

Cerminan Komunikasi Pemerintah Daerah Melalui Strategi Visual Dan Naratif Pada Konten Instagram @Joyful.Denpasar

Ni Kadek Sri Kumala Paramita¹, Ni Putu Intan Permatasari²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, Indonesia

E-mail: kumalaparamita270504@gmail.com¹, intanpermata@undiknas.ac.id²

Article History:

Received: 16 Desember 2025

Revised: 01 Januari 2026

Accepted: 16 Januari 2026

Keywords: komunikasi pemerintah daerah; strategi visual; strategi naratif; Instagram; komunikasi humanis; media sosial

Abstract: Penelitian ini menganalisis strategi visual dan naratif yang diterapkan pada akun Instagram @joyful.denpasar sebagai cerminan komunikasi pemerintah daerah yang humanis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi konten periode Januari-Juni 2025 dan wawancara mendalam dengan pengelola akun serta lima informan masyarakat, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi elemen visual berbasis budaya Bali dan narasi komunikatif berhasil membangun citra Pemerintah Kota Denpasar yang lebih dekat, transparan, dan responsif. Konsistensi penggunaan warna hangat, simbol budaya lokal seperti penjor dan ornamen tradisional, serta gaya bahasa yang tidak birokratis menciptakan komunikasi dua arah yang efektif. Temuan menunjukkan bahwa masyarakat mempersepsikan pemerintah sebagai institusi yang peduli dan mudah diakses melalui strategi komunikasi digital ini. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi yang partisipatif dan selaras dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara pemerintah daerah berkomunikasi dengan masyarakat. Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi platform strategis untuk membangun komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga interaktif dan humanis (Siregar & Pratiwi, 2022). Pemerintah Kota Denpasar melalui akun Instagram @joyful.denpasar menunjukkan bagaimana strategi komunikasi digital dapat dioptimalkan untuk menciptakan kedekatan dengan masyarakat.

Akun @joyful.denpasar dengan lebih dari 40 ribu pengikut tidak sekadar berfungsi sebagai kanal penyampaian informasi pemerintahan, melainkan sebagai ruang dialog yang memperkuat hubungan emosional antara pemerintah dan warga. Berbeda dengan pola komunikasi pemerintahan tradisional yang cenderung formal dan top-down, akun ini menghadirkan pendekatan yang lebih adaptif dan partisipatif sesuai dengan model komunikasi dua arah simetris (Grunig & Hunt, 1984).

Penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya strategi komunikasi digital pemerintah.

Puspitasari (2023) menemukan bahwa konsistensi visual dan estetika dapat meningkatkan kedekatan publik dengan institusi pemerintah. Wahyuni et al. (2022) menekankan efektivitas media sosial dalam penyebaran informasi pemerintahan. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana integrasi strategi visual dan naratif berbasis kearifan lokal dapat membentuk komunikasi pemerintahan yang humanis.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan pemerintah daerah untuk beradaptasi dengan pola komunikasi publik di era digital yang semakin dinamis. Ketika strategi visual dan naratif tidak dikelola dengan tepat, risiko yang muncul adalah menurunnya keterlibatan publik dan melemahnya citra positif pemerintah (Sasfira, 2025). Sebaliknya, penerapan strategi komunikasi yang humanis berpotensi memperkuat kepercayaan publik dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan daerah (Sari, 2021).

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi visual dan naratif pada konten Instagram @joyful.denpasar dalam membangun komunikasi pemerintah daerah yang humanis, dengan fokus pada desain visual, penyusunan caption, dan teknik storytelling yang digunakan periode Januari-Juni 2025.

LANDASAN TEORI

Teori Komunikasi Dua Arah Simetris

Teori komunikasi dua arah simetris dikembangkan oleh Grunig dan Hunt (1984) sebagai model ideal dalam hubungan masyarakat. Teori ini menekankan prinsip kesetaraan dalam proses pertukaran informasi, di mana organisasi dan publik saling mendengarkan, berdialog, serta menemukan solusi yang saling menguntungkan. Ciri khas model ini adalah adanya keterbukaan, transparansi, dan upaya membangun hubungan jangka panjang berbasis kepercayaan (Kriyantono, 2022).

Dalam konteks pemerintahan daerah, komunikasi dua arah simetris menjadi pendekatan ideal dalam membangun komunikasi publik yang inklusif dan humanis (Putri & Sari, 2024). Pemerintah tidak lagi diposisikan sebagai pihak dominan yang hanya menyampaikan instruksi, melainkan sebagai mitra dialog yang aktif mendengarkan aspirasi, keluhan, dan harapan masyarakat.

Strategi Komunikasi Visual dan Naratif

Komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui elemen-elemen yang dapat dilihat, seperti warna, tipografi, tata letak, simbol, dan fotografi (Lester, 2006). Dalam konteks komunikasi publik, visual tidak hanya berfungsi menarik perhatian, tetapi juga menciptakan kesan, membangun identitas, serta memengaruhi interpretasi khalayak terhadap pesan yang disampaikan (Fitriani & Putra, 2022).

Pemahaman naratif berakar dari paradigma naratif Fisher (1984) yang memandang manusia sebagai *homo narrans*, yaitu makhluk yang memahami realitas sosial melalui cerita. Dua unsur utama narasi adalah koherensi (alur cerita yang logis dan mudah dipahami) serta fidelitas (kesesuaian cerita dengan nilai dan pengalaman audiens). Narasi yang baik mampu menumbuhkan rasa percaya, membangun kedekatan emosional, dan memperkuat ikatan antara institusi dengan masyarakat (Andini, 2020).

Media Sosial Instagram dalam Komunikasi Pemerintahan

Instagram sebagai platform berbasis visual memiliki peran penting bagi pemerintah daerah dalam membangun citra yang lebih humanis dan dekat dengan masyarakat (Ramadhani, 2024). Platform ini memungkinkan penyampaian informasi dalam format yang menarik, mudah dipahami, dan mendorong interaksi dua arah melalui fitur komentar, direct message, dan

pembagian konten (Kaplan & Haenlein, 2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi visual dan naratif yang diterapkan. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Observasi konten Instagram @joyful.denpasar periode Januari-Juni 2025, mencatat aspek visual (komposisi, warna, simbol), naratif (caption, storytelling), dan interaksi audiens
2. Wawancara mendalam dengan I Wayan Agus Yuliawan, S.M., M.I.Kom selaku Humas Pemerintah Kota Denpasar yang mengelola akun
3. Wawancara dengan lima informan masyarakat Denpasar yang menjadi pengikut aktif akun (minimal 6 bulan mengikuti dan aktif berinteraksi)

Informan masyarakat dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: warga Kota Denpasar, mengikuti akun minimal 6 bulan, dan aktif memberikan interaksi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994) meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

HASIL

Implementasi Strategi Visual dan Naratif pada Konten Instagram Hasil dan Diskusi

Observasi terhadap unggahan pada periode Januari–Juni 2025 menunjukkan bahwa strategi visual diterapkan secara konsisten melalui penggunaan warna hangat oranye sebagai dominan, tone cerah yang menyiratkan energi positif dan kebahagiaan, serta integrasi simbol budaya Bali seperti penjor, gapura candi bentar, ukiran, Catur Muka, dan landmark Pantai Sanur pada hampir seluruh konten. Tata letak mengikuti template baku dengan frame oranye, logo resmi, dan bumper video, dengan prioritas pada format video. Strategi naratif tercermin dalam caption yang komunikatif dan berbahasa sehari-hari, penggunaan sapaan "Sahabat Joyful", teknik storytelling berpola empati–fakta–ajakan, serta penekanan nilai kearifan lokal seperti gotong royong dan Tri Hita Karana.

Tabel 1. Elemen Utama Strategi Visual dan Naratif pada Konten @joyful.denpasar (Januari–Juni 2025)

Elemen	Deskripsi Kemunculan
Warna oranye dominan	Dominan pada sebagian besar unggahan
Tone cerah/hangat	Konsisten menciptakan rasa bahagia
Simbol budaya Bali	Hampir selalu hadir (penjor, gapura, ukiran)
Template baku	Frame oranye dan logo resmi
Format video	Prioritas utama
Caption komunikatif	Bahasa sehari-hari dan mudah dipahami
Sapaan "Sahabat Joyful"	Sering digunakan sebagai pembuka
Storytelling empati	Pola empati–fakta–ajakan

Elemen	Deskripsi Kemunculan
Nilai kearifan lokal	Gotong royong dan Tri Hita Karana

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa elemen simbol budaya Bali dan tone hangat menjadi ciri dominan visual, sementara pola storytelling dan sapaan personal mendominasi naratif, mengindikasikan pendekatan terintegrasi untuk memperkuat identitas lokal dan kedekatan emosional.

Temuan ini semakin menguat ketika dikonfirmasi melalui wawancara dengan pihak Humas, yang menjelaskan bagaimana prinsip visual tersebut memang diterapkan secara konsisten dalam setiap produksi konten.

“Visualnya memiliki template yang sudah baku: ada logo, frame warna oranye, warna-warna cerah yang menampilkan rasa happiness dan energi positif. Dan budaya lokal Denpasar/Bali selalu menjadi elemen visual penting. Misalnya ikon-ikon Bali seperti pantai Sanur, Catur Muka, gapura, ukiran Bali, ornament pepadungan itu sering kita masukkan untuk memperkuat identitas Denpasar” (Wawancara dengan I Wayan Agus Yuliawan, Humas Pemerintah Kota Denpasar, 20 Oktober 2025).

Selain aspek visual yang dirancang secara konsisten dan terstruktur, perencanaan serupa juga tampak pada penyusunan naratif yang menjadi pendamping setiap unggahan.

“Narasi itu disusun dengan mempertimbangkan respon masyarakat... narasi itu ditulis bukan sekedar informasi, tapi menjawab kebutuhan masyarakat” (Wawancara dengan I Wayan Agus Yuliawan, Humas Pemerintah Kota Denpasar, 20 Oktober 2025).

Penjelasan tersebut menguatkan bahwa baik elemen visual maupun naratif tidak disusun secara spontan, melainkan melalui pertimbangan yang sistematis terhadap kebutuhan dan dinamika publik. Interpretasi kutipan menegaskan bahwa strategi visual dan naratif dirancang secara deliberate berdasarkan analisis tren dan kebutuhan public, bukan spontan.

Berikutnya, temuan ini selaras dengan teori semiotika visual Barthes (1977), di mana warna hangat dan simbol budaya berfungsi sebagai signifier kehangatan kolektif dan identitas Bali. Pendekatan naratif sesuai paradigma naratif Fisher (1987) melalui koherensi alur dan fidelitas nilai dengan pengalaman masyarakat lokal. Dibandingkan studi sebelumnya yang menemukan dominasi narasi birokratis pada akun pemerintah lain (Fadilah & Prasetyo, 2022; Sari, 2021), praktik @joyful.denpasar lebih maju dalam menggabungkan estetika lokal dan komunikasi humanis, sehingga memperkaya penerapan komunikasi dua arah simetris di konteks digital daerah (Grunig & Hunt, 1984; Nugroho, 2023).



Gambar 1. Penggunaan warna hangat, simbol budaya Bali, dan caption komunikatif yang mencerminkan konsistensi strategi.

Pembentukan Citra Humanis Pemerintah Daerah melalui Strategi Visual dan Naratif

Integrasi strategi visual-naratif berhasil membentuk citra pemerintah yang dekat, tidak kaku, dan peduli. Seluruh informan masyarakat menyatakan akun ini membuat pemerintah terasa lebih humanis, dengan visual dinilai estetik dan mencerminkan identitas Denpasar, serta narasi hangat dan mudah dipahami. Engagement cenderung lebih tinggi pada konten budaya dan layanan *public*, meskipun respon terhadap komentar masih terbatas.

Berikut penguatan atas temuan tersebut terlihat jelas dalam pandangan masyarakat terhadap aspek visual yang mereka jumpai setiap hari.

“Visualnya clear, bersih, dan nyaman dilihat, banyak memasukkan budaya, adat, dan vibes Denpasar” (Wawancara dengan Gaga Bagskara, warga Denpasar, 10 November 2025).

Selaras dengan apresiasi terhadap tampilannya, masyarakat juga menilai bahwa kualitas naratif yang menyertai visual tersebut turut membentuk kesan humanis.

“Captionnya cukup friendly dan mudah diterima semua kalangan, bahasanya hangat” (Wawancara dengan Gaga Bagskara, warga Denpasar, 10 November 2025).

Apresiasi terhadap visual dan narasi ini kemudian berlanjut pada pengalaman emosional pengguna, yang merasa lebih diperhatikan dan terhubung dengan pemerintah.

“Saya merasa lebih update informasi dan merasa dipedulikan sebagai warga” (Wawancara dengan Okta Fridayanti, warga Denpasar, 12 November 2025).

Rasa diperhatikan tersebut kemudian berkembang menjadi bentuk kedekatan yang lebih personal, sebagaimana disampaikan oleh informan lainnya.

“Iya terasa lebih dekat, karena penyampaiannya santai tapi tetap informatif” (Wawancara dengan Tantri Gita, warga Denpasar, 10 November 2025).

Berikutnya, Interpretasi kutipan mengindikasikan bahwa strategi visual-naratif mengubah persepsi dari institusi jauh menjadi bagian kehidupan masyarakat sehari-hari. Diskusi kritis: Temuan ini memperkuat model komunikasi dua arah simetris Grunig & Hunt (1984) melalui penyesuaian pesan berdasarkan feedback publik dan nilai lokal. Berbeda dengan dominasi satu

arah di akun pemerintah lain (Effendy, 2003; Rusadi, 2015), @joyful.denpasar berhasil memanfaatkan identitas kultural sebagai modal humanisasi (Nugroho, 2023), meskipun interaksi respon perlu ditingkatkan (Siregar & Pratiwi, 2022).

Peran Media Sosial Instagram @joyful.denpasar dalam Membentuk Citra Pemerintah Daerah

Akun @joyful.denpasar berperan multifungsi sebagai penyampai informasi cepat melalui visual menarik, pembentuk kedekatan emosional dengan gaya santai dan budaya lokal, ruang interaksi publik (meski respon komentar terbatas), serta pembentuk citra positif pemerintah yang transparan, aktif, dan hadir di masyarakat. Engagement tinggi pada konten budaya dan layanan publik menegaskan relevansi platform ini. Seluruh informan sepakat akun meningkatkan persepsi humanis, dengan informasi transparan dan penyajian tidak berlebihan.

Temuan ini semakin diperkuat oleh tanggapan informan yang menggambarkan bagaimana publik merasakan langsung peran akun tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

“Menurut saya berhasil karena informasinya transparan dan tidak berlebihan” (Wawancara dengan Okta Fridayanti, warga Denpasar, 12 November 2025).

Pandangan ini kemudian diperjelas oleh informan lain yang menyoroti seberapa sering konten akun tersebut hadir dalam keseharian mereka.

“Hampir tiap hari muncul di timeline, jadi cukup sering lihat” (Wawancara dengan Gaga Bagskara, warga Denpasar, 10 November 2025).

Tidak hanya soal frekuensi kemunculannya di timeline, konsistensi akun dalam menyajikan informasi dengan cara yang ringan dan mudah dicerna juga membuat kedekatan tersebut semakin terasa bagi pengguna lain.

“Iya terasa lebih dekat, karena penyampaianya santai tapi tetap informatif” (Wawancara dengan Tantri Gita, warga Denpasar, 10 November 2025).

Berikutnya, Interpretasi dicerminkan pada Akun bertransformasi dari kanal publikasi menjadi instrumen strategis humanisasi, meskipun interaksi dua arah perlu optimalisasi. Diskusi kritis: Sesuai teori media baru Kaplan & Haenlein (2010), fitur Instagram mendukung dialogis, meskipun respon rendah (Rusadi, 2015). Praktik ini unggul dalam hubungan emosional berbasis budaya dibanding akun formal lain (Effendy, 2003) dan mendukung partisipasi daerah (Wahyuni, 2021).

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @joyful.denpasar berhasil menerapkan strategi visual dan naratif secara terintegrasi untuk membangun komunikasi pemerintah daerah yang humanis dan dialogis. Strategi visual diterapkan secara deliberate dengan warna oranye hangat, tone cerah, serta dominasi simbol budaya Bali yang memperkuat identitas kota sekaligus menciptakan kedekatan emosional. Naratif ramah dengan pendekatan storytelling disesuaikan berdasarkan respon publik, sehingga pesan menjadi relevan dan tidak bersifat satu arah. Integrasi keduanya membentuk citra pemerintah yang dekat, inklusif, serta peduli, mengubah persepsi dari institusi berjarak menjadi bagian integral kehidupan masyarakat. Selanjutnya, Instagram @joyful.denpasar berperan multifungsi sebagai penyampai informasi cepat, pembentuk kedekatan emosional, ruang interaksi publik (meskipun respon komentar terbatas), serta pembentuk citra transparan dan aktif di tengah masyarakat.

Diskusi Dari perspektif teori komunikasi dua arah simetris Grunig & Hunt (1984), proses penyesuaian konten melalui analisis feedback masyarakat mencerminkan praktik dialogis yang

menempatkan publik sebagai mitra, bukan sekadar penerima informasi. Elemen visual selaras dengan semiotika Barthes (1977) sebagai signifier kehangatan kolektif dan identitas lokal Bali, sedangkan naratif empatik mendukung paradigma naratif Fisher (1987) melalui koherensi alur dan fidelitas nilai dengan pengalaman masyarakat. Peran Instagram sebagai medium multifungsi selaras dengan fungsi informasi, edukasi, dan partisipasi dalam komunikasi pemerintahan (Effendy, 2003; Rusadi, 2015), serta teori media baru Kaplan & Haenlein (2010) yang menyoroti potensi fitur dialogis, meskipun interaksi belum optimal.

Dibandingkan penelitian terdahulu yang masih menemukan dominasi narasi birokratis atau praktik satu arah pada akun pemerintah (Sari, 2022; Oktaviani, 2021; Fadilah & Prasetyo, 2022; Nugroho, 2023; Wahyuni, 2021), originalitas penelitian ini terletak pada integrasi mendalam antara strategi visual berbasis kearifan lokal Bali dan naratif responsif sebagai instrumen humanisasi. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya penerapan komunikasi simetris dalam konteks digital daerah dengan kekayaan budaya, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam memahami transformasi citra pemerintahan daerah melalui pendekatan partisipatif, adaptif, dan selaras dengan identitas masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi visual dan naratif pada akun Instagram @joyful.denpasar efektif dalam mencerminkan komunikasi pemerintah daerah yang humanis. Integrasi elemen visual berbasis budaya lokal dengan narasi komunikatif berhasil menciptakan citra Pemerintah Kota Denpasar yang lebih dekat, transparan, dan responsif.

Konsistensi penggunaan warna hangat (terutama oranye), simbol budaya Bali seperti penjor, gapura, dan ornamen tradisional, serta gaya bahasa yang tidak birokratis menjadi kunci keberhasilan dalam membangun komunikasi dua arah yang efektif. Persepsi masyarakat yang positif terhadap visual dan narasi akun menunjukkan bahwa strategi ini berhasil membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan warga.

Namun, untuk mengoptimalkan potensi media sosial sebagai ruang dialog, pemerintah perlu meningkatkan responsivitas terhadap interaksi publik di kolom komentar. Penelitian ini merekomendasikan: (1) peningkatan frekuensi respons terhadap komentar masyarakat untuk memperkuat komunikasi dua arah, (2) diversifikasi konten dengan lebih banyak menampilkan kisah inspiratif warga dan partisipasi masyarakat, (3) penggunaan fitur interaktif Instagram seperti polling dan question box untuk meningkatkan engagement.

Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih partisipatif, adaptif, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat di era digital. Komunikasi pemerintahan modern bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi membangun relasi emosional dan kepercayaan melalui pendekatan yang humanis dan berbasis kearifan lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Andini, S., & Rahayu, H. R. (2020). Persepsi audiens terhadap narasi dan kepercayaan publik dalam komunikasi institusi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 112–120.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. London, UK: Fontana Press.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung, Indonesia: Citra Aditya Bakti.
- Fadilah, N., & Prasetyo, B. (2022). Narasi birokratis dalam media sosial pemerintah daerah. *Jurnal Komunikasi Publik*, 6(1), 45–58.

-
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51(1), 1–22.
<https://doi.org/10.1080/03637758409390180>
- Fitriani, D., & Putra, R. A. (2022). Pengaruh desain visual terhadap keterlibatan pengguna media sosial pemerintah. *Jurnal Komunikasi Massa*, 15(1), 33–48.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kriyantono, R. (2022). Konsep komunikasi dua arah simetris dalam hubungan masyarakat modern. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2), 77–91.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nugroho, A. (2023). Komunikasi pemerintahan digital dan pembentukan citra publik daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 145–158.
- Puspitasari, G. A. A. (2023). Strategi komunikasi humas melalui media sosial Instagram dalam membangun citra positif Pemerintah Kota Denpasar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 225–235.
- Putri, A. N., & Sari, D. P. (2024). Model komunikasi dua arah simetris dalam pemerintahan daerah. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 15–28.
- Ramadhani, B. A. (2024). Pengembangan pemasaran digital berbasis media sosial Instagram. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 51–58.
- Rusadi, U. (2015). *Media dan kekuasaan: Kritik terhadap praktik jurnalisme*. Jakarta, Indonesia: RajaGrafindo Persada.
- Sari, M. (2021). Komunikasi pemerintahan digital dan partisipasi publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 18(2), 145–160.
- Sasfira, N. (2025). Efektivitas media sosial dalam komunikasi pemerintahan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 88–102.
- Siregar, A., & Pratiwi, L. (2022). Penggunaan media sosial yang responsif oleh pemerintah dan dampaknya terhadap kepercayaan publik. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(4), 312–328.
- Wahyuni, S., Prabowo, H., & Lestari, D. (2022). Analisis isi konten Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Media Massa*, 15(2), 123–140.