



Analisis Pola Komunikasi Diskominfo Jawa Barat di Media Sosial: Kajian Sintaksis, Wacana, dan Keterlibatan Publik

Fikri Hakim*, Yuni Ertinawati, Aveny Septi Astriani

Universitas Siliwangi, Indonesia

Email: fikri.hakim@unsil.ac.id; yuniertinawati@unsil.ac.id; aveny.septi@unsil.ac.id

ABSTRAK

Kata Kunci: Pola komunikasi, sintaksis, analisis wacana, komunikasi digital, Diskominfo Jawa Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Jawa Barat dalam media sosial, dengan fokus pada aspek sintaksis, strategi wacana, dan efektivitas komunikasi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis wacana kritis. Terdapat beberapa pendekatan dalam proses analisis mulai dari pendekatan sintaksis untuk mengidentifikasi struktur kalimat aktif dan pasif; pendekatan analisis wacana untuk mengkaji strategi penyampaian pesan, kohesi, dan koherensi; serta analisis keterlibatan audiens dalam komunikasi digital. Data yang digunakan berupa wacana dan konten yang berada di bawah tanggung jawab Diskominfo Provinsi Jawa Barat. Sumber data penelitian ini mengacu pada web dan akun media sosial resmi yang dikelola Diskominfo Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Jawa Barat lebih banyak menggunakan kalimat aktif dalam unggahan media sosialnya, yang memberikan kesan lebih langsung dan tegas. Dalam strategi wacana, pola narasi dan argumentasi yang digunakan cenderung memperjelas masalah sebelum menawarkan solusi yang dilakukan pemerintah. Selain itu, pemanfaatan kata-kata persuasif dan hashtag memperkuat konsistensi dan branding komunikasi pemerintah daerah. Dari sisi komunikasi digital, keterlibatan audiens lebih tinggi pada unggahan yang membahas kebijakan publik dan isu-isu strategis. Efektivitas pesan ditingkatkan melalui pemanfaatan multimedia dan gaya bahasa yang disesuaikan dengan segmen audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola komunikasi Diskominfo Jawa Barat sudah cukup efektif, namun masih dapat dioptimalkan dengan meningkatkan interaksi dua arah dan penggunaan elemen visual interaktif.

Keywords:

Communication patterns, syntax, discourse analysis,

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication patterns used by the West Java Diskominfo in social media, focusing on syntactic aspects, discourse strategies, and the effectiveness

digital communication, West Java Diskominfo.

of digital communication. The method used in this study is a qualitative method with critical discourse analysis techniques. There are several approaches in the analysis process, ranging from a syntactic approach to identify the structure of active and passive sentences; discourse analysis approaches to examine messaging strategies, cohesion, and coherence; and analysis of audience engagement in digital communications. The data used is in the form of discourse and content that is under the responsibility of the West Java Provincial Communication and Information Department. The source of data for this study refers to the official web and social media accounts managed by the West Java Provincial Diskominfo. The results of the study show that the West Java Diskominfo uses more active sentences in its social media uploads, which gives a more direct and firm impression. In discourse strategies, the narrative patterns and arguments used tend to clarify the problem before offering solutions that the government does. In addition, the use of persuasive words and hashtags strengthens the consistency and branding of local government communication. In terms of digital communication, audience engagement is higher in uploads that discuss public policy and strategic issues. The effectiveness of messages is enhanced through the use of multimedia and language styles tailored to audience segments. This study concludes that the communication pattern of the West Java Diskominfo is quite effective, but it can still be optimized by increasing two-way interaction and the use of interactive visual elements.

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk yang “berpolitik” atau kerap juga disebut sebagai makhluk sosial. Berpolitik dalam konteks tersebut mengacu pada sifat dasar manusia yang saling membutuhkan secara sosial. Sebagai makhluk sosial, interaksi menjadi salah satu hal mendasar yang dibutuhkan manusia. Bahasa berperan sebagai media pemenuh kebutuhan akan interaksi tersebut.

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang digunakan oleh anggota dari suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana, 2009: 24). Wardhaugh (1972: 3-8) menyatakan bahwa fungsi utama bahasa adalah sebagai alat komunikasi manusia, baik tertulis maupun lisan. Dalam Webster’s New Collegiate Dictionary (1981: 225) dijelaskan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi melalui sistem simbol, tanda, atau tingkah laku umum. Dari pemaparan tersebut, teridentifikasi tiga unsur utama yang terdapat pada suatu komunikasi, yakni

pihak yang berkomunikasi, informasi yang dikomunikasikan, dan alat komunikasi (dalam hal ini bahasa). Komunikasi dapat berlangsung secara searah maupun dua arah. Dalam komunikasi searah, informasi yang disampaikan hanya sebatas dari komunikator ke komunikan, sedangkan komunikasi dua arah, terdapat feedback dari komunikator, sehingga komunikator juga dapat berperan sebagai komunikan, begitupun sebaliknya. Berdasar pada cara penyampaian, komunikasi terbagi atas komunikasi verbal (lisan) dan komunikasi nonverbal (bukan lisan).

Berdasar pada media penyampaiannya, komunikasi terbagi atas komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung adalah bentuk komunikasi yang dalam keberlangsungannya tidak memerlukan media atau alat lain, sedangkan komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang membutuhkan alat atau media lain demi tersampainya informasi, contoh informasi-informasi dalam media massa. Perkembangan teknologi juga berpengaruh pada medium komunikasi khususnya dalam proses komunikasi tidak langsung. Berbagai platform digital kini menjadi wadah menyampaikan informasi mulai dari portal berita digital hingga media sosial. Dari paparan tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa komunikasi tidak hanya berupa proses transfer informasi secara langsung antarindividu belaka. Proses transfer informasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk dan medium baik satu arah ataupun banyak arah.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dalam berbagai aspek, termasuk komunikasi publik. Penelitian ini mengelaborasi bagaimana pola komunikasi publik dengan studi kasus Diskominfo Provinsi Jawa Barat dalam media sosial yang dikelola oleh dinas tersebut. Media sosial menjadi platform utama yang digunakan untuk membangun komunikasi interaktif antara pemerintah dan masyarakat. Dalam konteks ini, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Jawa Barat memainkan peran strategis dalam menyebarkan kebijakan publik, informasi layanan, serta membangun keterlibatan masyarakat melalui berbagai platform digital.

Komunikasi digital pemerintah tidak hanya mencerminkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap kinerja pemerintah daerah. Menurut McQuail (2010), efektivitas komunikasi di media sosial sangat dipengaruhi oleh strategi penyampaian pesan, keterlibatan audiens, serta penggunaan bahasa yang sesuai dengan target sasaran. Boyd & Ellison (2007) menekankan bahwa media sosial memungkinkan interaksi dua arah yang dapat meningkatkan partisipasi publik dalam proses pemerintahan.

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi Diskominfo Jawa Barat di media sosial dengan menelaah aspek sintaksis, strategi wacana, dan efektivitas komunikasi digital. Dengan memahami pola komunikasi ini, dapat diperoleh gambaran tentang sejauh mana komunikasi pemerintah daerah mampu membangun interaksi yang efektif dengan masyarakat (Hastrida, 2022; Pasha, 2023).

Secara lebih spesifik tujuan dari penelitian ini dapat dilihat dalam rincian berikut, 1) mengidentifikasi dan menganalisis struktur sintaksis dalam akun media sosial Instagram @jabarprovgoind dan @humas_jabar (sebagai akun media sosial yang berada di bawah naungan Diskominfo Jawa Barat); 2) mengkaji strategi wacana yang digunakan

dalam komunikasi di media sosial Instagram @jabarprovgoid dan @humas_jabar (sebagai akun media sosial yang berada di bawah naungan Diskominfo Jawa Barat); (3) menilai efektivitas pola komunikasi terhadap interaksi dan keterlibatan publik.

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi pengaruh kombinasi yoghurt dan ekstrak polyherbal terhadap pengurangan gejala obesitas secara alami, membandingkan efektivitasnya dengan agen farmakologis seperti orlistat, serta memberikan alternatif terapi herbal yang lebih aman dan potensial untuk dikembangkan sebagai pengobatan obesitas di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis. Metode analisis wacana kritis berpatok pada paradigma kritis. Paradigma kritis merupakan paradigma alternatif dari paradigma klasik. Hal tersebut membuat proses penelitiannya tidak hanya mencari makna yang terdapat pada sebuah teks, melainkan lebih kepada tujuan yang terdapat di balik teks tersebut hingga terbentuk konstruksi teks yang sedemikian rupa. Metode analisis wacana kritis merupakan satu di antara penerapan metode kualitatif yang dilakukan secara eksplanatif. Dengan metode analisis wacana kritis, penelitian akan difokuskan pada aspek tekstual dan konteks-konteks yang berpengaruh terhadap konstruksi teks tersebut.

Total data penelitian ini berjumlah 40 konten yang terbagi atas dua akun media sosial yang berada dalam naungan tanggung jawab Diskominfo Jawa Barat yakni akun Instagram @jabarprovgoid dan @humas_jabar. Konten-konten yang dianalisis dipilih berdasarkan rentang waktu terbit bulan Februari dan Maret 2025. Rentang tersebut dipilih karena bertepatan dengan momen transisi kepemimpinan Gubernur Jawa Barat sehingga akan teridentifikasi pola komunikasi pemerintahan Provinsi Jawa Barat khususnya pada era kepemimpinan yang baru.

Penganalisan data dilakukan dengan metode kualitatif, artinya bahwa kegiatan analisis yang dilakukan berkaitan dengan pola-pola yang umum pada wujud dan perilaku data yang ada yang dipengaruhi dan yang hadir bersama dengan konteks-konteksnya (Asher 1994 dalam Arimi 1998: 27). Data yang sudah dianalisis disajikan secara deskriptif, yaitu perumusan dan pengungkapan hasil analisis dengan menggunakan kata-kata atau kalimat-kalimat. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis wacana kritis yang menitikberatkan pada paradigma kritis. Untuk tataran tekstual, teknik analisis yang peneliti gunakan adalah teknik analisis padan. Data yang terkumpul, dianalisis secara tekstual untuk kemudian dikaitkan dengan konteks-konteks yang berpotensi memengaruhi konstruksi yang terbentuk tersebut. Berikut merupakan tahapan analisis yang peneliti lakukan.

Peneliti melakukan analisis tekstual di tahap pertama, kemudian analisis ideologi/tujuan wacana melalui pisau kajian kognisi sosial, diakhiri dengan analisis sosial. Ketiga tahapan analisis tersebut saling berkaitan satu sama lain. Suatu penelitian analisis wacana kritis yang berhasil adalah yang ketiga aspek analisis menunjukkan hasil yang saling mendukung dan menguatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tekstual

Analisis tekstual peneliti lakukan dengan dua pendekatan, yakni pendekatan sintaksis dan pendekatan analisis wacana. Pendekatan sintaksis berfokus pada identifikasi dan analisa bentuk kalimat aktif/pasif dalam redaksi konten-konten yang menjadi data. Pendekatan analisis wacana peneliti gunakan untuk mengkaji kohesi dan koherensi dalam satu kesatuan wacana yang utuh. Analisis wacana konvensional ini penulis padukan dengan paradigma kritis untuk mengidentifikasi tujuan di balik pembentukan pola wacana (yang nantinya diperkuat dengan analisis kognisi sosial).

Analisis Tekstual: Sintaksis (Aktif-Pasif)

Sintaksis merupakan aspek penting dalam analisis linguistik yang membahas struktur kalimat dan hubungan antar unsur dalam suatu tuturan. Chomsky (1957) memperkenalkan teori Sintaksis Generatif Transformasional yang membantu memahami struktur kalimat dalam komunikasi. Dalam konteks komunikasi digital, Halliday (1994) menambahkan bahwa fungsi bahasa dalam media sosial mencerminkan pilihan sintaksis yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi.

Sebagai bagian dari kajian sintaksis, peneliti berfokus pada identifikasi bentuk kalimat (aktif/pasif) dalam konten media sosial yang menjadi data peneliti. Dalam media sosial, kalimat aktif lebih sering digunakan untuk menciptakan komunikasi yang lebih jelas dan langsung (Hastrida, 2022). Namun, dalam beberapa unggahan pemerintah, kalimat pasif juga digunakan untuk menekankan objek atau kebijakan tertentu yang menjadi fokus komunikasi. Hasil identifikasi kalimat aktif-pasif peneliti tampilkan secara detail dalam tautan berikut:

https://drive.google.com/file/d/1wO_vwpEuv6Tz4eyaSVP_RyNneRCCmhh7/view?usp=sharing. Berikut ini merupakan rekap hasil identifikasi penggunaan kalimat aktif dan pasif dalam dua akun media sosial yang menjadi sumber data (akun Instagram @jabarprovgoind dan @humas_jabar),

Tabel 1. Identifikasi Kalimat Aktif-Pasif dalam Akun @jabarprovgoind

Data	Sumber Data	Penggunaan Kalimat Aktif	Penggunaan Kalimat Pasif
Wacana 1	@jabarprovgoind	6	2
Wacana 2	@jabarprovgoind	6	1
Wacana 3	@jabarprovgoind	6	2
Wacana 4	@jabarprovgoind	6	1
Wacana 5	@jabarprovgoind	5	1
Wacana 6	@jabarprovgoind	6	0
Wacana 7	@jabarprovgoind	8	1
Wacana 8	@jabarprovgoind	5	2
Wacana 9	@jabarprovgoind	5	2
Wacana 10	@jabarprovgoind	5	1
Wacana 11	@jabarprovgoind	1	0
Wacana 12	@jabarprovgoind	6	1
Wacana 13	@jabarprovgoind	6	0
Wacana 14	@jabarprovgoind	4	3

Wacana 15	@jabarprovgoi	6	3
Wacana 16	@jabarprovgoi	7	1
Wacana 17	@jabarprovgoi	6	0
Wacana 18	@jabarprovgoi	6	0
Wacana 19	@jabarprovgoi	3	0
Wacana 20	@jabarprovgoi	6	1
TOTAL		109	22

Dari 20 wacana yang dianalisis dalam akun @jabarprovgoi, penggunaan kalimat aktif lebih dominan, mencapai 83%, dibandingkan kalimat pasif yang hanya 17%. Kalimat aktif cenderung digunakan untuk memberikan kesan langsung, tegas, dan persuasif dalam menyampaikan informasi, serta menyoroti aktor utama dalam setiap kebijakan atau tindakan. Misalnya, dalam wacana pertama, kalimat “Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat berencana membangun rumah panggung sebagai solusi terhadap banjir yang kerap melanda Desa Karangligar, Kabupaten Karawang” menunjukkan bahwa pemerintah daerah berperan aktif dalam mengatasi masalah banjir. Sementara itu, dalam wacana kelima, kalimat “Gubernur Dedi Mulyadi akan mengambil tindakan tegas menertibkan bangunan yang membuang limbah rumah tangga ke Sungai” menegaskan peran gubernur sebagai aktor utama dalam kebijakan lingkungan. Dari kedua contoh tersebut, terlihat bahwa penggunaan kalimat aktif membantu menyoroti aktor yang berperan dalam kebijakan pemerintah, dengan dominasi tokoh seperti Gubernur Jawa Barat dan pihak pemerintahan provinsi.

Tabel 2. Identifikasi Kalimat Aktif-Pasif dalam Akun @humas_jabar

Data	Sumber Data	Penggunaan Kalimat Aktif	Penggunaan Kalimat Pasif
Wacana 21	@humas_jabar	3	4
Wacana 22	@humas_jabar	2	2
Wacana 23	@humas_jabar	2	2
Wacana 24	@humas_jabar	5	1
Wacana 25	@humas_jabar	1	2
Wacana 26	@humas_jabar	2	1
Wacana 27	@humas_jabar	1	1
Wacana 28	@humas_jabar	2	2
Wacana 29	@humas_jabar	2	1
Wacana 30	@humas_jabar	2	1
Wacana 31	@humas_jabar	2	1
Wacana 32	@humas_jabar	1	2
Wacana 33	@humas_jabar	3	1
Wacana 34	@humas_jabar	2	1
Wacana 35	@humas_jabar	4	1
Wacana 36	@humas_jabar	3	1
Wacana 37	@humas_jabar	2	1
Wacana 38	@humas_jabar	1	1
Wacana 39	@humas_jabar	2	1
Wacana 40	@humas_jabar	1	2
TOTAL		43	29

Sedikit berbeda dari akun @jabarprovgoid, dalam akun @humas_jabar perbedaan penggunaan kalimat aktif dan pasif tidak terlalu signifikan. Berdasarkan tabel 2, teridentifikasi kalimat aktif dalam keseluruhan wacana yang dianalisis mencapai angka 59%, sedangkan kalimat pasif mencapai angka 41%. Secara fungsi penggunaan kalimat aktif dalam @humas_jabar tidak jauh berbeda dengan @jabarprovgoid, yakni untuk memunculkan aktor sebagai subjek yang dihighlight dan memberikan kesan langsung, tegas, dan persuasif dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan hasil analisis peneliti mengidentifikasi perbedaan focus dalam konten-konten yang diangkat. Akun @jabarprovgoid lebih variatif secara topik dan cenderung berfungsi sebagai “portal berita” untuk segala sesuatu yang terjadi di Jawa Barat, sedangkan akun @humas_jabar lebih focus pada sosialisasi program-program yang akan atau sedang dijalankan Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Analisis Tekstual: Wacana (Koherensi-Koherensi)

Berikut ini merupakan hasil analisis koherensi-koherensi terhadap 40 data wacana,

- a. Koherensi gramatikal teridentifikasi dalam penggunaan kata ganti yang merujuk pada instansi pemerintah, seperti "kami", "Pemdaprov Jabar", dan "Gubernur Dedi Mulyadi".
- b. Koherensi leksikal ditandai dengan pengulangan kata kunci seperti "banjir", "pembangunan", dan "solusi", yang memperkuat keterkaitan antargagasan dalam teks.
- c. Koherensi wacana tercermin dalam struktur narasi yang sistematis, dimulai dari pengenalan masalah, penyebab, hingga solusi yang ditawarkan oleh pemerintah.
- d. Teks dalam unggahan cenderung mengikuti pola komunikasi dua arah, terutama melalui ajakan untuk memberikan komentar atau berbagi pendapat.

Secara keseluruhan, pola komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Jawa Barat di dua akun media sosial yang dianalisis mencerminkan efektivitas dalam menyampaikan informasi kepada publik dengan strategi penyampaian yang kohesif dan koheren.

Analisis Kognisi Sosial Institusi

Untuk tahap ini, peneliti melakukan analisis kognisi sosial dengan sumber data perwakilan pihak Diskominfo Jawa Barat, Fauziah Ismi Desiana, S.I.Kom., M.Hum. Dari data yang peneliti peroleh, terdapat tiga akun media sosial instagram yang ada di bawah tanggung jawab dan kewenangan Diskominfo Jawa Barat, yakni @diskominfojabar @humas_jabar dan @jabarprovgoid. Dari ketiga akun tersebut, hanya dua yang memang dibuat untuk kepentingan publik, yakni @humas_jabar dan @jabarprovgoid. Akun @diskominfojabar sendiri dibuat hanya untuk kepentingan internal terkait laporan kegiatan yang dilakukan oleh dinas terkait. Atas dasar tersebut, peneliti memfokuskan kajian pada akun @humas_jabar dan @jabarprovgoid yang memang dibuat dengan tujuan utama sebagai corong informasi ke masyarakat secara umum, bukan hanya sebagai kebutuhan internal kedinasan semata.

Hasil kajian peneliti terhadap informasi yang diperoleh dari narasumber, akun instagram @humas_jabar di-branding dan dikonsep untuk kepentingan dua arah. Dalam akun @humas_jabar interaksi dengan masyarakat menjadi tujuan utama. Hal tersebut tentu berdampak pada strategi dan pola komunikasi yang digunakan. Pola dan strategi

komunikasi yang digunakan cenderung persuasif dengan karakter kuat terletak pada eksplorasi elemen grafis. Elemen grafis yang digunakan dipilih sesuai target pasar pengguna media sosial instagram.

Hasil kajian peneliti terhadap informasi yang diperoleh dari narasumber, akun instagram @jabarprovgoid di-branding dan dikonsep seperti kantor berita. Akun @jabarprovgoid berfungsi seperti media internal yang dikelola langsung oleh Diskominfo Jawa Barat. Informasi yang disampaikan dalam akun @jabarprovgoid cenderung lebih aktual selayaknya berita dalam media. Namun, selayaknya berita dalam media, informasi yang disampaikan cenderung satu arah. Fokusnya pada informasi yang disampaikan, bukan pada interaksi dengan masyarakat.

Analisis Efektivitas Pola Komunikasi

Untuk menilai efektivitas pola komunikasi Diskominfo Jawa Barat dalam meningkatkan interaksi dan keterlibatan publik, peneliti menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif berdasarkan data unggahan akun Instagram @jabarprovgoid dan @humas_jabar. Analisis keterlibatan publik peneliti lakukan dengan mengidentifikasi engagement rate, respons pemerintah, dan sentiment public yang terbangun sebagai efek dari konten. Analisis yang dilakukan terhadap akun @jabarprovgoid mencakup tiga aspek utama, yaitu Engagement Rate (ER), respons pemerintah terhadap audiens, dan analisis sentimen komentar publik. Dari segi Engagement Rate, unggahan dengan topik kebijakan publik dan program pemerintah mendapatkan interaksi lebih tinggi dibanding unggahan informatif lainnya, terutama yang berbasis video atau mengandung ajakan kepada audiens seperti polling atau pertanyaan. Namun, dalam aspek respons pemerintah terhadap audiens, ditemukan bahwa sebagian besar komentar yang masuk tidak mendapat tanggapan langsung, dan respons terhadap pertanyaan audiens cenderung lambat atau bahkan tidak ada, yang berpotensi mengurangi efektivitas komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Sementara itu, dalam analisis sentimen komentar publik, komentar positif lebih sering muncul pada unggahan yang menyajikan solusi konkret terhadap permasalahan masyarakat, sementara komentar netral mendominasi unggahan yang hanya bersifat informatif. Sebaliknya, komentar negatif cenderung muncul pada unggahan yang membahas kebijakan kontroversial atau isu yang membutuhkan respons cepat dari pemerintah. Berdasarkan hasil analisis keterlibatan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi Diskominfo Jawa Barat cukup efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi kurang optimal dalam membangun komunikasi interaktif dengan publik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pola komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Jawa Barat dalam akun media sosial @jabarprovgoid dan @humas_jabar memiliki karakteristik utama dari tiga perspektif. Dari perspektif sintaksis, kalimat aktif lebih dominan dibandingkan kalimat pasif, mencerminkan gaya komunikasi yang lebih langsung, persuasif, dan informatif, sementara kalimat pasif digunakan dalam konteks tertentu untuk menekankan kebijakan atau tindakan pemerintah tanpa menyoroti subjek pelaku.

Dari perspektif wacana, kohesi unggahan cukup kuat dengan penggunaan referensi yang jelas dan repetisi kata kunci, serta koherensi yang terjaga melalui struktur narasi yang logis dari permasalahan hingga solusi yang diberikan pemerintah. Dari perspektif keterlibatan publik, unggahan interaktif seperti polling atau ajakan diskusi mendapatkan lebih banyak interaksi dibandingkan unggahan yang hanya bersifat informatif, dengan *engagement rate* lebih tinggi pada unggahan berbasis video dibandingkan teks atau gambar statis. Namun, respons pemerintah terhadap komentar audiens masih terbatas, menunjukkan bahwa pola komunikasi masih cenderung satu arah.

DAFTAR PUSTAKA

- Blommaert, J. (2005). *Discourse Key Topics in Of Sociolinguistics*. New York: Cambrige University.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Chomsky, N. (1957). *Syntactic structures*. The Hague: Mouton.
- Darma, Y. A. (2009). *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Penerbit Yrama.
- Djajasudarma, Fatimah. (2012). *Wacana dan Pragmatik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Eni, Setiati. (2005). *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*. Jakarta: Andi Publisher.
- Eriyanto. (2006). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Halliday, M. A. K. (1994). *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Hastrida, A. (2022). Proses pengelolaan media sosial pemerintah: Manfaat dan risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 26(2), 153-170.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Mahsun. (2014). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- McQuail, D. (2010). *Mass communication theory*. London: SAGE.
- Mergel, I. (2013). *Social media in the public sector: A guide to participation, collaboration and transparency in the networked world*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Pasha, J. R. (2023). Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 8(1), 45-60.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Bandung: Duta Wacana University Press.
- Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS.

- Wardhaugh, R. 2010. *An Introduction to Sociolinguistics: Sixth Edition*. Hong Kong: Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as structure and process*. London: SAGE