KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)
Vol.5, No.1 Februari 2027
e-ISSN: 3025-5465, p-ISSN : 3025-7964, Hal 206-219
DOI : https://doi.org/10.61722/jipm.v5i1.3388

Adaptasi Pesan dan Segmentasi Khalayak: Analisis Pengelolaan Informasi Pemerintah pada Website, Facebook, dan Instagram Diskominfotik NTB

Ni Wayan Eka Setia Wati, I Wayan Sutama
[1-2] Ilmu Komunikasi Hindu, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram
*Penulis Korespondensi: ekasetiawati@gmail.com

Abstract. *Public information management in the digital era requires government agencies to disseminate policies transparently and effectively. This study analyzes how the Public Relations division of the West Nusa Tenggara (NTB) Communication, Informatics, and Statistics Agency (Diskominfotik) adapts its message packaging incorporating diverse narratives, linguistic styles, and visuals and maps its audience segments across its website, Facebook, and Instagram channels. Employing a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews with media managers and observations of digital content across these platforms. The findings reveal that the NTB Diskominfotik Public Relations team strategically transforms rigid bureaucratic releases into content tailored to specific audience characteristics: the website serves as a comprehensive repository for formal news; Facebook utilizes popular narratives, photo albums, and direct links to engage the general public; and Instagram is adapted into interactive visual carousels with trending hashtags to target the younger generation. These social media channels function as a strategic funnel, directing users toward official data and information on the agency's website. The study underscores the importance of audience segmentation and varied visual formats in communicating regional development initiatives, ensuring that messages are effectively received by diverse segments of society.*
Keywords: *Message adaptation, conversion funnel, photo gallery, audience segmentation, visual carousel*

Abstrak. Pengelolaan informasi publik di era digital menuntut instansi pemerintah untuk mampu menyebarkan kebijakan secara transparan dan tepat sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk adaptasi pengemasan pesan yang mencakup variasi narasi, gaya bahasa, dan visual serta pola pemetaan segmentasi khalayak yang diterapkan oleh Humas Diskominfotik NTB pada saluran Website, Facebook, dan Instagram. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam bersama pengelola media serta observasi dokumen digital lintas platform. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa Humas Diskominfotik NTB secara terencana mengolah rilis birokrasi yang kaku menjadi konten yang selaras dengan karakter khalayak; di mana situs web difungsikan sebagai repositori berita formal komprehensif, Facebook dikemas melalui narasi populer berpadu galeri album foto dokumentatif dan tautan langsung untuk menjangkau masyarakat umum, sementara Instagram ditransformasikan ke dalam bentuk visual carousel interaktif berpadu tagar kekinian guna menyasar generasi muda. Integrasi kedua saluran media sosial ini bekerja sebagai pancingan strategis (funneling) yang mengarahkan pembaca menuju rujukan data resmi di website instansi. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya pemetaan segmentasi dan variasi format visual dalam menyampaikan pesan pembangunan daerah agar dapat diterima secara efektif oleh berbagai lapisan masyarakat.
Kata kunci: Adaptasi pesan, corong konversi, galeri foto, segmentasi khalayak, visual carousel

1. LATAR BELAKANG

Dinamika komunikasi publik di era serba digital dewasa ini telah menggeser secara signifikan cara masyarakat dalam memperoleh dan memproses informasi dari instansi birokrasi. Kehadiran media siber dan saluran jejaring sosial membuat penyebaran informasi kebijakan daerah tidak lagi bersifat kaku atau satu arah. Instansi pemerintah kini dituntut untuk senantiasa adaptif memanfaatkan kanal-kanal komunikasi baru agar keterbukaan informasi publik dapat terwujud secara transparan, akuntabel, dan efisien.

Naskah Masuk: 01 November 2026; Revisi: 02 November 2026; Diterima: 03 November2026; Terbit: 23 November 2026

Perubahan saluran komunikasi ini menegaskan peran krusial media digital sebagai sarana penghubung antara pemerintah dan elemen masyarakat (Wulansari Tri et al., 2023).

Dalam praktiknya, menyampaikan pesan birokrasi yang memuat istilah regulasi formal bukanlah perkara yang mudah. Teks berita birokrasi sering kali terasa terlampau teknis dan kaku apabila disampaikan langsung kepada publik awam tanpa adanya pengolahan narasi. Oleh sebab itu, fungsi kehumasan pemerintah memegang peran sentral sebagai perancang pesan yang mengolah informasi kebijakan menjadi konsumsi publik yang komunikatif serta relevan. Keberhasilan komunikasi instansi sangat bergantung pada bagaimana pesan disajikan serta disesuaikan dengan saluran dan preferensi penerimanya (Nurman Raisyah et al., 2024).

Fenomena menarik kemudian muncul seiring berkembangnya beragam jenis saluran digital yang memiliki karakteristik media serta basis pengguna yang berbeda-beda. Khalayak tidak lagi terkonsentrasi pada satu saluran saja, melainkan terbagi ke dalam berbagai kanal seperti situs resmi instansi, Facebook, dan Instagram. Kondisi ini melahirkan kebutuhan mendesak bagi lembaga publik untuk mengelola informasi secara lintas platform. Namun demikian, hambatan yang sering muncul di lapangan adalah bagaimana satu tema informasi birokrasi yang seragam harus disajikan pada platform-platform digital yang karakter audiensnya tidak homogen (Azizy et al., 2023).

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (Diskominfotik NTB) merupakan salah satu contoh instansi pemerintah daerah yang memanfaatkan secara aktif beragam saluran digital untuk menyebarkan informasi publik. Melalui Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Diskominfotik NTB mengelola tiga kanal utama publikasi digital, yakni situs Website resmi, akun Facebook, dan akun Instagram. Ketiga saluran digital tersebut dimanfaatkan secara simultan untuk menyebarluaskan berbagai kebijakan daerah, kegiatan pimpinan, hingga program pembangunan kepada masyarakat.

Meski informasi yang bersumber dari instansi pada dasarnya bertema sama, tantangan nyata di lapangan terletak pada proses penyesuaian bentuk konten dan penentuan sasaran pembaca. Situs resmi Website diposisikan sebagai rujukan berita formal dan arsip dokumen publik yang diperuntukkan bagi jurnalis maupun akademisi. Sementara itu, akun Facebook cenderung menyasar masyarakat umum dan kelompok usia dewasa dengan narasi ringkas disertai dokumentasi foto. Di sisi lain, platform Instagram diproyeksikan untuk menjangkau generasi muda yang lebih tertarik pada sajian estetika visual, infografis, serta gaya bahasa yang lebih kasual (Prayogi & Prawijaya, 2022).

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa penyesuaian konten pada masing-masing media digital tersebut merupakan bagian dari proses adaptasi pesan yang disesuaikan dengan karakteristik segmentasi khalayak. Tim pengelola komunikasi pemerintah harus merancang bentuk narasi dan elemen visual sedemikian rupa agar konten birokrasi tetap kredibel saat dimuat di Website, namun tetap tampil menarik dan ramah pengguna ketika disajikan di Instagram atau Facebook. Keberhasilan mengolah ulang pesan birokrasi menjadi kunci utama efektivitas komunikasi publik daerah (Zuhra & Sartika, 2025).

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Sudiartawan et al. (2025) yang menjelaskaan mengenai Humas Diskominfotik NTB telah memetakan strategi kehumasan secara umum menggunakan teori agenda setting, yang mencakup pembagian tim kerja hingga penanganan klarifikasi isu. Kendati demikian, kajian tersebut belum mengulas secara spesifik dan komparatif mengenai mekanisme adaptasi pengemasan pesan serta pemetaan khalayak sasaran pada saluran Website, Facebook, dan Instagram secara bersamaan untuk satu isu yang sama. Adanya celah penelitian (research gap) ini menegaskan pentingnya

analisis mendalam mengenai adaptasi pesan dan segmentasi khalayak lintas platform digital di Diskominfotik NTB.

Untuk menjawab celah penelitian tersebut, studi kualitatif deskriptif ini menggunakan kerangka konseptual yang memadukan Message Design Theory (Teori Pengemasan Pesan) sebagai teori utama dan Media Convergence Theory (Teori Konvergensi Media) sebagai teori pendukung. Teori Pengemasan Pesan digunakan untuk membedah transformasi struktur narasi, gaya bahasa, dan visualisasi pesan di setiap platform, sedangkan Teori Konvergensi Media dipakai untuk menganalisis bagaimana pengolahan informasi satu tema dilakukan secara terintegrasi lintas saluran oleh instansi pemerintah (A. R. Putri et al., 2025)

Sejalan dengan pemaparan fenomena di atas, rumusan masalah dan tujuan penelitian ini difokuskan untuk menganalisis bagaimana bentuk adaptasi pengemasan pesan (variasi narasi, gaya bahasa, dan visual) serta pola pemetaan segmentasi khalayak yang diterapkan oleh Humas Diskominfotik NTB pada saluran Website, Facebook, dan Instagram agar informasi birokrasi dapat disampaikan secara tepat sasaran. Hasil dari studi kualitatif ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis pada kajian pengemasan pesan publik serta sumbangan praktis berupa rekomendasi panduan operasional bagi humas pemerintah daerah dalam mengelola informasi digital secara adaptif dan komunikatif (Kharismawan & Siregar, 2026).

2. KAJIAN TEORITIS

Pengemasan pesan dalam konteks komunikasi organisasi dan birokrasi merupakan elemen esensial yang menentukan keterbacaan serta penerimaan pesan oleh khalayak. Teori Pengemasan Pesan (Message Design Theory) menekankan bahwa pesan tidak sekadar disusun atas susunan kata, melainkan dirancang melalui struktur narasi, gaya bahasa, dan penguat visual yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Dalam ruang komunikasi publik, materi kebijakan yang bersifat kaku dan sarat istilah birokrasi memerlukan transformasi penyampaian agar mampu memicu ketertarikan publik tanpa mengorbankan esensi informasi pemerintah (N. E. Putri & Mutiah, 2022). Through kacamata pengemasan pesan, praktisi humas bertindak sebagai perancang utama yang memformulasikan pesan ke dalam beberapa variasi pengemasan. Variasi tersebut mencakup penyusunan narasi formal untuk media berbasis dokumentasi resmi, narasi semi-formal yang dilengkapi penekanan poin-poin utama, hingga pengemasan kreatif berbasis visual infografis dan nada penyampaian yang santai. Keberhasilan pengemasan ini bergantung pada kepekaan pengelola dalam menilai tingkat kompleksitas informasi dan tingkat pemahaman khalayak sasaran (Nugraha et al., 2022).

Pengelolaan informasi pemerintah modern saat ini tidak lagi berlangsung secara terpisah melainkan saling terintegrasi lintas platform digital. Teori Konvergensi Media (Media Convergence Theory) menjelaskan bagaimana saluran komunikasi digital yang beragam difungsikan secara bersamaan untuk menyebarkan informasi satu tema. Konvergensi media dalam instansi publik bukan sekadar memindahkan konten dari satu saluran ke saluran lain, melainkan mengatur aliran informasi agar setiap saluran digital saling melengkapi dan memperkuat jangkauan pesan ke berbagai lapisan khalayak (Anarkhi & Muntaha, 2025). Integrasi saluran ini menuntut fleksibilitas organisasi humas dalam mengelola alur kerja publikasi. Satu tema kebijakan birokrasi dapat didistribusikan secara simultan melalui Website resmi sebagai basis data dan rilis pers, Facebook sebagai sarana diskusi dan penyebaran narasi ringkas bagi publik dewasa, serta Instagram sebagai

etalase visual bagi audiens muda. Konvergensi ini memungkinkan penyebaran informasi terjadi secara efektif tanpa membuat pesan terasa repetitif atau tidak relevan (Yodiansyah et al., 2025).

Konsep segmentasi khalayak digital turut menjadi landasan penting dalam proses ini, yaitu sebagai alur pengelompokan populasi penerima pesan berdasarkan karakteristik demografis, perilaku konsumsi media, dan preferensi penerimaan informasi. Penentuan target pembaca yang akurat membantu tim humas menyesuaikan kedalaman materi dan nada penyampaian pesan agar informasi birokrasi dapat diterima secara optimal oleh kelompok sasaran masing-masing (Asmarani & Arifin, 2026). Pengelolaan saluran digital di tingkat instansi pemerintah menuntut pemetaan audiens yang tajam. Khalayak yang mengakses Website umumnya membutuhkan informasi resmi dan komprehensif, sementara pengguna jejaring sosial seperti Facebook dan Instagram lebih menyukai informasi yang praktis, visual, serta interaktif. Pemahaman mengenai perbedaan segmen ini menjadi dasar pertimbangan bagi humas dalam mengadaptasi gaya komunikasi di masing-masing platform (Bamasputri et al., 2025).

Kajian mengenai pengelolaan komunikasi digital instansi pemerintah juga telah banyak diulas oleh para peneliti sebelumnya sebagai acuan dan landasan studi ini. Penelitian yang dilakukan oleh Arwani & Krypton (2025) meninjau bagaimana kehumasan pemerintah merancang alur kerja pengelolaan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan publik. Selain itu, penelitian Wumbu at al. (2025) menunjukkan pentingnya pengemasan ulang pesan birokrasi agar dapat diterima oleh generasi muda di platform digital. Posisi penelitian ini memperkuat dan mengisi celah dari kajian-kajian sebelumnya. Jika penelitian terdahulu lebih banyak meneliti pengelolaan media secara umum atau fokus pada satu saluran tertentu, penelitian ini secara spesifik membedah mekanisme adaptasi pesan dan pemetaan segmentasi khalayak secara komparatif pada tiga platform sekaligus (Website, Facebook, dan Instagram) di Diskominfotik NTB untuk tema informasi yang sama.

Berdasarkan keterkaitan antara kerangka teoretis dan fenomena di lapangan, penelitian ini mendasarkan diri pada asumsi implisit bahwa Humas Diskominfotik NTB tidak menyebarkan informasi secara seragam di seluruh saluran digitalnya. Diduga kuat bahwa pengelola di Bidang IKP melakukan penyesuaian bentuk narasi, gaya bahasa, dan elemen visual secara disengaja pada Website, Facebook, dan Instagram karena adanya perbedaan karakteristik target audiens di masing-masing platform. Asumsi teoretis ini memproyeksikan bahwa semakin tinggi tingkat kepekaan tim pengelola dalam mengadaptasi pesan birokrasi dan memetakan segmen khalayak digital, maka semakin efektif penyampaian informasi publik yang dilakukan. Alur pemikiran ini menjadi acuan utama dalam membedah data hasil wawancara dan dokumentasi konten selama proses penelitian kualitatif berlangsung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk membongkar secara mendalam bagaimana proses adaptasi pesan birokrasi dan pemetaan segmentasi khalayak dilakukan oleh praktisi kehumasan. Desain deskriptif kualitatif dipilih agar mampu menyajikan gambaran yang utuh dan alamiah mengenai fenomena pengelolaan informasi publik tanpa adanya intervensi atau manipulasi variabel di lapangan. Peneliti memosisikan diri sebagai instrumen kunci yang berinteraksi langsung

dengan subjek serta objek penelitian di lingkungan kerja Diskominfotik Provinsi Nusa Tenggara Barat (Kusumastuti et al., 2026).

Penentuan subjek dan objek penelitian menerapkan teknik pemilihan sampel bertujuan (purposive sampling) dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung serta kapasitas informasi yang dimiliki. Subjek penelitian berfokus pada dua pengelola utama media digital di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Diskominfotik NTB yang sehari-hari memegang kendali operasional atas publikasi di Website, Facebook, dan Instagram. Sementara itu, objek penelitian ini berupa materi unggahan digital bertema sama yang dipublikasikan secara simultan pada ketiga platform tersebut untuk melihat variasi pengemasan pesannya (Takona, 2024)

Teknik pengumpulan data lapangan menggabungkan tiga tahapan utama yang mencakup wawancara mendalam, observasi dokumen digital, serta studi dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan bersama kedua pengelola media untuk menggali rasionalitas alur kerja, pertimbangan pemilihan gaya bahasa, serta strategi pemetaan khalayak di balik layar. Instrumen pendukung berupa pedoman wawancara fleksibel dan catatan lapangan dipergunakan agar penggalian data primer berjalan mengalir namun tetap terarah pada fokus penelitian (Kriyantono, 2022) .

Uji keabsahan dan keterpercayaan data pada riset kualitatif ini mengacu pada teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik sebagaimana dirumuskan dalam standar metodologi kualitatif. Evaluasi keabsahan dilakukan dengan mengecek kesesuaian antara keterangan verbal narasumber kunci dan bukti dokumentasi fisik berupa tampilan visual maupun narasi unggahan di media sosial. Pengujian reliabilitas instrumen dicapai melalui ketelitian perancangan kisi-kisi pertanyaan wawancara serta konsistensi dalam proses koding data lapangan (Mustofa, 2025).

Analisis data menerapkan model analisis interaktif kualitatif yang mengintegrasikan alur reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses reduksi data diawali dengan menyeleksi dan mengkategorikan transkrip wawancara serta sampel konten berdasarkan dimensi pengemasan pesan dan tipe segmentasi khalayak. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang saling terhubung untuk mempermudah pemahaman pola komunikasi, sebelum akhirnya ditarik kesimpulan akhir yang sahih guna menjawab rumusan masalah (Mirza et al., 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi, Rentang Waktu, dan Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (Diskominfotik NTB), dengan fokus khusus pada aktivitas pengelolaan media publikasi di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP).

Pelaksanaan pengumpulan data di lapangan berlangsung secara intensif pada rentang waktu akhir Oktober hingga awal November 2026. Tahapan ini menggabungkan pengamatan dokumen digital lintas platform dengan menelusuri arsip dan rekam jejak publikasi digital sepanjang bulan September 2026, serta pelaksanaan wawancara mendalam bersama dua pengelola utama media digital instansi yang memegang kendali penuh atas alur produksi hingga diseminasi informasi publik.

Studi dokumen digital dilakukan secara cermat terhadap sembilan sampel unggahan publikasi yang mencakup tiga domain tema utama komunikasi pemerintahan, yaitu kebijakan anggaran daerah (Perubahan APBD 2026), program pembangunan fisik-kebudayaan (Rekonstruksi Sade), serta sektor pelayanan edukasi publik (Ruang Aman Sekolah). Masing-masing tema tersebut diamati secara simultan pada tiga platform digital yang dikelola instansi, yakni situs Website resmi (ntbprov.go.id), halaman Facebook Pemprov NTB, dan akun Instagram (@humas_ntb).

Pembuktian fisik berupa perbedaan teks narasi, gaya bahasa, hingga pemilihan format visual dari sampel-sampel tersebut kemudian ditriangulasikan dengan keterangan verbal dari transkrip wawancara guna memperoleh pemahaman holistik mengenai mekanisme adaptasi pesan, segmentasi khalayak, serta strategi corong konversi (funneling) yang mengintegrasikan media sosial sebagai pancingan menuju repositori data utama di website instansi.

4.2 Adaptasi Pengemasan Pesan pada Website, Facebook, dan Instagram

Hasil pencermatan dokumen digital memperlihatkan bahwa Diskominfotik NTB menerapkan variasi pengemasan pesan (repackaging) yang amat kontras pada isu berita yang seragam. Penyesuaian bentuk konten ini bukan sekadar pemindahan format secara mentah, melainkan hasil pengolahan narasi birokrasi kaku menjadi bentuk penyampaian yang selaras dengan karakter khas pengguna tiap platform digital. Ringkasan temuan pola adaptasi pengemasan pesan lintas saluran tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks Perbandingan Adaptasi Pengemasan Pesan dan Visual Lintas Platform *(Sumber: Hasil Olah Data Penelitian)*

Tema Informasi	Website (ntbprov.go.id)	Facebook (Pemprov NTB)	Instagram (Humas NTB)
Kebijakan Daerah (Perubahan APBD 2026)	Rilis berita jurnalistik formal (piramida terbalik), lengkap dengan rincian angka fiskal (Rp5,68 T & Rp6,52 T), mekanisme SiLPA, serta kutipan langsung pimpinan.	Narasi semi-formal ringkas dengan penekanan 3 poin prioritas anggaran (kemiskinan, pangan, wisata) serta galeri foto dokumentasi rapat paripurna.	Desain carousel visual 3 slide (Cover agenda, Infografis makro fiskal Rp5,68 T, dan Pilar Prioritas Kebijakan).
Pembangunan (Rekonstruksi Sade)	Laporan kronologis mendalam (5W+1H), memuat data spesifik kerusakan fisik 75 rumah adat, 69 artshop, serta kutipan utuh Gubernur, Bupati, dan Koordinator Adat.	Narasi humanis populer yang menyentuh aspek emosional keberlanjutan tradisi Sasak, dilengkapi galeri foto prosesi ritual Nyemulak di lokasi.	Desain carousel visual 3 slide (Cover tradisi Nyemulak, Infografis rincian 75 rumah adat & momentum Maulid, serta pesan filosofis Gubernur Miq Iqbal).
Pendidikan (Ruang Aman Sekolah	Berita komprehensif memuat rincian statistik warga sekolah (1.476 siswa, 79 guru)	Narasi persuasif pencegahan bullying & nikah anak, pembagian	Desain carousel visual 3 slide (Cover dialog SMAN 1 Terara, Infografis

	serta daftar lengkap jajaran pejabat dinas pendamping sosialisasi.	poin edukasi bagi pendidik dan pelajar, serta dokumentasi lengkap berupa galeri foto .	pemisahan peran Guru vs Pelajar, dan pesan pencegahan pernikahan dini).

Berdasarkan ketersediaan data pada Tabel 1, analisis teoretis terhadap masing-masing tema penelitian diuraikan ke dalam beberapa bagian sub-subjudul berikut:

- Pengemasan Pesan Tema Kebijakan Anggaran Daerah

Pada penyampaian tema kebijakan anggaran terkait Perubahan APBD 2026, saluran Website diset untuk memuat teks rilis berita bertaraf formal birokrasi. Berita disusun mengalir melingkupi perincian angka-angka fiskal yang kompleks, seperti persentase kenaikan pendapatan daerah, penambahan belanja daerah, hingga mekanisme teknis penutupan defisit anggaran sebesar Rp399 miliar melalui SiLPA dan pembiayaan netto. Fungsi website berfokus pada penyediaan rujukan data sekunder yang akuntabel dan transparan bagi jurnalis serta publik akademik.

Sementara itu, pengemasan pesan di Facebook mengadopsi gaya bahasa semi-formal yang lebih ringkas namun tetap informatif. Teks unggahan Facebook memangkas rincian teknis akuntansi birokrasi dan memfokuskan narasinya pada tiga dampak langsung prioritas anggaran bagi masyarakat, yaitu akselerasi pengentasan kemiskinan, ketahanan pangan, dan pengembangan pariwisata. Unggahan di Facebook didukung oleh format galeri foto dokumentasi rapat paripurna DPRD, sehingga memfasilitasi khalayak masyarakat umum dan kelompok dewasa untuk memahami esensi kebijakan anggaran sembari memberikan ruang bagi diskusi atau komentar publik secara bebas.

Adapun di platform Instagram, detail teknis birokrasi disaring penuh ke dalam format visual interaktif tiga slide (carousel). Slide pertama menampilkan hook visual penyerahan nota keuangan Raperda APBD 2026 dengan sub-teks "Penyesuaian fiskal strategis untuk akselerasi pembangunan". Slide kedua mentransformasikan data angka makro fiskal (Pendapatan Rp5,68 T, Belanja Rp6,52 T, Defisit Rp399 M) ke dalam bentuk kartu infografis finansial agar mudah dibaca instan. Slide ketiga merangkum arah kebijakan ke dalam tiga pilar prioritas (pengentasan kemiskinan, pariwisata berkualitas, serta mitigasi risiko tata kelola).

Sebagai pembuktian empiris komparatif lintas platform, perbandingan visual antara rilis formal Website, galeri dokumentasi Facebook, dan carousel Instagram disajikan pada Gambar 1.

Gambar 1



Gambar 1. Kolase Perbandingan Tampilan Berita Perubahan APBD 2026 Pada Situs Website Resmi, Halaman Facebook, dan Akun Instagram Diskominfotik NTB
(Sumber: Observasi Dokumen Siber Lintas Platfrom Penelitian 2026)
Tautan: Website (https://ntbprov.go.id/post/dprd-terima-penjelasan-pemprov-tentang-perubahan-apbd-2026), Facebook (https://www.facebook.com/share/18xZWrZGVN/) , Instagram (https://www.instagram.com/p/DdN1azjEjkY/?gwpx=amNoc3AwenNyaW51)

Melalui perbandingan lintas platform pada Gambar 1, terlihat secara nyata bahwa Website menyajikan rilis teks berita secara komprehensif sebagai pusat arsip data. Sementara itu, Facebook menampilkan galeri foto kegiatan bersama ringkasan narasi, dan Instagram mentransformasikannya menjadi desain carousel visual yang interaktif. Transformasi struktur narasi lintas tiga platform ini membuktikan penerapan teknik copywriting kreatif dan adaptasi visual sesuai ekspektasi karakteristik penerima di tiap ruang digital.

- Pengemasan Pesan Tema Pembangunan Kebudayaan

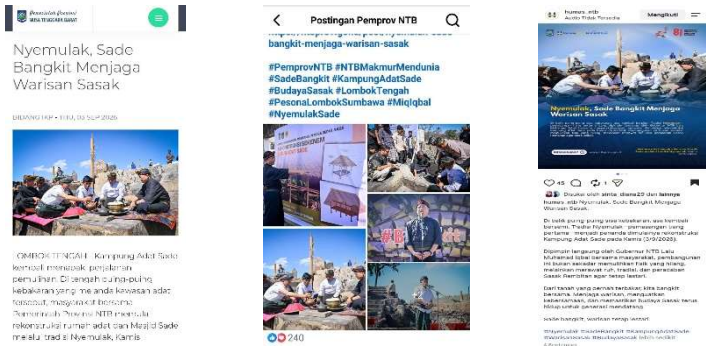
Dinamika penyampaian berita pembangunan terlihat jelas pada liputan rekonstruksi Kampung Adat Sade pascakebakaran melalui prosesi adat Nyemulak. Laporan berita di Website menyajikan narasi kronologis mendalam berbasis struktur 5W+1H yang mendata secara spesifik skala kerusakan fisik mencakup 75 rumah adat, 8 berugak, hingga 69 artshop, dilengkapi pernyataan utuh dari Gubernur, Bupati, hingga Koordinator Adat.

Di platform Facebook, informasi pembangunan ini dikemas ulang menjadi narasi humanis populer yang menyentuh aspek emosional keberlanjutan tradisi Sasak. Humas memanfaatkan fitur galeri foto album Facebook untuk menyajikan dokumentasi visual yang lengkap, mulai dari kedatangan pejabat daerah hingga kehangatan interaksi bersama tokoh masyarakat adat di lapangan. Teks di Facebook berfokus pada pesan kebersamaan dan kebangkitan warga Sade, yang secara efektif memicu tanggapan empati serta bagikan (share) secara luas dari masyarakat umum.

Pada akun Instagram, penelusuran visual pada tiga slide carousel memperlihatkan rekonstruksi narasi kultural yang disesuaikan dengan estetika generasi muda. Slide pertama mengangkat tajuk kultural "Nyemulak, Sade Bangkit Menjaga Warisan Sasak" yang dipadukan dengan foto prosesi pemasangan tiang pertama oleh Gubernur NTB Lalu Muhamad Iqbal. Slide kedua memberikan rincian data humanis bahwa proses pemulihan yang bertepatan dengan bulan suci Maulid Nabi ini mencakup pembangunan kembali 75 rumah adat dan museum semi permanen. Slide ketiga menonjolkan kutipan langsung (direct quote) penegasan Gubernur: "Wisatawan datang bukan semata untuk melihat bangunan, tapi untuk memahami cerita, tradisi, dan kehidupan masyarakat Sasak" yang dipadukan dengan desain grafis modern.

Bentuk perbandingan visual lintas saluran untuk tema pembangunan kebudayaan ini ditunjukkan pada Gambar 2

Gambar 2



Gambar 2. Kolase Lintas Platform Liputan Rekonstruksi Kampung Adat Sade pada Website, Facebook, dan Instagram
(Sumber: Observasi Dokumen Siber Lintas Platform Peneliti, 2026)
Tautan :Website (https://ntbprov.go.id/post/nyemulak-sade-bangkit-menjaga-warisan-sasak) ,Facebook (https://www.facebook.com/share/1MBnQKj9dY/), Instagram (https://www.instagram.com/p/Dc2ZQpGEvkn/?gwpx=MWZzczRrY2RwZG1rOA==)

Berdasarkan dokumentasi lintas platform pada Gambar 2, tampak bahwa Website berfungsi sebagai rujukan data administratif kerusakan bangunan. Di sisi lain, Facebook dan Instagram merangkai peristiwa tersebut menjadi narasi kultural yang memantik empati publik melalui visualisasi ritual dan papan rancangan fisik.

- Pengemasan Pesan Tema Pelayanan Pendidikan dan Sosial

Analisis pada tema Pendidikan mengenai pencegahan kekerasan anak, perundungan, dan pernikahan usia dini di SMAN 1 Terara makin memperjelas penataan fungsi ketiga saluran. Publikasi pada Website instansi memaparkan fakta administratif berupa statistik demografi warga sekolah secara lengkap (1.476 siswa, 79 guru, dan 17 tenaga kependidikan) serta jajaran pejabat dinas pendamping yang hadir sebagai wujud transparansi dan akuntabilitas program pemerintah.

Di jejaring Facebook, penyampaian pesan sosial ini difokuskan pada narasi persuasif dan edukatif. Teks unggahan merangkum poin-poin utama arahan pimpinan dengan menyertakan dokumentasi penyerahan bantuan dan foto dialog bersama para guru serta orang tua siswa. Facebook difungsikan sebagai sarana jangkauan komunitas edukasi yang lebih luas untuk membangun kesadaran bersama di tingkat keluarga dan masyarakat umum.

Sementara itu, pada akun Instagram, analisis visual dari tiga slide carousel memperlihatkan strategi edukasi publik yang sangat komunikatif bagi kalangan remaja. Slide pertama menampilkan potret hangat dialog interaktif Wakil Gubernur NTB Hj. Indah Dhamayanti Putri bersama ribuan siswa SMAN 1 Terara dengan sorotan tajuk "Sekolah Harus Jadi Ruang Aman! Cegah Kekerasan & Pernikahan Anak Sejak Dini". Slide kedua menggunakan format infografis instruksional yang membagi fokus peran secara eksplisit: Untuk Tenaga Pendidik (guru diminta menjadi fasilitator dan pelindung yang mengayomi) dan Untuk Pelajar (perbedaan latar belakang bukan alasan

perundungan). Slide ketiga memperkuat pesan pencegahan pernikahan dini melalui poin persuasif "Waktunya Generasi Muda Berprestasi, Bukan Menikah Dini!" yang ditutup dengan tagar advokasi sosial seperti #StopBullying dan #SekolahAman.

Perbandingan visual pengemasan pesan tema pendidikan lintas tiga platform tersebut disajikan pada Gambar 3.

Gambar 3



Gambar 3. Kolase Lintas Platform Kampanye Sekolah Aman pada Website, Facebook, dan Instagram Diskominfotik NTB

(Sumber: Observasi Dokumen Siber Lintas Platform Peneliti, 2026)

Tautan: Website (https://ntbprov.go.id/post/cegah-kekerasan-dan-pernikahan-anak-sekolah-harus-jadi-ruang-aman) , Facebook (https://www.facebook.com/share/19LTCUm5eB/) , Instagram (https://www.instagram.com/p/Ddp7NHvkoG8/?jplx=ZjhqY2JpdTg5b2Uw)

Melalui perbandingan visual pada Gambar 3, terlihat jelas bagaimana isu sosial yang kompleks diurai ke dalam poin-poin arahan praktis bagi guru dan pelajar di media sosial, melengkapi laporan formal yang dimuat pada situs web resmi.

4.3 Pemetaan Segmentasi Khalayak dan Strategi Integrasi Saluran (Funneling)

Temuan data lapangan mengonfirmasi bahwa pengelolaan berbagai platform digital oleh Humas Diskominfotik NTB didasari oleh pemahaman demografis dan perilaku konsumsi media digital khalayak yang terukur. Berdasarkan laporan data statistik platform internal instansi, kelompok pengguna Instagram didominasi oleh segmen khalayak muda berusia di bawah 35 tahun (milenial dan Gen Z).

Sementara itu, basis pembaca di saluran Facebook melingkupi segmen demografi yang lebih luas, dominan dihuni oleh kelompok usia 30 tahun ke atas (milenial awal hingga baby boomers) serta kalangan masyarakat umum daerah.

Adapun Website difungsikan sebagai saluran rujukan resmi bagi jurnalis, akademisi, dan publik yang memerlukan data komprehensif. Atas dasar pemetaan segmen tersebut, tim humas menerapkan strategi penyebaran informasi bertingkat (funneling strategy) yang mengintegrasikan ketiga platform sebagai satu ekosistem komunikasi publik.

Platform Instagram dan Facebook difungsikan pada tahap awal (attention & interest) guna menarik perhatian awal masyarakat melalui suguhan narasi visual carousel dan galeri foto yang ringan, estetik, dan mudah dibagikan

(share). Ketika publik membutuhkan penelusuran informasi yang lebih mendalam dan valid (search & action), narasi media sosial mengarahkan pembaca melalui tautan rujukan menuju Website resmi instansi yang berfungsi sebagai pusat arsip berita utama (repository).

4.4 Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Konsep Dasar dan Penelitian Terdahulu

Temuan empiris dalam penelitian ini memperkuat keabsahan dua kerangka konseptual yang dipergunakan sebagai pijakan teoretis.

Pertama, fenomena penyesuaian bentuk narasi, gaya bahasa, dan penyusunan elemen visual pada ketiga tema berita selaras dengan asumsi pokok Message Design Theory (Teori Pengemasan Pesan). Praktisi humas pemerintah terbukti tidak sekadar memindahkan teks birokrasi, melainkan melakukan rekonstruksi pesan agar selaras dengan norma sosial serta ekspektasi penerima di setiap ruang digital (Website, Facebook, dan Instagram).

Kedua, pola operasional saluran digital secara bertingkat mengonfirmasi kebenaran Media Convergence Theory (Teori Konvergensi Media). Pengelolaan informasi publik di Diskominfotik NTB tidak berlangsung secara terisolasi pada masing-masing platform, melainkan terintegrasi sebagai saluran komplementer. Website memegang peran menjaga kredibilitas dan transparansi data birokrasi, Facebook bertindak sebagai jembatan interaksi komunitas khalayak umum, sedangkan Instagram menjadi akselerator jangkauan visual yang membangun kedekatan emosional dengan generasi muda.Jika disandingkan dengan riset-riset sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan keselarasan sekaligus memberikan kontribusi kebaruan yang memperkaya literatur ilmu komunikasi pemerintahan.

Temuan ini mendukung hasil kajian Pratiwi et al. (2026) yang menegaskan bahwa pengemasan ulang rilis birokrasi menjadi konten visual interaktif merupakan kunci utama efektivitas komunikasi media sosial instansi pemerintah. Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian Adinda & Santoso (2026) yang menggarisbawahi pentingnya diseminasi informasi publik secara terencana melalui berbagai platform digital sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran.

Tidak hanya itu temuan ini melengkapi kajian Sudiartawan et al. (2025) dengan fokus yang lebih spesifik. Jika studi sebelumnya fokus pada gambaran kehumasan secara umum, riset ini menemukan bahwa Diskominfotik NTB mengadaptasi pesannya secara terencana lewat tiga saluran utama. Strateginya mencakup alur praproduksi yang rapi, pemanfaatan corong konversi trafik ke website (funneling), serta penyesuaian visual yang pas dengan data insight pengguna media sosial

4.5 Implikasi Penelitian dan Mekanisme Evaluasi Kehumasan

Hasil analisis ini membawa implikasi teoretis maupun praktis yang cukup nyata bagi pengembangan komunikasi publik di lingkup pemerintahan daerah. Secara teoretis, temuan ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana pesan-pesan birokrasi diolah kembali agar pas dengan karakter berbagai platform digital secara simultan. Sementara secara praktis, riset ini memberikan gambaran bagi praktisi kehumasan tentang pentingnya menjaga fleksibilitas kreativitas serta keselarasan tim dalam merancang alur cerita

visual, sehingga pesan yang disampaikan tidak terasa kaku atau membosankan bagi masyarakat.

Dari sudut pandang evaluasi kerja harian, pemanfaatan analitik digital memperlihatkan hasil jangkauan yang terbilang efektif. Saluran Facebook terbukti mampu mencatatkan jangkauan akumulatif melampaui 1 juta pengguna tiap bulannya, sementara Instagram menyusul dengan jangkauan antara 200 ribu hingga 700 ribu pengguna, yang pada prosesnya turut mendorong peningkatan trafik kunjungan menuju situs web resmi instansi. Di samping angka-angka tersebut, evaluasi secara kualitatif tetap rutin dijalankan oleh tim humas melalui pemantauan nada komentar warga serta pemanfaatan fitur interaktif seperti jajak pendapat di Story. Langkah sederhana ini dilakukan demi memastikan informasi publik tidak cuma sekadar lewat di layar ponsel warga, tapi benar-benar dipahami substansinya secara tepat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil menjawab fokus permasalahan mengenai bentuk adaptasi pengemasan pesan serta pola pemetaan segmentasi khalayak yang diterapkan oleh Humas Diskominfotik NTB dalam menyampaikan informasi publik lintas tiga platform digital. Temuan di lapangan membuktikan bahwa variasi pengemasan berita disesuaikan secara cermat dengan karakteristik demografi dan perilaku audiens; di mana situs web resmi difungsikan untuk menyajikan rilis berita formal yang komprehensif bagi kalangan akademisi dan jurnalis, sementara saluran Facebook dan Instagram dioptimalkan untuk menjangkau masyarakat umum serta generasi muda melalui narasi populer dan transformasi visual carousel interaktif. Integrasi ketiga saluran ini bekerja secara sinergis melalui strategi corong komunikasi (funneling), di mana media sosial berperan di garis depan untuk menarik atensi publik secara cepat sebelum mengarahkan pembaca untuk menelusuri informasi yang lebih utuh pada repositori data di website instansi.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini memiliki keterbatasan karena proses pengumpulan data lapangan yang dilakukan dari akhir Oktober hingga akhir November 2026 berfokus pada arsip publikasi siber bulan September 2026, sehingga temuan yang didapat sangat dipengaruhi oleh dinamika isu lokal pada periode tersebut. Oleh karena itu, pola pengemasan pesan serta pembagian segmen khalayak dalam studi ini tidak dapat digeneralisasi begitu saja untuk menggambarkan seluruh praktik kehumasan di instansi pemerintah daerah lain yang memiliki kondisi sosiokultural serta kapasitas media digital yang berbeda.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran praktis yang dapat direkomendasikan bagi pengelola kehumasan Diskominfotik NTB adalah mengoptimalkan kreativitas dalam memproduksi konten visual yang ramah media sosial tanpa mengorbankan ketepatan substansi berita birokrasi. Tim humas juga disarankan untuk memantau analitik insight serta umpan balik di kolom komentar secara berkala agar dapat membaca pergeseran minat audiens dan memastikan pesan kebijakan pemerintah dapat dipahami masyarakat secara akurat.

Untuk agenda penelitian yang akan datang, para peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan riset dengan menggali sudut pandang penerima pesan (audience reception analysis) guna melihat sejauh mana masyarakat dari berbagai segmen benar-benar memahami dan merespons informasi yang disampaikan. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif ini dengan metode kuantitatif atau analisis data siber dalam rentang waktu yang lebih panjang agar

efektivitas komunikasi publik pemerintah daerah dapat terukur secara lebih luas dan menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (Diskominfotik NTB), khususnya jajaran Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang telah memberikan kesempatan, kemudahan akses, serta bimbingan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Perlu disampaikan bahwa naskah artikel ini disusun sebagai bagian dari luaran serta pengolahan hasil kegiatan PKL yang telah dilaksanakan. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih mendalam kepada para peneliti terdahulu serta penyusun artikel-artikel referensi yang menjadi acuan teoretis, sehingga penulisan riset ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

Adinda, H., & Santoso, H. (2026). *Strategi Komunikasi Digital dalam Diseminasi Informasi Publik di Platform Instagram @ fpd _ dpr komunikasi dan perolehan informasi secara lebih cepat dan efisien . Perkembangan tersebut*. *4*(2), 59–71.

Anarkhi, G. A., & Muntaha, A. (2025). *Strategi Pemanfaatan YouTube sebagai Media Penyiaran Daring untuk Mendukung Kemitraan Program di TVRI Yogyakarta Strategi Pemanfaatan YouTube sebagai Media Penyiaran Daring untuk Mendukung Kemitraan Program di TVRI Yogyakarta*. *5*(2), 91–100.

Arwani, H. I. W., & Krypton, A. (2025). *Institutional communication in the digital era : Social media content planning in public relations workflows*. *2*(1), 48–67.

Asmarani, A., & Arifin, M. R. P. (2026). *Segmentasi Khalayak di Era Digital : Strategi Komunikasi yang Efektif dalam Lanskap Media yang Terkustomisasi*. *8*(1), 27–41.

Azizy, F. M., Minardi, J., & Sabilla, A. D. (2023). *SISTEM INFORMASI PENJUALAN TENUN TROSO BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)*. *2*(1), 17–23.

Bamasputri, R. A., Fitriani, I., Salsabila, R. A., & Prasetyaningsih, N. I. D. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL: EVOLUSI KOMUNIKASI MASSA DI ERA MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU KONSUMSI INFORMASI MASYARAKAT*. *11*(2), 270–286.

Kharismawan, N. P., & Siregar, B. (2026). Strategi Komunikasi Digital Humas Pemerintah Kota Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Teknologi Wolbachia (Studi Kasus Instagram @ kotajakartabarat). *KOMUNIKALOGI:JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI*, *23*(1), 124–129.

Kriyantono, R. (2022). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif: Edisi Kedua*. Prenada Media.

Kusumastuti, S. Y., Judijanto, L., Alirejo, H. M. S., Mutoharoh, M., Umalihayati, U., Chandra, K., & Ifadah, E. (2026). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasinya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Mirza, H., Mirza, C., & Bellalem, F. (2023). *Ethical considerations in qualitative research: Summary guidelines for novice social science researchers*. *11*(1), 441–449.

Mustofa, M. A. (2025). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan rnd. *YPAD Penerbit*.

Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). *Analisis strategi humas*

pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *6*(2), 286–310.

Nurman Raisyah, F. W., Moenawar, M. G., Dharmawan, L., Riyanto, S., & Azzahra, M. (2024). *Strategi humas pemerintah kota bogor dalam penyebaran informasi melalui instagram*. *6*(2), 52–58.

Pratiwi, N. M., Wiryany, D., & Ramdan, A. T. M. R. (2026). *Strategi Pengelolaan Konten Lintas Platform Pikiran Rakyat Media Network Antara Portal Berita dan Instagram*. *4*(4), 19962–19978.

Prayogi, D., & Prawijaya, A. (2022). *Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik*. *2*(2), 115–131.

Putri, A. R., Suryana, A., & Octavianti, M. (2025). EKSISTENSI BRAND COMMUNITY DI ERA KONVERGENSI Aprilian. *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, *8*(1), 113–132.

Putri, N. E., & Mutiah. (2022). *STRATEGI PENGEMASAN PESAN E-MARKETING PADA FOOD VLOGGER (Studi Kasus Terhadap Akun TikTok @almasqol)*. *05*(3), 129–146.

Sudiartawan, I. W., Arjana Made, I. B., & Widaswara, R. Y. (2025). *Strategi Humas Dinas Komunikasi , Informatika , Dan Statistik Dalam*. *02*(02), 96–108.

Takona, J. P. (2024). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Quality & Quantity*, *58*(1), 1011–1013.

Wulansari Tri, N. L., Fitriana, K. N., Khotimah, N., Agustinova, D. E., & Satlita, L. (2023). *Transformasi Humas Perguruan Tinggi di Era Distruptif 4 . 0 dan Society 5 . 0 : Tantangan dan Strategi Transformation of Higher Education Public Relations in the Disruptive Era 4 . 0 and Society 5 . 0 : Challenges and Strategies*. *20*(1).

Wumbu, Y. L. E., Putri, I. A., & Hendrik, D. (2025). *Peran Media Sosial Sebagai Wadah Partisipasi Politik Masa Kini di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus : Akun Media Sosial PUSPENPOL)*. *6*(1), 521–526.

Yodiansyah, H., Dewi, S. A. E., & Kurniadi, D. (2025). *KONVERGENSI MEDIA DIGITAL : TINJAUAN KRITIS DAN IMPLEMENTASINYA DALAM KOMUNIKASI MASSA KONTEMPORER DIGITAL MEDIA CONVERGENCE : A CRITICAL REVIEW AND ITS IMPLEMENTATION IN CONTEMPORARY MASS COMMUNICATION*. *4*(1), 114–121.

Zuhra, A. R., & Sartika, I. (2025). *Penerapan Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial @ diskominfokabbogor*. *7*(2), 329–335.