkan oleh pengguna. Caption pada postingan itu berbunyi, "Tunaikan hak honorer PJLP sesuai undang-undang! PJLP bukan sekadar barang dan jasa, tapi mereka juga punya tanggungan keluarga yang butuh kepastian kerja."

Posting ini menampilkan rapat antara Anggota Dewan Muhammad Hasan yang memperjuangkan pekerja PJLP honorer agar memiliki kepastian dalam kontrak kerja di lingkungan pemerintahan DKI Jakarta. Rapat yang diadakan pada tanggal 9 Desember 2024 ini menjelaskan pentingnya kepastian bagi pekerja PJLP honorer, mengingat banyak dari mereka yang sudah memasuki masa akhir kontrak tanpa kejelasan mengenai perpanjangan. Rapat tersebut dihadiri oleh anggota DPRD DKI Jakarta dari Komisi A, sekretaris dewan, dan kepala dinas terkait. Posting ini sangat meningkatkan citra positif DPRD DKI Jakarta, terlihat dari banyaknya komentar dari pekerja yang merasa senang dan menyambut baik tindakan Anggota DPRD DKI Jakarta Muhammad Hasan. Mereka berharap status kejelasan dalam pekerjaan mereka diperjuangkan, sehingga posting ini membawa dampak luar biasa bagi citra positif DPRD DKI Jakarta.



Gambar 8. Peluncuran 200 Bus Listrik

Dalam postingan yang diunggah pada tanggal 10 Desember 2024, DPRD DKI Jakarta menyambut baik peluncuran 200 armada bus listrik resmi dari PT Transjakarta. Postingan ini mendapatkan 92 like, 4 komentar, dan 3 share. Lokasi peluncuran armada bus tersebut berada di lapangan IRTI Monas, Jakarta Pusat. Peluncuran armada bus listrik diharapkan dapat mengurangi kemacetan dan mobilitas kendaraan pribadi, serta menekan polusi udara di Jakarta yang sudah memasuki tingkat tidak sehat. Dengan adanya postingan ini, masyarakat merasa diperhatikan oleh perwakilan rakyat yang mereka pilih, sehingga citra positif DPRD DKI Jakarta semakin terangkat.

Strategi komunikasi DPRD DKI Jakarta dalam meningkatkan citra instansi terhadap publik melalui media sosial Instagram juga dapat dianalisis dengan menggunakan teori PENCILS, yang mencakup beberapa aspek kehumasan dalam menjalankan pekerjaannya.

Publication

Humas DPRD DKI Jakarta mempublikasikan informasi mengenai tugas dan fungsi mereka kepada publik melalui media sosial Instagram, menggunakan berbagai bentuk konten seperti postingan, reels, dan foto. Melalui publikasi tersebut, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami peran dan fungsi DPRD DKI Jakarta dalam mewakili kebutuhan masyarakat Jakarta.

Event

Selain itu, DPRD DKI Jakarta juga mengadakan kegiatan seperti rapat, reses, dan sosperda, yang dilaksanakan di Kantor DPRD DKI Jakarta serta di masing-masing daerah pemilihan (Dapil) anggota DPRD DKI Jakarta. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun citra positif DPRD DKI Jakarta dengan menciptakan komunikasi yang lebih dekat antara anggota dewan dan masyarakat.

News

Humas DPRD DKI Jakarta telah membuat laporan berkaitan dengan tugas mereka dan menyebarkannya kepada publik. Laporan ini disusun langsung oleh tim Humas untuk mendokumentasikan kinerja anggota dewan secara detail.

Community Involment

Selain itu, DPRD DKI Jakarta berupaya untuk bekerja sama dengan berbagai komunitas khusus demi meningkatkan kerjasama di semua bidang.

Inform Of Image

Dalam melakukan publikasi media sosial, hasil karya Humas DPRD DKI Jakarta dinilai sangat positif, karena kontennya inovatif, selalu terbaru, dan dikemas dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Lobbying

Dalam hal lobbying atau negosiasi, Humas DPRD DKI Jakarta biasanya melaksanakan negosiasi dengan mengadakan rapat yang dipimpin oleh anggota DPRD. Humas berperan membantu dalam pelaksanaan rapat tersebut, sehingga dapat mempererat kerja sama dengan berbagai instansi lainnya.

Social Responsibility

Namun, terkait tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR), saat ini DPRD DKI Jakarta belum melakukan kegiatan tersebut, karena belum ada peraturan daerah yang melegalkan pelaksanaan CSR. Mungkin di masa depan, akan ada peraturan yang mewajibkan DPRD DKI Jakarta untuk melaksanakan kegiatan CSR.

Analisis S.W.O.T

Dalam konteks strategi komunikasi, DPRD DKI Jakarta melakukan analisis SWOT untuk meningkatkan citra instansi melalui media sosial Instagram mereka. Analisis ini mencakup berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat mempengaruhi citra DPRD DKI Jakarta.

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none">• Sarana dan Prasarana yang berkualitas dan memadai• Komunikasi dua arah: DPRD DKI Jakarta dapat berkomunikasi secara langsung melalui media sosial Instagram @DPRDDKIJakarta• Meningkatkan kepercayaan publik dengan merespon aspirasi Masyarakat melalui Direct Messenger	<ul style="list-style-type: none">• Sering terjadi gangguan sinyal• <i>Miscommunication</i> karena dalam menjalankan tugas publikasi terdapat beberapa tim, seperti team kameramen, team narasi, team editing dan lainnya
Opportunity (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none">• Semakin meningkatnya followers akun Instagram DPRD DKI Jakarta• Peningkatan Citra Positif DPRD DKI Jakarta dengan melalui cara publikasi menggunakan media sosial Instagram sehingga dapat menjangkau Masyarakat luas.	<ul style="list-style-type: none">• Banyak warga net yang merasa bosan karena kontennya hanya berisi tugas dan fungsi DPRD DKI Jakarta• Terlalu fokus untuk meliput 1 dewan saja, sehingga terkadang dewan lain merasa iri karena ingin juga di liput. Sehingga team liputan membagi waktu untuk melakukan peliputan dewan, agar anggota dewan di DPRD DKI Jakarta dapat terbagi dalam peliputan.

SIMPULAN

Strategi komunikasi Humas DPRD DKI Jakarta berhasil meningkatkan citra positif instansi melalui publikasi, acara rutin, dan pelaporan berita, menggunakan teori PENCILS dan CMS yang dianalisis dengan AMS dalam Public Relations. Humas aktif mempublikasikan kegiatan anggota DPRD melalui foto dan video di Instagram, serta acara rutin seperti rapat, reses, dan sosialisasi peraturan daerah. Mereka juga berkolaborasi dengan media besar untuk memperluas jangkauan informasi.

Meskipun belum bekerja sama dengan organisasi khusus dan belum menjalankan kegiatan CSR karena ketiadaan regulasi, Humas DPRD DKI Jakarta terus mendorong terciptanya peraturan yang mendukung CSR. Respons positif masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan terlihat dari komentar di media sosial, terutama Instagram.

Namun, strategi komunikasi Humas masih berfokus pada publikasi, acara, berita, dan lobbying, sementara elemen Community Involvement dan Sosial Responsibility dalam teori PENCILS belum sepenuhnya diterapkan. Analisis CMS menunjukkan adanya tantangan dalam menangani komentar negatif di media sosial yang memerlukan koordinasi dengan pimpinan.

Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan dalam citra positif, namun kelemahan seperti gangguan sinyal dan komunikasi tim Humas perlu diperbaiki. Meningkatnya jumlah pengikut di Instagram menjadi peluang, sementara ancaman berupa kebosanan warganet terhadap konten monoton perlu diwaspadai. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas DPRD DKI Jakarta telah menunjukkan keberhasilan dalam mendukung citra positif instansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, I., Zubair, F., & Yustikasari, Y. (2021). Fungsi peran dan teknik komunikasi humas dalam program Sabilulungan Bersih Kabupaten Bandung. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.33159>
- Birokrasi, M. R. (2020). *Pelayanan publik*. Jakarta: Nimas Ultima. Yayasan Kita Menulis. https://www.academia.edu/download/37946841/20_artikel7.pdf
- Gioh, A. (2021). Pelayanan publik e-government di Dinas Komunikasi Informatika Kabupaten Minahasa. *Jurnal Politico*, 10(1), 1–14.
- Goo, E. E. K., & Sanda, E. M. (2022). Analisis pelaksanaan tata kelola rencana strategis, akuntabilitas, dan transparansi dana desa. *Accounting Unipa*, 1(1), 20–34.
- Iskandar, A., Ryanto, M., & Patrianti, T. (2024). Strategi digital public relations PT MAP

- Boga dalam industri FnB. *Jurnal Riset Public Relations*, 4(1), 1–6.
<https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3302>
- Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Memenuhi, U., & Syarat, S. (2020). Peran humas dalam meningkatkan pelayanan informasi ketenagakerjaan di Dinas Tenaga Kerja Duri. Skripsi.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. 1, 1–9.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan humas pemerintahan dalam menciptakan reputasi pemerintahan yang baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Masud, M., & Haeril, H. (2022). Peran humas DPRD sebagai suatu sistem dan fasilitator publik. *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 27–32.
<https://doi.org/10.35326/jsip.v3i1.1904>
- Prastowo, F. A. A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 17.
<https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23721>
- Puspitasari, K., & Irwansyah, I. (2022). Fleksibilitas interpretatif teknologi web 2.0 bagi pengelola media sosial instansi pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 220. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.28623>
- Rahman. (2023). Definisi konseptual. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Rahmi, S. S. (2023). Peran pelaksana fungsi humas Balai Bahasa Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program literasi generasi muda 2022. 1(5673).
[http://repository.uin-suska.ac.id/69195/1/SKRIPSI GABUNGAN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/69195/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf)
- Septiani, S., & et al. (2024). Pengembangan kurikulum: Teori, model, dan praktik. PT SADA KURNIA PUSTAKA.
- Shafi, N. B. (2022). Penggunaan siniar sebagai salah satu strategi pengelolaan komunikasi publik pada hubungan masyarakat Kementerian Perhubungan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut. 8–50.
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi komunikasi pemasaran Sharp Indonesia di era pandemi COVID-19 dan kenormalan baru. *Jurnal SS Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>.