

Editorial Address: Jl. Utama Rukoh, Kota Banda Aceh Provinsi Aceh

Received: 07-06-2025 | **Accepted:** 02-07-2025 | **Published:** 03-08-2025

PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL OLEH DISKOMINFO BANYUMAS: STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN DALAM MENGHADAPI ERA NEW MEDIA

Ana Fitrotul Lisa¹, Anas Azhimi Qalban²

Email: anafitrotullisa2@gmail.com ¹, anasaq@uinsaizu.ac.id²

^{1,2}Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

This research discusses the communication strategy of the Banyumas Regency Government through the Communication and Information Agency (Diskominfo) in utilising digital platforms to address the challenges of the new media era. The research uses a descriptive qualitative approach with literature study and documentation methods. The results indicate that Diskominfo Banyumas implements a strategy based on the Lasswell model, which includes the communicator, message content, media, audience, and effects. Platforms such as Instagram, the official website, and collaborations with local media are utilised to enhance digital literacy and reach a wide audience. The conclusion suggests that this strategy is effective in increasing public participation and strengthening digital government communication.

Keywords: *Communication strategy, digital platforms, new media*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Banyumas melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam memanfaatkan platform digital untuk menghadapi tantangan era new media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Diskominfo Banyumas mengimplementasikan strategi berbasis model Lasswell yang mencakup komunikator, isi pesan, media, komunikan, dan efek. Platform seperti Instagram, website resmi, dan kolaborasi dengan media lokal dimanfaatkan untuk meningkatkan literasi digital dan menjangkau publik secara luas. Kesimpulan menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat komunikasi pemerintahan digital.

Kata kunci: *Strategi komunikasi, platform digital, new media*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong instansi pemerintah untuk merombak pola komunikasi konvensional menuju strategi yang lebih adaptif dan responsif. Era new media menghadirkan tantangan dan peluang baru, di mana masyarakat semakin aktif dalam mengakses informasi melalui media sosial, website, dan kanal digital lainnya. Dalam kondisi ini, peran lembaga komunikasi publik seperti Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) menjadi sangat penting sebagai penghubung utama antara pemerintah dan masyarakat. (Lazwardi & Kurinawan, 2025)

Diskominfo Kabupaten Banyumas menyadari bahwa pergeseran lanskap komunikasi publik harus direspons dengan serius. Tidak cukup lagi hanya mengandalkan saluran informasi tradisional seperti siaran radio, papan pengumuman, atau surat edaran. Sebaliknya, strategi komunikasi publik harus bertransformasi seiring dengan berkembangnya teknologi informasi. Penggunaan media sosial seperti Instagram, YouTube, serta situs web resmi instansi telah menjadi kebutuhan utama, terutama dalam menjangkau generasi muda dan masyarakat urban.

Kehadiran new media juga menuntut perubahan pola komunikasi dari yang bersifat top-down menjadi partisipatif dan dialogis. Hal ini berarti bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam produksi dan penyebaran pesan. Oleh karena itu, Diskominfo Banyumas tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun ruang diskusi, menjaring aspirasi publik, dan memberikan edukasi tentang pentingnya literasi digital. (Saefunnisa, 2021)

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi pemerintah daerah cukup kompleks. Maraknya informasi palsu (hoaks), rendahnya literasi digital di beberapa kalangan masyarakat, serta kurangnya kesadaran terhadap keamanan data pribadi menjadi hambatan serius dalam menciptakan ekosistem informasi yang sehat. Dalam hal ini, strategi komunikasi digital yang terarah dan berkelanjutan menjadi sangat krusial.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Diskominfo Banyumas dapat menjawab tantangan tersebut. Fokus utama terletak pada pemanfaatan platform digital sebagai sarana komunikasi dan edukasi masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan teori komunikasi model Lasswell sebagai kerangka analisis, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan praktik komunikasi digital pemerintahan daerah, khususnya di era disrupsi informasi saat ini. (Badri, 2022)

Lebih lanjut, kajian ini juga penting mengingat posisi Banyumas sebagai salah satu kabupaten dengan dinamika sosial yang beragam. Tingginya penetrasi internet di wilayah tersebut, didukung dengan komitmen pemerintah lokal terhadap inovasi pelayanan publik, menjadikan Diskominfo memiliki potensi besar dalam membangun budaya komunikasi publik yang sehat, transparan, dan berbasis teknologi. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan pelayanan

informasi, tetapi juga menjadi bagian integral dari penguatan tata kelola pemerintahan berbasis digital.

Dengan demikian, artikel ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk dan media komunikasi yang digunakan, melainkan juga mengkaji sejauh mana efektivitas pesan yang disampaikan, karakteristik audiens yang dituju, serta dampak yang dihasilkan terhadap kualitas komunikasi publik. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi daerah lain yang ingin mengembangkan strategi komunikasi publik berbasis digital dalam konteks pemerintahan lokal (Hasibuan et al., 2024).

LANDASAN TEORI

1. Konsep Platform Digital

Platform digital adalah sistem berbasis teknologi informasi yang memungkinkan interaksi, pertukaran informasi, transaksi, serta kolaborasi antar pengguna dalam ruang virtual. Menurut Van Dijck (2013), platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ekosistem sosial yang memediasi relasi antara pemerintah dan masyarakat. Pemanfaatan platform digital oleh lembaga pemerintah, seperti Diskominfo, menjadi bentuk nyata penerapan teknologi komunikasi untuk memperluas jangkauan informasi publik, memperkuat transparansi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.

2. Teori New Media

Era new media ditandai dengan karakteristik interaktivitas, konvergensi, jaringan, dan partisipasi (Lister, 2009). Media baru berbeda dengan media konvensional karena mampu memfasilitasi komunikasi dua arah antara pemerintah dan publik. Teori new media menjelaskan bahwa media digital seperti media sosial, website resmi, dan aplikasi layanan publik menjadi sarana strategis dalam menyampaikan pesan dengan cepat, real-time, dan tepat sasaran. Dalam konteks pemerintahan, new media tidak hanya sebagai alat publikasi, melainkan sebagai ruang diskursif untuk meningkatkan keterlibatan warga.

3. Teori Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan (government communication) menurut Graber (2003) adalah proses penyampaian informasi, kebijakan, serta pelayanan publik dari pemerintah kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi. Pemanfaatan platform digital oleh pemerintah daerah termasuk dalam praktik komunikasi pemerintahan modern, di mana birokrasi beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk menjaga efektivitas penyebaran informasi dan membangun citra positif. Dalam teori ini, keberhasilan komunikasi pemerintah ditentukan oleh keterbukaan,

konsistensi pesan, serta kemampuan memanfaatkan saluran komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat

4. Teori E-Government

Konsep e-government menurut World Bank (2003) adalah pemanfaatan teknologi informasi oleh pemerintah untuk meningkatkan akses, efisiensi, transparansi, dan partisipasi publik. E-government menjadi salah satu landasan teoretis penting dalam memahami strategi pemanfaatan platform digital oleh Diskominfo. Dengan mengoptimalkan media sosial, website, dan aplikasi, Diskominfo Banyumas dapat mendukung prinsip good governance seperti akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.

5. Teori Agenda Setting

Teori agenda setting (McCombs & Shaw, 1972) menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan dalam memengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks ini, Diskominfo Banyumas melalui platform digital berperan sebagai agenda setter yang menentukan isu, program, atau kebijakan apa saja yang harus diketahui dan diprioritaskan masyarakat. Dengan strategi komunikasi digital yang tepat, isu-isu pembangunan daerah dapat dikelola agar publik memahami arah kebijakan pemerintah.

6. Teori Partisipasi Publik dalam Media Digital

Menurut Habermas (1989) dalam konsep public sphere, media dapat menjadi ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat. Kehadiran platform digital memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan masukan, kritik, dan partisipasi aktif. Diskominfo sebagai perpanjangan tangan pemerintah daerah harus mampu mengelola ruang digital ini agar interaktif, responsif, dan mendukung pembangunan partisipatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena dianggap paling tepat dalam menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Banyumas. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menginterpretasi fenomena secara mendalam berdasarkan konteks yang terjadi di lapangan. Fokus dari penelitian ini adalah untuk memahami proses komunikasi digital, strategi penyusunan pesan, serta dampak penggunaan platform digital terhadap keterlibatan masyarakat. Dengan pendekatan ini, peneliti tidak

hanya mendeskripsikan apa yang dilakukan oleh Diskominfo, tetapi juga menafsirkan makna di balik praktik komunikasi yang dijalankan.(Mashis et al., 2023)

Data dikumpulkan melalui beberapa metode, yaitu studi pustaka, analisis dokumen resmi Diskominfo Banyumas, serta observasi terhadap konten digital yang diunggah melalui Instagram, website, dan kanal YouTube resmi instansi termasuk wawancara mendalam beberapa Staf Media Diskominfo. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh kerangka teoritis yang relevan, sementara dokumentasi memberikan informasi aktual tentang program kerja dan kegiatan komunikasi yang telah dilaksanakan. Observasi konten digital dilakukan secara sistematis untuk menganalisis elemen visual, gaya bahasa, frekuensi unggahan, serta keterlibatan pengguna (*engagement*). Teknik analisis data dilakukan dengan cara mengkategorikan informasi berdasarkan lima elemen model Lasswell, sehingga hasil analisis dapat memetakan komunikasi Diskominfo secara utuh.(Yuniarto, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komunikator

Diskominfo Banyumas sebagai komunikator utama memegang peranan strategis dalam menyusun, mengelola, dan menyampaikan informasi publik secara efektif. Sebagai lembaga yang berada di garis depan dalam komunikasi pemerintahan daerah, Diskominfo bertanggung jawab menjaga agar semua informasi yang disebarluaskan bersifat informatif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Fungsi ini juga mencakup penegakan prinsip pemerintahan yang transparan dan akuntabel, sejalan dengan tuntutan zaman yang semakin terbuka terhadap partisipasi publik.(Al-Nur, n.d.)

Pemilihan komunikator dalam penyampaian informasi bukanlah perkara sederhana. Diskominfo Banyumas secara cermat melibatkan berbagai pihak sebagai komunikator utama, mulai dari kepala dinas, staf ahli di bidang komunikasi, hingga tokoh masyarakat dan praktisi digital. Tokoh-tokoh ini dipilih karena memiliki kredibilitas tinggi serta jejaring sosial yang luas, baik secara luring maupun daring. Dengan demikian, pesan pemerintah lebih mudah diterima karena disampaikan oleh figur yang dipercaya publik.

Tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, para komunikator ini juga berperan sebagai fasilitator diskusi antara pemerintah dan masyarakat. Mereka aktif dalam merespons komentar di media sosial, menghadiri forum-forum dialog publik, hingga terlibat langsung dalam kegiatan literasi digital. Pendekatan ini menciptakan ruang komunikasi dua arah yang dialogis, sehingga memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dengan warganya secara emosional dan kognitif.

Guna meningkatkan kapasitas para komunikator, Diskominfo Banyumas menyelenggarakan berbagai pelatihan khusus. Materi pelatihan mencakup teknik komunikasi digital, strategi konten media sosial, etika bermedia, hingga mitigasi disinformasi. Pelatihan ini bertujuan agar komunikator dapat menjalankan tugasnya secara profesional serta responsif terhadap isu-isu yang berkembang di tengah masyarakat. Dengan kompetensi yang baik, mereka diharapkan mampu menjaga kualitas komunikasi publik dan menghindari penyebaran informasi yang keliru.

Strategi Diskominfo Banyumas tidak hanya fokus pada internal pemerintahan, tetapi juga membuka ruang kolaborasi dengan masyarakat. Masyarakat tidak lagi diposisikan hanya sebagai penerima informasi, tetapi sebagai mitra aktif dalam membangun narasi positif daerah. Partisipasi warga difasilitasi melalui media digital seperti website resmi, aplikasi pengaduan publik, serta kanal-kanal media sosial interaktif yang memungkinkan dialog langsung antara masyarakat dan pemerintah. (Azizah et al., 2025)

Untuk memperkuat kolaborasi ini, Diskominfo Banyumas juga sering melibatkan tokoh masyarakat dan praktisi digital sebagai narasumber dalam berbagai kegiatan kampanye literasi digital. Kegiatan ini mencakup pelatihan keterampilan bermedia sosial, webinar keamanan digital, hingga lokakarya pembuatan konten edukatif. Dengan pendekatan ini, Diskominfo mampu menciptakan ekosistem komunikasi yang partisipatif, di mana informasi tidak hanya datang dari satu arah tetapi juga menjadi hasil dari sinergi bersama.

Efektivitas komunikasi publik juga didukung oleh pendekatan yang inklusif. Diskominfo berupaya menjangkau semua lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan seperti lansia, penyandang disabilitas, dan masyarakat di wilayah pedesaan. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan konten dalam berbagai format, seperti infografis, video pendek, dan bahasa lokal, agar informasi dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun. Inklusivitas ini memperkuat posisi Diskominfo sebagai penghubung yang adil antara pemerintah dan masyarakat (Mubarok, 2024)

Di sisi lain, keterbukaan informasi publik yang dijalankan oleh Diskominfo juga menjadi alat kontrol sosial yang sehat. Warga dapat memberikan kritik, saran, atau bahkan laporan terhadap kebijakan dan kinerja pemerintah secara langsung melalui kanal digital. Respon cepat dari pihak Diskominfo terhadap aspirasi warga turut meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat legitimasi pemerintah daerah dalam pengambilan keputusan.

Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, Diskominfo Banyumas telah membuktikan bahwa komunikasi publik di era digital tidak cukup hanya bersifat informatif, tetapi harus pula bersifat partisipatif dan transformatif. Masyarakat bukan lagi penonton pasif, melainkan aktor yang berperan penting dalam membentuk opini publik dan menjaga tata kelola pemerintahan yang baik. Peran strategis Diskominfo sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat menjadi semakin penting di tengah dinamika informasi yang begitu cepat dan luas, menjadikannya sebagai model komunikasi publik yang patut dicontoh daerah lain. (Winarno et al., 2014)

2. Isi Pesan

Pesan-pesan yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Banyumas dirancang secara strategis dengan mempertimbangkan kebutuhan aktual masyarakat dan isu-isu yang berkembang di ruang publik. Fokus utama dari pesan ini adalah untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah dan meningkatkan literasi digital di tengah arus informasi yang cepat dan kompleks. Isu-isu yang sering diangkat meliputi layanan publik, kampanye anti-hoaks, edukasi keamanan data pribadi, serta sosialisasi program-program pemerintah daerah. Penyusunan pesan ini menjadi wujud komitmen pemerintah dalam membangun masyarakat yang cerdas digital dan berdaya secara informasi. (Yuniarto, 2019)

Konten komunikasi yang dikembangkan oleh Diskominfo tidak hanya berbentuk teks naratif, tetapi juga mengedepankan unsur visual yang disesuaikan dengan karakteristik media digital. Infografis, video pendek, animasi, serta gambar yang menarik digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami dan menarik perhatian publik, khususnya generasi muda yang lebih visual dan cepat dalam mengonsumsi informasi. Hal ini juga memperkuat daya jangkauan pesan di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube.

Gaya bahasa dan struktur pesan turut disesuaikan dengan segmentasi audiens yang beragam. Untuk kalangan pelajar dan mahasiswa, Diskominfo menggunakan gaya bahasa yang santai, interaktif, dan komunikatif, termasuk penggunaan bahasa gaul atau emoji agar terasa lebih dekat dengan audiens muda. Sementara itu, untuk masyarakat umum dan kelompok usia lanjut, gaya bahasa yang digunakan lebih formal, naratif, dan instruksional agar lebih mudah dipahami. Pendekatan segmentatif ini menjadi kunci keberhasilan dalam menjangkau berbagai kelompok sosial dengan pendekatan yang sesuai konteks. (Badri, 2022)

Momentum dan waktu penyampaian pesan juga menjadi pertimbangan penting dalam strategi komunikasi publik yang dijalankan oleh Diskominfo. Informasi disampaikan pada saat-saat yang tepat, seperti sosialisasi pemilu menjelang masa kampanye, atau kampanye keamanan siber saat terjadi kebocoran data nasional. Strategi ini membangun persepsi positif bahwa pemerintah daerah hadir dan responsif terhadap isu-isu yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Dengan kata lain, pesan Diskominfo bukan sekadar pengumuman, tetapi bentuk kehadiran pemerintah dalam dinamika kehidupan sosial.

Melalui pendekatan yang holistik ini, Diskominfo Banyumas telah mengubah fungsi komunikasi publik menjadi alat edukasi, advokasi, dan pemberdayaan masyarakat. Tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kebangsaan, memperkuat identitas budaya lokal, serta mendorong keterlibatan warga dalam pembangunan daerah. Evaluasi berkala terhadap efektivitas pesan dilakukan melalui analisis keterlibatan di media sosial seperti jumlah komentar, penyebaran ulang (share), dan diskusi publik yang muncul. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi

publik yang dijalankan tidak berhenti pada penyampaian pesan, tetapi terus dikembangkan sebagai proses dialog yang dinamis dan berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat.(Hasibuan et al., 2024)

3. Media



Dalam upaya memperkuat komunikasi publik di era digital, Diskominfo Banyumas mengadopsi berbagai platform media sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Strategi ini didasarkan pada prinsip bahwa setiap lapisan masyarakat memiliki preferensi dan akses media yang berbeda-beda. Oleh karena itu, keberagaman media menjadi kunci dalam menjangkau audiens secara luas dan merata. Diskominfo tidak hanya berfokus pada media digital populer, tetapi juga mempertimbangkan media konvensional dan media alternatif agar tidak ada kelompok masyarakat yang tertinggal informasi.(Diasicha & Khotimah, 2025)

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling diandalkan oleh Diskominfo Banyumas. Platform ini dinilai sangat efektif dalam menjangkau generasi muda yang aktif secara digital. Konten-konten yang diunggah dikemas dalam berbagai format seperti feed informatif, story harian, reels yang dinamis, hingga siaran langsung (live) saat kegiatan pemerintahan berlangsung. Pendekatan visual dan interaktif ini terbukti meningkatkan engagement dan memperkuat relasi antara pemerintah dan masyarakat muda secara lebih informal namun bermakna.

Selain Instagram, YouTube juga dimanfaatkan secara maksimal untuk menyampaikan informasi dalam bentuk video berdurasi panjang. Konten-konten yang diunggah mencakup dokumentasi kegiatan pemerintah, video edukasi tentang literasi digital, webinar, dan wawancara tokoh daerah. Kelebihan YouTube sebagai platform penyimpan konten jangka panjang menjadikannya sumber informasi yang bisa diakses ulang kapan saja. Hal ini sangat membantu masyarakat yang ingin memahami suatu isu

secara lebih utuh melalui tayangan audiovisual yang informatif dan menarik.(Cahyani, 2022)

Situs web resmi Diskominfo Banyumas berperan sebagai pusat informasi formal. Situs ini memuat pengumuman resmi, dokumen kebijakan, prosedur layanan publik, berita daerah, serta akses layanan digital pemerintah. Website tersebut didesain agar mudah diakses oleh semua kalangan, termasuk mereka yang membutuhkan informasi formal dan legal terkait kegiatan pemerintahan. Di era keterbukaan informasi, situs web resmi menjadi simbol transparansi dan akuntabilitas pemerintah daerah terhadap masyarakat.

Namun, tidak semua masyarakat memiliki akses internet atau familiar dengan platform digital. Untuk menjangkau kelompok masyarakat yang masih bergantung pada media konvensional, Diskominfo menjalin kerja sama dengan media lokal seperti Radar Banyumas, Suara Merdeka, dan sejumlah portal berita daring daerah. Media ini menjadi saluran efektif untuk menyebarluaskan berita-berita pembangunan, kegiatan pemerintah, dan klarifikasi isu-isu yang berpotensi menyesatkan opini publik. Kolaborasi ini juga memperkuat posisi Diskominfo dalam ekosistem jurnalisme lokal yang terpercaya.

Diskominfo Banyumas juga mulai merambah platform pesan instan seperti WhatsApp sebagai media komunikasi yang cepat dan langsung. Informasi penting seperti pengumuman darurat, perubahan layanan, atau jadwal kegiatan publik disampaikan melalui grup warga, perangkat desa, atau komunitas. WhatsApp dinilai efektif karena hampir seluruh lapisan masyarakat, termasuk lansia, telah familiar dengan penggunaannya. Dengan pendekatan ini, informasi dapat diterima secara real-time dan tanpa memerlukan akses media sosial atau situs web.(Prasetya et al., 2025)

Inovasi lainnya adalah pengembangan aplikasi mobile berbasis pelayanan publik. Aplikasi ini memungkinkan warga untuk mengakses berbagai layanan digital, membaca berita resmi, hingga melakukan pengaduan langsung ke pemerintah daerah. Aplikasi ini menjadi jawaban terhadap tuntutan masyarakat modern yang menginginkan kemudahan, kecepatan, dan transparansi dalam mengakses layanan publik. Integrasi media informasi dan layanan ini memperkuat konsep "smart city" yang sedang dikembangkan di Banyumas.

Pendekatan multiplatform ini tidak hanya meningkatkan jangkauan pesan, tetapi juga menciptakan komunikasi yang lebih personal dan relevan. Diskominfo Banyumas menyadari bahwa satu jenis media tidak cukup untuk menjawab kebutuhan informasi masyarakat yang heterogen. Oleh karena itu, mereka terus mengevaluasi efektivitas masing-masing kanal berdasarkan tingkat keterlibatan, respons publik, dan kecepatan distribusi informasi. Evaluasi ini dilakukan melalui analitik media sosial, survei online, serta masukan langsung dari masyarakat.

Dengan keberagaman media yang digunakan, Diskominfo Banyumas berhasil membangun sistem komunikasi publik yang adaptif, responsif, dan inklusif. Strategi ini tidak hanya mengedepankan keterbukaan informasi, tetapi juga mendorong partisipasi

aktif masyarakat dalam proses pembangunan. Melalui berbagai saluran komunikasi ini, Diskominfo hadir sebagai jembatan antara pemerintah dan rakyat, membentuk pola hubungan yang lebih partisipatif dan demokratis dalam tata kelola pemerintahan daerah. (Nuzuli et al., 2023)

4. Komunikasi

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Banyumas dirancang dengan pendekatan segmentatif, yakni membagi audiens berdasarkan kategori sosial, usia, kebutuhan informasi, dan akses terhadap teknologi. Target komunikasi dari strategi ini mencakup seluruh lapisan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, aparatur sipil negara, pelaku UMKM, hingga masyarakat umum di wilayah perkotaan dan pedesaan. Segmentasi ini dilakukan agar setiap pesan komunikasi dapat disesuaikan secara tepat guna, relevan, dan efektif sesuai karakteristik kelompok sasaran. (Nurdiansyah et al., 2024)

Untuk kalangan pelajar dan mahasiswa, yang termasuk dalam kategori digital native, Diskominfo menyelenggarakan berbagai program literasi digital dengan pendekatan edukatif dan interaktif. Program ini meliputi pelatihan penggunaan media sosial secara bijak, kampanye melawan hoaks, dan pembuatan konten positif. Kerja sama dilakukan dengan sekolah, kampus, dan komunitas pelajar di wilayah Banyumas. Misalnya, Diskominfo mengadakan roadshow ke SMA dan universitas dalam bentuk seminar, workshop, atau lomba video kampanye digital yang menarik minat generasi muda.

Generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial menjadi kelompok strategis dalam komunikasi digital. Mereka tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berpotensi menjadi penyebar informasi ke lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, pendekatan kepada pelajar dan mahasiswa dilakukan secara kreatif dengan memanfaatkan media seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Diskominfo juga menggelar pelatihan content creator untuk mendorong siswa dan mahasiswa menjadi duta literasi digital yang mampu menyampaikan pesan positif secara viral dan bermakna. (Islami et al., 2024)

Untuk masyarakat umum, terutama kelompok usia lanjut atau masyarakat pedesaan, pendekatan komunikasi lebih mengedepankan unsur edukatif dan personal. Diskominfo memanfaatkan media yang lebih akrab dengan kelompok ini, seperti radio komunitas, surat kabar lokal, serta siaran televisi daerah. Selain itu, informasi penting juga disampaikan melalui baliho, spanduk di fasilitas publik, serta melalui pengajian atau pertemuan warga. Dalam beberapa kasus, penyuluhan langsung di balai desa atau saat kegiatan pasar murah menjadi sarana efektif untuk menjangkau masyarakat yang belum akrab dengan media digital.

Pendekatan langsung ini memberikan ruang dialog yang lebih intim antara pemerintah dan warga. Misalnya, dalam kegiatan sosialisasi program keamanan data pribadi di desa, Diskominfo menggunakan bahasa lokal dan penyampaian naratif agar

mudah dipahami. Kegiatan ini tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga membuka ruang bagi warga untuk menyampaikan aspirasi dan pertanyaan secara langsung. Pendekatan humanis semacam ini memperkuat ikatan emosional antara pemerintah dan masyarakat akar rumput.(Nailufar et al., 2023)

Selain masyarakat umum, aparatur pemerintah daerah juga menjadi target komunikasi yang sangat penting. Diskominfo menyadari bahwa keberhasilan komunikasi publik tidak hanya bergantung pada satu instansi, tetapi juga pada keterlibatan seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Oleh karena itu, Diskominfo memberikan pelatihan internal kepada ASN dan staf dinas lainnya tentang pengelolaan media sosial, teknik penyusunan siaran pers, hingga mitigasi isu publik. Tujuannya agar setiap OPD mampu mengelola komunikasinya sendiri secara profesional, namun tetap selaras dengan narasi besar pemerintah daerah.

Pelatihan bagi ASN juga mencakup bagaimana menghadapi krisis informasi, seperti ketika terjadi hoaks yang menysar program pemerintah. Dengan membekali mereka dengan keterampilan komunikasi krisis, diharapkan setiap instansi dapat bersikap proaktif dalam menjawab keresahan publik, bukan hanya menunggu arahan dari pusat. Hal ini mendorong terwujudnya ekosistem komunikasi pemerintahan yang kolaboratif, sigap, dan adaptif terhadap dinamika informasi di ruang publik.

Segmentasi komunikasi yang dilakukan Diskominfo tidak hanya menjangkau audiens dalam jumlah besar, tetapi juga membentuk pola komunikasi yang tepat sasaran. Setiap kelompok masyarakat diberikan pendekatan sesuai karakteristiknya: muda dengan interaksi digital, dewasa dengan narasi informatif, dan ASN dengan pelatihan profesional. Strategi ini terbukti meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, meminimalkan kesenjangan pemahaman, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap pemerintah.(Maulana et al., 2021)

Dengan segmentasi yang matang dan pendekatan komunikasi yang adaptif, Diskominfo Banyumas berhasil membangun relasi sosial yang erat antara pemerintah daerah dan warganya. Masyarakat tidak hanya menjadi objek dari pesan komunikasi, tetapi juga subjek yang aktif, kritis, dan terlibat dalam proses pembangunan. Keberhasilan ini menjadikan Diskominfo sebagai pionir dalam pengelolaan komunikasi publik yang modern, responsif, dan inklusif di tingkat daerah.

5. Efek

Strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Diskominfo Banyumas terbukti membawa dampak signifikan terhadap perbaikan kualitas komunikasi publik di wilayah tersebut. Salah satu indikator utamanya adalah meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilah, memahami, dan menyaring informasi yang mereka terima dari berbagai platform digital. Hal ini tercermin dari banyaknya laporan masyarakat mengenai konten hoaks yang disampaikan melalui kanal resmi pemerintah, serta antusiasme mereka dalam menyebarkan ulang konten edukatif yang diproduksi oleh

akun-akun resmi Diskominfo. Masyarakat tidak lagi menjadi konsumen pasif, tetapi mulai berperan aktif sebagai penjaga kualitas informasi. (Latipah & Nawawi, 2023)

Efek lain yang mencolok adalah tumbuhnya interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Melalui media sosial, warga kini dapat dengan mudah menyampaikan masukan, kritik, maupun pertanyaan secara langsung kepada institusi pemerintah. Diskominfo merespons hal ini dengan cepat dan terbuka, menciptakan ekosistem komunikasi yang bersifat partisipatif. Pendekatan ini mendorong terjadinya dialog publik yang sehat dan memperkuat peran warga sebagai mitra aktif dalam pembangunan daerah. Pemerintah tidak lagi diposisikan sebagai otoritas tunggal, melainkan sebagai fasilitator komunikasi yang adaptif dan inklusif. (Widyadana et al., 2025)

Strategi ini juga menghasilkan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas literasi digital masyarakat. Berdasarkan data yang dihimpun Diskominfo, terjadi peningkatan jumlah peserta dalam berbagai program pelatihan literasi digital dari tahun ke tahun. Pelatihan ini mencakup berbagai tema penting seperti keamanan siber, perlindungan data pribadi, serta etika bermedia sosial. Peningkatan ini menandakan tumbuhnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjadi pengguna internet yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab.

Salah satu keberhasilan program literasi digital adalah munculnya duta-duta digital dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan komunitas pemuda yang secara aktif menyuarakan pesan-pesan edukatif melalui media sosial. Mereka menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam menyebarkan informasi positif, melawan hoaks, dan menciptakan budaya digital yang sehat. Kolaborasi antara Diskominfo dengan komunitas ini memperluas dampak komunikasi hingga ke akar rumput, sekaligus menciptakan jaringan edukasi digital yang berkelanjutan. (Yaqin et al., 2025)

Peningkatan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu digital juga turut mengurangi potensi konflik sosial yang muncul akibat penyebaran disinformasi. Ketika warga lebih selektif dalam menerima informasi, mereka menjadi lebih rasional dalam merespons isu publik. Hal ini memperkuat stabilitas sosial dan menciptakan lingkungan komunikasi yang kondusif. Strategi ini menjadi bentuk nyata bagaimana komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai mekanisme stabilisasi sosial dan politik lokal.

Di sisi lain, keberhasilan komunikasi publik juga menciptakan dampak positif terhadap citra pemerintah daerah. Diskominfo Banyumas mampu membangun kesan bahwa pemerintah daerah bersifat terbuka, tanggap, dan siap berdialog dengan masyarakat. Citra ini menjadi aset penting dalam memperkuat kepercayaan publik, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap efektivitas penyelenggaraan layanan publik dan keberhasilan program-program pembangunan. Pemerintah yang komunikatif akan lebih mudah meraih dukungan masyarakat dalam setiap kebijakan yang diambil. (Rohman, 2025)

Transformasi komunikasi publik yang dilakukan Diskominfo Banyumas juga mendukung pencapaian tata kelola pemerintahan yang berbasis transparansi dan akuntabilitas. Dengan adanya keterbukaan informasi dan keterlibatan publik yang luas, masyarakat dapat berperan sebagai pengawas kebijakan yang konstruktif. Hal ini menciptakan mekanisme kontrol sosial yang sehat dan memperkuat demokrasi di tingkat lokal. Dalam jangka panjang, ini akan memperkuat legitimasi pemerintah di mata publik.(Ardianto & Wibisono, 2023)

Lebih jauh, dampak dari strategi ini tidak hanya terbatas pada aspek komunikasi atau pelayanan informasi semata, tetapi juga menciptakan fondasi budaya digital yang kuat. Masyarakat mulai terbiasa berdiskusi secara terbuka di ruang digital, menyampaikan aspirasi, serta membentuk opini publik berbasis data dan fakta. Budaya ini penting sebagai bekal masyarakat Banyumas dalam menghadapi tantangan globalisasi dan transformasi digital nasional.

Dengan semua capaian tersebut, strategi komunikasi digital Diskominfo Banyumas telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi digital, partisipasi publik, dan pembentukan masyarakat yang lebih kritis, cerdas, dan inklusif. Strategi ini selaras dengan visi pemerintah daerah untuk menciptakan tata kelola yang modern dan partisipatif. Melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, Diskominfo tidak hanya membangun hubungan antara pemerintah dan rakyat, tetapi juga membentuk masyarakat digital yang tangguh dan berdaya saing di era informasi.(Riyanta, 2023)

KESIMPULAN

Pemanfaatan platform digital oleh Diskominfo Banyumas menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis dan berbasis model Lasswell mampu menjawab tantangan komunikasi publik di era new media. Dengan menyesuaikan isi pesan, memilih komunikator yang tepat, memanfaatkan berbagai media digital, dan menyasar komunikan yang beragam, Diskominfo berhasil menciptakan komunikasi yang lebih efektif, responsif, dan partisipatif. Dampak positifnya terlihat dari meningkatnya literasi digital masyarakat, kepercayaan publik terhadap pemerintah, serta keterlibatan warga dalam berbagai isu pemerintahan melalui media sosial dan kanal digital lainnya.

Strategi ini juga memperlihatkan bagaimana komunikasi publik tidak hanya sekadar penyampaian informasi satu arah, tetapi menjadi alat penting untuk membangun relasi sosial antara pemerintah dan masyarakat. Keberhasilan Diskominfo Banyumas dalam mengelola komunikasi digital dapat menjadi model praktik baik bagi pemerintah daerah lain yang ingin membangun komunikasi transparan dan inklusif. Untuk itu, penguatan kolaborasi dengan komunitas digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta evaluasi berkala terhadap efektivitas media yang digunakan menjadi langkah lanjutan yang disarankan demi tercapainya tata kelola informasi publik

yang lebih baik dan berkelanjutan. dalam menyampaikan pesan pemerintahan kepada publik secara cepat dan luas. Strategi komunikasi berbasis model Lasswell terbukti mampu mengakomodasi kebutuhan informasi masyarakat di era new media.

REFERENSI

- Al-Nur, W. R. (n.d.). Kajian Isu-Isu Pendidikan Kontemporer. In *books.google.com*.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=rYtpEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pemanfaatan+platform+digital+oleh+diskominfo+banyumas+strategi+pemerintah+kabupaten+dalam+menghadapi+era+new+media&ots=T_YUuENJN&sig=tmD4HHD4bTndHGvjvr5PFK5ObE4
- Ardianto, R., & Wibisono, S. K. (2023). Transformasi Menuju Keseimbangan Informasi melalui Pemahaman Internet Sehat dan Aman (INSAN) Pada Majelis Ta'lim Jamie Al-Munawwaroh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*
<https://ejournal.uhb.ac.id/index.php/PIMAS/article/view/1301>
- Azizah, S., Pt, S., Sos, M., & Commun, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. ...
Masyarakat Berbasis Digital.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=KHBeEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA54&dq=pemanfaatan+platform+digital+oleh+diskominfo+banyumas+strategi+pemerintah+kabupaten+dalam+menghadapi+era+new+media&ots=2x6tu9EVdc&sig=JABdYF4p49u3wHQkON80rsfew3c>
- Badri, M. (2022). Pribumi digital moderat: Profil kecakapan komunikasi digital generasi z. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 291–303.
- Cahyani, A. A. F. (2022). Problematika Dalam Penegakan Hukum Dan Penanggulangan Peredaran Obat Ilegal Melalui E-Commerce Oleh BBPOM Semarang, Fakultas Syariah dan In *Universitas Islam Negeri Walisongo*
[https://eprints.walisongo.ac.id/19391/1/1902056042_Adinda agis FC_Full Skripsi - adinda agis.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/19391/1/1902056042_Adinda%20agis%20FC_Full%20Skripsi%20-%20adinda%20agis.pdf)
- Diasicha, A. A., & Khotimah, N. (2025). Strategi dan Optimalisasi Instagram sebagai Media Layanan Informasi Publik oleh PPID Kota Semarang. *Jurnal Indonesia: Manajemen*
<http://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/view/1368>
- Hasibuan, A., Sutrisno, N., & Nasution, S. P. (2024). SMART Manufacturing System: Sebuah Solusi Teknologi Manufaktur Proses Menuju Industri 4.0. *JOURNAL OF INDUSTRIAL*
<https://ojs.uma.ac.id/index.php/jime/article/view/11693>
- Islami, F., Rachmah, A. N., & ... (2024). Peran Media Tradisional dan Media Modern dalam Diseminasi Informasi Bencana di Indonesia. *Media Komunikasi*
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/MKFIS/article/view/84153>

- Latipah, H., & Nawawi, N. (2023). Perilaku Intoleransi Beragama Dan Budaya Media Sosial: Tinjauan Bimbingan Literasi Media Digital Di Masyarakat. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan*
<https://jurnal.pabki.org/index.php/alisyraq/article/view/336>
- Lazwardi, D., & Kurinawan, M. A. (2025). Transformasi Digital Dalam Manajemen Pendidikan: Meningkatkan Efisiensi dan Aksesibilitas. *Al-Idarah: Jurnal*
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh/article/view/24672>
- Mashis, B. M., Aksa, A. H., Muayyanah, A., & Satriya, M. K. (2023). Komunikasi digital dan perubahan sosial masyarakat pedesaan. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(2), 283–312.
- Maulana, G. K., Widyastuti, N. W., & Witantira, A. P. (2021). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Program Kampung Marketer Untuk Mengembangkan SDM Digital Marcom Di Purbalingga*. eprints.untirta.ac.id. <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/1543>
- Mubarok, R. S. (2024). *Pelaksanaan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk gethuk gunung lawu*. etheses.iainponorogo.ac.id. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/27569/1/ETHESES - 401200111 RIZA SYAHRUL MUBAROK.pdf>
- Nailufar, F. D., IP, S., & IP, M. (2023). SP4N-LAPOR!: Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Terpadu Menyongsong New Public Value. In ... *di Era Digital: Isu-Isu Kontemporer* repository.upnjatim.ac.id. [https://repository.upnjatim.ac.id/24751/1/Governance di Era Digital 2 ed.pdf#page=143](https://repository.upnjatim.ac.id/24751/1/Governance%20di%20Era%20Digital%202.pdf#page=143)
- Nurdiansyah, D., Maharani, S., & ... (2024). Penguatan Brand Awareness Melalui Good Visual E-Katalog Marketplace Pada Pelaku Umkm di Desa Tamansari Bogor. *Jurnal Informasi* <https://ejournal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/view/1175>
- Nuzuli, A. K., Roviana, L., Maharani, T., Lovita, G. P., & Wirya, S. (2023). Analisis Perilaku Konsumsi Siaran TV Digital di Kecamatan Pondok Tinggi Kota Sungai Penuh. In *Jurnal Representamen Vol.*
- Prasetya, A. E., Lutfiah, R. M., Nugroho, S., Zulfa, N. I., & ... (2025). *Penyiaran Publik di Era Digital: Etika, Praktik, dan Profesionalisme*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=BLhnEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pemanfaatan+platform+digital+oleh+diskominfo+banyumas+strategi+pemerintah+kabupaten+dalam+menghadapi+era+new+media&ots=5_0zSUNQkk&sig=aIYxR0JnnzA2_m5vQf45YufFrUs
- Riyanta, S. (2023). Analisis Korelasi antara Konten Radikal di Media Sosial dan Aksi Teror Lone Wolf di Indonesia. *Jurnal Keamanan Nasional*.
<https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/kamnas/article/view/1000>
- Rohman, M. M. (2025). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Ittishal (Jurnal Komunikasi dan Media) Vol. 2, No. 2, 2025 | 15*

*Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah di UIN KH
Abdurrahman Wahid etheses.uingusdur.ac.id.
http://etheses.uingusdur.ac.id/id/eprint/12582*

- Saefunnisa, M. (2021). Aktivitas Pengelolaan Layanan Publik Berbasis Website Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Banyumas. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 105–122.
- Widyadana, K. A., Farisi, H., & Safitri, A. (2025). Transformasi Digital UMKM Banyumas: Identifikasi Hambatan dan Rekomendasi Solusi. *Jurnal Intelek Dan* <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/4168>
- Winarno, A., Nugroho, L. E., & Widyawan, W. (2014). PENGELOLAAN INFORMASI DALAM FRAMEWORK E-PARTICIPATION DI KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT DESA KEBASEN, BANYUMAS. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 2(1), 3.
- Yaqin, M. A., Ijet, M. I. M. atau, Fachreza, R., Istiqomah, F. P., & ... (2025). *Scale Up Your Brand: Panduan Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Brand melalui Visual, AI, dan Strategi Digital*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=jgtYEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pemanfaatan+platform+digital+oleh+diskominfo+banyumas+strategi+pemerintah+kabupaten+dalam+menghadapi+era+new+media&ots=vJHC0iVzAS&sig=fbSuwfpPJXhXtvBfgSG-IRMs67w>
- Yuniarto, T. (2019). Masa Depan Jaringan 5G dan Perilaku Komunikasi Digital. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(01), 1–7.