

Komunikasi Simetris Antara Pemerintah Dan Masyarakat Pada Instagram Pemerintah Kota Bandung Dan Pemerintah Kota Cimahi

Nayla Bunga Safa Felisa¹, Aulia Sri Barokah², Alya Eprili Suhendar³

^{1,2,3}Jurusan Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

E-mail korespondensi: naylabunga51@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana prinsip komunikasi dua arah simetris diterapkan oleh Pemerintah Kota Bandung dan Kota Cimahi melalui media sosial Instagram. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif komparatif, penelitian ini menekankan pada tiga aspek utama: distribusi dan jenis konten yang dipublikasikan, keterlibatan publik melalui interaksi komentar, serta penerapan prinsip komunikasi simetris menurut teori Two-Way Symmetrical Communication oleh Grunig & Hunt (1984). Data diperoleh melalui analisis unggahan akun Instagram resmi @humas_bandung dan @cimahikota selama dua bulan serta penguatan melalui studi literatur sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Bandung cenderung lebih terbuka dan variatif dalam menyajikan konten serta membuka ruang partisipasi masyarakat, meskipun masih lemah dalam memberikan tanggapan terhadap komentar. Sebaliknya, Pemerintah Kota Cimahi meskipun aktif dalam membagikan unggahan, namun, masih menunjukkan pola komunikasi satu arah akibat adanya beberapa unggahan yang ditutup fitur komentarnya serta belum optimalnya strategi monitoring dan respon. Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip komunikasi simetris baru diterapkan sebagian oleh Kota Bandung dan belum terlihat dalam praktik Kota Cimahi. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah daerah meningkatkan kapasitas dialogis dan keterlibatan masyarakat secara aktif melalui sosial media untuk membangun komunikasi yang lebih demokratis dan responsif.

Kata Kunci: Sosial Media, Komunikasi Simetris, Pemerintah Kota

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini, perkembangan media sosial semakin melesat, tak terkecuali dalam lingkungan Birokrasi, media sosial menjadi jembatan yang menghubungkan komunikasi antara Pemerintah dan Masyarakat. Media sosial juga bisa menjadi tempat pertukaran komunikasi dua arah simetris, sebagaimana dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (dalam Two-Way Symmetrical Communication Theory, 1984), yang menyebutkan bahwa "Komunikasi dua arah simetris diyakini mampu menciptakan hubungan yang seimbang antara komunikator dan komunikan melalui dialog, umpan balik, dan pemahaman timbal balik." Penelitian ini, menyorot akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bandung (@humas_bandung) dan Pemerintah Kota Cimahi (@cimahikota) sebagai studi kasus komunikasi dua arah simetris antara Pemkot Bandung dan Pemkot Cimahi pada Bulan Maret dan April 2025. Ditemukan bahwa dalam postingan platform instagram keduanya bukan hanya informasi satu arah saja, melainkan menunjukkan adanya timbal balik dari masyarakat melalui komentar, reaksi, dan pertanyaan-pertanyaan. Namun, interaksi tersebut belum sepenuhnya dapat dikatakan sebagai komunikasi dua arah simetris yang ideal, dikarenakan terdapat beberapa prinsip yang belum diimplementasikan dengan baik, seperti keterbukaan pemerintah dalam menanggapi kritik, opini, dan tanggapan publik yang kompleks dan beragam. Masalah utama terletak pada adanya perbedaan respons antara informasi yang diberikan oleh pemerintah dengan keterlibatan masyarakat dalam sosial media tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami sejauh mana prinsip komunikasi dua arah simetris diimplementasikan oleh pemerintah daerah terkhusus Pemkot Bandung dan Cimahi dalam konteks media sosial, khususnya Instagram, agar komunikasi publik untuk kedepannya dapat semakin partisipatif.

Penelitian Agnes Pertiwi Sutrisno dan Ira Dwi Mayangsari (2021) mengenai "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram secara signifikan dan positif membantu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Akun @humasbdg berhasil berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efektif dengan menyediakan berbagai konten informatif mengenai kegiatan pemerintahan dan layanan publik yang relevan dan mudah diakses oleh warga. Namun, studi ini lebih berfokus pada aspek penyampaian informasi satu arah dan belum secara mendalam mengkaji interaksi dua arah atau dialog antara pemerintah dan masyarakat. Menurut teori komunikasi simetris yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt, dialog timbal balik dan keterlibatan aktif publik sangat penting untuk membangun saling pengertian dan kepercayaan antara institusi dan masyarakat. Oleh karena itu, meskipun fungsi informatif media sosial pemerintah sudah berjalan baik, masih terdapat ruang untuk pengembangan komunikasi yang lebih partisipatif dan responsif agar interaksi antara pemerintah dan warga dapat meningkat.

Penelitian Fasya Al Rahmah, Hanny Hafiar, dan Heru Ryanto Budiana (2022) mengenai "Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi" memberikan perspektif yang berbeda dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan model SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) dari Regina Luttrell. Studi ini menemukan bahwa Pemerintah Kota Cimahi secara aktif memproduksi konten informatif seperti dokumentasi kegiatan wali kota, peringatan hari besar, dan edukasi publik melalui Instagram @cimahikota. Namun, meskipun konten yang diposting cukup rutin dan beragam, keterlibatan masyarakat di platform ini sangat rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh penutupan kolom komentar sejak krisis politik pada tahun 2020 yang menutup ruang dialog dan partisipasi warga. Akibatnya, komunikasi lebih banyak berjalan secara satu arah tanpa adanya umpan balik yang berarti dari masyarakat. Tingkat engagement yang hanya sekitar 0,38% memperkuat gambaran bahwa prinsip komunikasi dua arah simetris belum diterapkan secara optimal. Selain itu, hambatan struktural seperti birokrasi yang kurang fleksibel dan minimnya strategi untuk merespons secara cepat dan tepat juga menjadi penghalang bagi terciptanya komunikasi yang terbuka dan partisipatif. Penelitian ini menegaskan bahwa walaupun media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi media komunikasi yang interaktif dan responsif, implementasi di pemerintahan daerah masih menghadapi berbagai kendala baik dari sisi budaya organisasi maupun kapasitas teknis.

Kedua penelitian tersebut menyoroti bahwa keberhasilan komunikasi publik di media sosial bukan hanya ditentukan oleh keberadaan dan konsistensi konten, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah dalam membangun dialog dua arah yang efektif. Ini sangat penting untuk memperkuat hubungan kepercayaan dengan masyarakat dan mendorong partisipasi publik dalam proses pemerintahan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi dalam strategi komunikasi digital, serta kebijakan yang mendukung pengelolaan media sosial secara profesional dan partisipatif menjadi kunci utama agar media sosial dapat berfungsi optimal sebagai alat komunikasi pemerintahan modern yang responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Penelitian ini berpijak pada kerangka teori komunikasi dua arah yang bersifat simetris (Two-Way Symmetrical Communication Theory) sebagaimana dipopulerkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt pada tahun 1984. Teori ini merupakan salah satu model kunci dalam kajian hubungan masyarakat (public relations), yang menitikberatkan pada pentingnya dialog yang setara dan saling menghormati antara organisasi dan publik. Dalam konteks ini, komunikasi tidak lagi dipandang sebagai alat persuasi satu arah,

melainkan sebagai sarana untuk membangun pemahaman bersama (mutual understanding) dan menjembatani kepentingan dua pihak yang saling berinteraksi.

Komunikasi simetris dicirikan oleh adanya keterbukaan terhadap umpan balik (feedback), kesediaan untuk mendengarkan aspirasi publik, serta kemampuan organisasi untuk menyesuaikan kebijakannya demi mencapai titik temu yang saling menguntungkan. Model ini mencerminkan pendekatan yang lebih demokratis dalam membina hubungan antara institusi dan masyarakat, karena mengakui publik bukan hanya sebagai audiens pasif, tetapi sebagai mitra aktif dalam proses komunikasi.

Dalam era digital yang sangat dinamis saat ini, relevansi teori ini semakin kuat. Media sosial, seperti Instagram, menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi langsung, dua arah, dan real-time antara lembaga pemerintah dan warga negara. Luttrell (2019) menekankan bahwa transformasi digital telah mengubah pola komunikasi institusional dari yang bersifat monolog menjadi dialog, dan dari yang hanya informatif menjadi partisipatif. Fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, polling, dan siaran langsung (live stream) memberikan peluang bagi publik untuk terlibat aktif, mengemukakan pendapat, serta memperoleh respon secara cepat dari pihak penyelenggara layanan publik.

Dengan demikian, teori komunikasi dua arah simetris memberikan dasar konseptual yang kokoh dalam memahami bagaimana media sosial dapat digunakan oleh pemerintah daerah untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan kolaboratif dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial bukan hanya soal penyebaran informasi, tetapi juga soal membangun kepercayaan, legitimasi, dan partisipasi publik dalam tata kelola pemerintahan yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus komparatif untuk mengevaluasi dan menilai penerapan komunikasi dua arah simetris oleh Pemerintah Kota Bandung dan Kota Cimahi melalui akun Instagram resmi keduanya, yakni @humas_bandung dan @cimahikota. Fokus utama penelitian diarahkan pada analisis jenis dan distribusi konten yang dipublikasikan, tingkat partisipasi masyarakat melalui interaksi dalam fitur komentar, serta sejauh mana prinsip komunikasi simetris diterapkan dalam praktik komunikasi digital oleh kedua pemerintah daerah tersebut.

Data yang diperoleh dikumpulkan melalui dokumentasi dan analisis unggahan serta komentar selama periode Maret dan April 2025, mencakup total 487 postingan yang dikelompokkan ke dalam kategori seperti informasi layanan publik, edukasi, promosi, dan lainnya. Selain mengkaji jenis dan frekuensi konten, penelitian ini juga mengamati sejauh mana partisipasi masyarakat serta tanggapan pemerintah terhadap komentar masyarakat mencerminkan adanya interaksi yang positif.

Proses analisis dilakukan melalui identifikasi tema, kategorisasi konten, serta penilaian atas praktik interaksi yang sejalan dengan prinsip komunikasi dua arah simetris sebagaimana dirumuskan oleh Grunig dan Hunt (1984), yaitu “komunikasi yang berlandaskan pada transparansi, umpan balik yang seajar, serta upaya membangun pemahaman bersama antara lembaga dan publik.” Kebenaran data dijaga melalui triangulasi antara data unggahan, interaksi publik, dan dokumen pendukung lainnya. Pendekatan komparatif antara dua kota ini memberikan gambaran secara luas dan mendalam mengenai efektivitas dan tantangan komunikasi digital, sekaligus membuka peluang untuk merumuskan strategi komunikasi sosial media yang lebih partisipatif dan responsif di ranah pemerintahan daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menilai dan membandingkan sejauh mana prinsip komunikasi dua arah simetris diimplementasikan dalam praktik komunikasi digital oleh Pemerintah Kota Bandung dan Cimahi melalui akun resmi Instagram keduanya yaitu @humas_bandung dan @cimahikota. Tiga rumusan masalah utama yang dijadikan fokus dalam pembahasan ini meliputi: distribusi dan jenis konten yang dipublikasikan; Partisipasi masyarakat melalui interaksi dalam fitur komentar; serta apakah prinsip komunikasi simetris benar-benar diimplementasikan.

Distribusi dan Jenis Unggahan yang Dipublikasikan

Hasil observasi terhadap akun Instagram @humas_bandung menunjukkan terdapat konsistensi yang cukup dalam produksi dan distribusi konten. Selama bulan Maret hingga April 2025, tercatat sebanyak 202 unggahan yang mencakup beragam tema seperti informasi layanan publik, edukasi warga, promosi program kota, peringatan hari besar dan lain-lain. Penggunaan caption yang informatif dan desain yang menarik menunjukkan keseriusan dalam membangun komunikasi visual yang persuasif. Berdasarkan teori “Two-Way Symmetrical Communication”, hal ini menunjukkan langkah awal yang penting dalam menciptakan ruang komunikasi yang terbuka. Penyajian konten tidak hanya bersifat penyampaian informasi, tetapi juga mengarahkan opini publik dan membuka ruang diskusi.

Pemerintah Kota Bandung tampak mencoba menerapkan prinsip informasi sebagai landasan interaksi, yang menjadi bagian dari komunikasi simetris. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya digunakan sebagai penyampaian informasi satu arah saja, namun sebagai jembatan untuk membangun pemahaman antara pemerintah dan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Grunig dan Hunt (1984), bahwa “komunikasi simetris memerlukan adanya penyampaian pesan yang tidak memaksakan kehendak tetapi memberi ruang bagi respons dari publik.” Penelitian Sutrisno & Mayangsari (2021) mendukung hal tersebut dengan menyatakan bahwa akun @humas_bandung memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, meskipun tingkat interaksi antara pemerintah dan masyarakat masih terbatas.

Sebaliknya, distribusi konten pada akun @cimahikota lebih padat secara kuantitas, terhitung sebanyak 285 unggahan dalam periode bulan Maret dan April 2025, namun kurang memperlihatkan kualitas yang mendorong terjadinya interaksi. Fasya Al Rahmah et al. (2022) menemukan bahwa unggahan yang dipublikasikan oleh akun @cimahikota umumnya lebih mengarah kepada dokumentasi kegiatan wali kota dan aparat sipil negara (ASN), dan perayaan hari besar. Dalam konteks teori komunikasi simetris, hal ini menandakan komunikasi bersifat simbolik, bukan substantif. Informasi yang disebarluaskan bukan untuk di beri tanggapan oleh publik, melainkan hanya sebagai konsumsi masyarakat. Distribusi pesan seperti ini tidak mendorong adanya timbal balik dan malah mempertahankan informasi satu arah dalam hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Keterlibatan Masyarakat Melalui Interaksi Komentar

Keterlibatan publik pada akun Instagram dapat dilihat melalui fitur komentar, suka, dan bagikan. Pada akun @humas_bandung, beberapa unggahan mendapatkan tanggapan masyarakat yang tinggi—seperti unggahan mengenai peresmian gedung sekolah baru di SDN 090 Cibiru yang mendapatkan sebanyak 844 komentar, pengelolaan sampah di Kota Bandung dengan 826 komentar, dan unggahan #JanganDitiru: Buang Sampah Sembarangan, yang mendapatkan komentar sebanyak 815. Jumlah komentar tersebut menunjukkan adanya minat yang besar dari masyarakat terhadap isu-isu pelayanan

langsung. Namun, meskipun banyak masyarakat yang berkomentar terhadap unggahan-unggahan yang diberikan, masih sangat sedikit tanggapan atau balasan yang diberikan oleh pihak pengelola akun. Ini menandakan bahwa komunikasi dua arah masih belum diimplementasikan secara efektif. Dalam konteks komunikasi simetris, Mengaktifkan fitur komentar tanpa diiringi dengan respon berarti sama dengan membuka ruang interaksi tanpa ada rencana untuk mendengarkan atau menanggapi.

Kondisi ini berbanding terbalik dengan akun @cimahikota. Dalam banyak unggahan, masih terdapat komentar yang dinonaktifkan. Engagement rate akun tersebut hanya sebesar 0,38%, angka ini jauh di bawah benchmark ideal untuk sektor pemerintahan yaitu 1,75%. Menurut Regina Luttrell (2019), “engage adalah aspek paling krusial dalam strategi media sosial, karena percakapan yang terjadi secara real-time memungkinkan adanya pertukaran gagasan dan persepsi yang membentuk legitimasi sosial.” Ketika komentar ditutup atau dinonaktifkan, bukan hanya ruang diskusi yang hilang, tetapi juga kesempatan untuk mendengarkan langsung suara dari masyarakat yang ada di daerah tersebut. Dalam konteks ini, akun @cimahikota belum bisa memenuhi bahkan prasyarat dasar dari komunikasi simetris, yaitu membuka kanal interaksi.

Penerapan Prinsip Komunikasi Dua Arah Simetris

Merujuk pada teori Grunig dan Hunt (1984), “komunikasi simetris tidak hanya memfasilitasi penyampaian informasi dari pemerintah ke publik, tetapi juga mengakomodasi feedback, kritik, bahkan negosiasi makna yang berlangsung secara setara.” Pada akun @humas_bandung, meskipun komentar dibuka dan unggahan dipublikasikan dengan baik, kurangnya aksi pemerintah secara terlibat langsung dalam menanggapi komentar masyarakat menandakan model komunikasi yang lebih mendekati two-way asymmetrical—yakni dua arah yang bersifat manipulatif dan bukan interaktif.

Selain itu, akun @cimahikota mencerminkan model komunikasi satu arah yang kaku. Penutupan komentar, tidak adanya quick response system, dan lemahnya media monitoring menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Cimahi belum memiliki mekanisme yang mendorong komunikasi dua arah. Padahal, seperti yang disebut dalam konsep manage dan engage oleh Luttrell (2019), bahwa “media sosial menuntut respon cepat, analisis insight, dan kemampuan adaptif terhadap opini publik.” Ketidakefektifan dalam aspek-aspek ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Cimahi belum mengimplementasikan prinsip-prinsip komunikasi dua arah sebagai bagian dari tata kelola komunikasi digit

Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian, Pemerintah Kota Cimahi disarankan untuk secara serius mengevaluasi strategi komunikasi digital yang telah diterapkan. Minimnya frekuensi unggahan, kurangnya variasi konten, dan rendahnya interaksi publik menunjukkan perlunya perbaikan menyeluruh dalam pengelolaan akun media sosial resmi. Pemerintah Kota Cimahi dapat memulai dengan menyusun kalender unggahan yang rutin, mengembangkan konten visual yang lebih informatif seperti infografis dan video singkat, serta memanfaatkan fitur interaktif Instagram seperti polling, Q&A, atau siaran langsung untuk mendorong komunikasi dua arah. Selain itu, dibutuhkan alokasi sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang komunikasi digital agar pengelolaan akun tidak bersifat administratif semata, tetapi benar-benar strategis dan partisipatif.

Untuk Pemerintah Kota Bandung, meskipun telah menunjukkan kinerja yang baik dalam hal keaktifan memberi informasi, tetap diperlukan upaya berkelanjutan dalam menjaga kualitas, relevansi,

dan inovasi konten. Pemkot Bandung juga dapat menjadi contoh praktik terbaik (best practice) bagi daerah lain dalam mengelola media sosial pemerintahan yang aktif dan responsif. Pemerintah Kota Bandung juga didorong untuk memperkuat pendekatan partisipatif dengan mengangkat suara warga melalui konten, membuka ruang diskusi publik, serta secara aktif merespons aspirasi dan komentar yang masuk.

Bagi pembuat kebijakan, baik di tingkat daerah maupun nasional, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun komunikasi pemerintah yang lebih terbuka dan efisien. Oleh karena itu, perlu disusun kebijakan yang tidak hanya mendorong kehadiran pemerintah di media sosial, tetapi juga membekali institusi dengan pelatihan, panduan teknis, dan dukungan SDM agar komunikasi digital yang dijalankan tidak sekadar formalitas, melainkan menjadi sarana efektif untuk membangun transparansi, partisipasi, dan kepercayaan publik.

Selain itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mengadopsi pendekatan triangulasi data dengan menggabungkan observasi aktivitas digital, wawancara langsung dengan pengelola akun media sosial, serta analisis persepsi masyarakat sebagai pengguna layanan komunikasi pemerintah. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai dinamika komunikasi digital yang berlangsung. Penggunaan metode penelitian longitudinal juga direkomendasikan agar dapat memantau perkembangan pola komunikasi publik secara berkelanjutan, sekaligus melihat sejauh mana penerapan prinsip komunikasi dua arah simetris berubah dari teori menjadi praktik nyata dalam interaksi antara pemerintah dan masyarakat di ranah digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bandung (@humas_bandung) dan Pemerintah Kota Cimahi (@cimahikota), dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip komunikasi dua arah simetris oleh kedua pemerintah kota ini masih belum optimal. Pemerintah Kota Bandung telah menunjukkan kemajuan dengan menyediakan konten yang informatif serta membuka ruang komentar yang aktif, meskipun interaksi balasan dari pengelola akun belum konsisten dan maksimal. Kondisi ini menempatkan Bandung dalam tahap transisi menuju komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif. Di sisi lain, Pemerintah Kota Cimahi masih menerapkan komunikasi satu arah yang dominan, dengan penyampaian informasi yang bersifat top-down dan keterlibatan publik yang sangat terbatas. Penutupan kolom komentar serta rendahnya tingkat keterlibatan masyarakat menunjukkan bahwa potensi media sosial sebagai sarana partisipasi dan demokrasi digital belum dimanfaatkan secara optimal. Secara keseluruhan, Kota Bandung lebih progresif dalam membuka saluran komunikasi publik, sedangkan Kota Cimahi cenderung mempertahankan pendekatan yang lebih konservatif.. Temuan ini memperkuat teori Two-Way Symmetrical Communication yang menekankan pentingnya dialog, feedback, dan kesetaraan posisi dalam membentuk komunikasi yang efektif dan partisipatif antara pemerintah dan masyarakat.

Sumber Referensi

- Apriyani, Elma, Mudzirah N U R Amrullah, and Harmin Hatta. 2020. "Komunikasi Two-Way Symmetric Dalam Menjalin Hubungan Public Relations Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa)." *Jurnal Washiah* 1 (3): 501–16.
- Destrian, Ope, Yayan Nuryanto, Universitas Padjadjaran, "DINAMIKA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM ADVOKASI KESEHATAN LINGKUNGAN: STUDI KASUS SERLOK BANTARAN CIKAPUNDUNG.

- Ji, Jinbao, Zongxiang Hu, Weiqi Zhang, and Sen Yang. 2022. Development of Deep Learning Algorithms, Frameworks and Hardwares. Lecture Notes in Electrical Engineering. Vol. 942 LNEE. https://doi.org/10.1007/978-981-19-2456-9_71
- Nugraha, Aat Ruchiat, Diah Fatma Sjoraida, Lukiati Komala Erdinaya, and Kokom Komariah. 2020. "Komunikasi Humas Pemerintahan Kabupaten/Kota Di Jawa Barat Melalui Media Digital Instagram." Jurnal Kajian Komunikasi 8 (2): 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Rahmah, Fasya Al, Hanny Hafiar, and Heru Ryanto Budiana. 2022. "Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota Oleh Pemerintah Kota Cimahi." Jurnal Komunikasi Nusantara 4 (1): 128–39. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Sabila, Raissa Fitriya, and Suparman. 2025. "Analisis Digital Branding Pada Media Sosial Akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi" 5 (June): 957–67
- Muslim, I. F., Salsabila, F., & Priyono, P. (2022). The Urgence of Two-Way Communication Model in the Education Process.
- Astuti, M. W. A. (2023). Analisis Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pengaduan Masyarakat Dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan Kota Cimahi. Jurnal Registratie, 5(1), 20-37.
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., & Handrina, E. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. Ekasakti Jurnal Penelitian dan Pengabdian, 5(1), 23-32.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." Jurnal