

Analisis Budaya STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration) Pada Instagram Pemerintah Daerah Garut

Isna Siti Nursidah¹, Cahya Fatul Hayat², Fatahussalam Zaenudin³

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

E-mail korespondensi: isnasn07@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial menjadi sarana strategis dalam membangun komunikasi publik yang terbuka dan partisipatif, termasuk bagi pemerintah daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai budaya digital STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration) pada akun Instagram resmi Pemerintah Kabupaten Garut (@garutkab_official). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data sekunder berupa unggahan media sosial, artikel media massa, serta dokumen kebijakan, yang dianalisis melalui teknik analisis isi dan tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sharing dan transparency cukup tercermin dalam penyampaian informasi prestasi dan laporan keuangan, sementara aspek openness dan collaboration masih kurang optimal, ditandai oleh minimnya interaksi publik dan kolaborasi aktif. Pola komunikasi akun Instagram Pemkab Garut cenderung satu arah dan belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai ruang partisipatif. Keterbatasan penelitian ini meliputi terbatasnya jumlah unggahan yang dianalisis, tidak adanya data primer, serta pendekatan teoritik yang hanya mengacu pada konsep STOC. Oleh karena itu, disarankan penguatan strategi komunikasi digital yang lebih inklusif serta penggunaan metode dan teori yang lebih komprehensif pada penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Sosial Media, Budaya STOC, Pemkab Garut, Governansi Digital

PENDAHULUAN

Dalam era digital, media sosial telah menjadi sarana strategis bagi pemerintah daerah untuk membangun komunikasi publik yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif. Salah satu pendekatan yang relevan dalam menilai kualitas komunikasi digital pemerintah adalah konsep STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration) yang dikemukakan oleh (Khan, 2017), yang mencerminkan nilai-nilai budaya digital ideal dalam tata kelola informasi publik. Penulis berasumsi bahwa kehadiran media sosial, khususnya Instagram Pemerintah Kabupaten Garut, tidak hanya sebagai media penyebar informasi, tetapi juga seharusnya menjadi ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, masih sering ditemui ketimpangan antara tujuan komunikasi publik yang diharapkan dengan realitas penggunaan media sosial pemerintah yang cenderung satu arah dan seremonial. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana nilai-nilai STOC benar-benar diimplementasikan dalam konten dan interaksi media sosial tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengevaluasi dan merekomendasikan perbaikan strategi komunikasi digital Pemkab Garut melalui pendekatan budaya STOC agar lebih adaptif terhadap tuntutan transparansi dan partisipasi publik di era keterbukaan informasi.

Dalam konteks komunikasi digital pemerintahan, berbagai studi menegaskan pentingnya nilai-nilai seperti transparansi, partisipasi, dan kolaborasi—intisari konsep STOC. Pertama, (Adnyana & Iswanto, 2021) dalam meta-analisisnya terhadap 40 studi e-government menemukan bahwa media sosial memiliki efek positif yang signifikan terhadap e-government, dengan nilai efektivitas tertinggi terlihat pada aspek transparansi (effect size = 0,51), diikuti partisipasi komunitas (0,47) dan kolaborasi (0,45). Kemudian yang kedua, Dalam penelitian yang dilakukan (Manoharan et al., 2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan

kanal digital seperti situs web resmi oleh pemerintah kota di Amerika Serikat mencerminkan sebagian nilai dari konsep STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration), namun belum sepenuhnya seimbang—dan kondisi ini juga merefleksikan realitas penggunaan media sosial pemerintah, termasuk di Indonesia. Aspek *sharing* dan *transparency* sudah cukup terlihat melalui penyebaran informasi publik secara rutin, baik di situs resmi maupun media sosial seperti Instagram dan Facebook, namun sering kali masih bersifat satu arah. Sementara itu, nilai *openness* dan *collaboration* belum optimal diterapkan di platform media sosial; banyak akun pemerintah yang belum membuka ruang dialog yang aktif, seperti tanggapan terhadap komentar warga, survei online, atau undangan kolaboratif kepada komunitas. Padahal, media sosial memiliki potensi lebih besar daripada situs web dalam menjangkau masyarakat secara luas dan membangun keterlibatan dua arah secara cepat dan interaktif. Oleh karena itu, untuk mewujudkan branding digital yang lebih inklusif dan berdaya, pemerintah daerah perlu memperkuat fungsi partisipatif dan kolaboratif media sosial, menjadikannya bukan hanya saluran informasi, tetapi juga ruang komunikasi dan co-creation bersama masyarakat. Yang terakhir Penelitian yang dilakukan oleh (Aji et al., 2023) menunjukkan bahwa media sosial Instagram Dinas Perhubungan Surabaya telah digunakan secara aktif untuk mendukung pelayanan publik berbasis nilai-nilai STOC, yaitu Sharing, Transparency, Openness, dan Collaboration. Akun @dishubsurabaya tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menghadirkan konten edukatif, transparan terhadap program kerja, serta membuka ruang interaksi melalui kolom komentar dan fitur tanya jawab. Pengelola akun juga merespons langsung berbagai keluhan masyarakat secara cepat dan tanggap, yang mencerminkan keterbukaan dan kolaborasi antara pemerintah dan warga. Strategi ini membuat media sosial berperan bukan hanya sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai sarana pelayanan publik dan ruang partisipasi digital yang efektif.

Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram resmi Pemerintah Kabupaten Garut (@garutkab_official) yang merupakan salah satu kanal komunikasi digital pemerintah daerah yang cukup aktif. Akun ini menjadi menarik untuk diteliti karena secara tampilan dan aktivitas tampak berupaya menjangkau masyarakat luas melalui berbagai konten informasi kebijakan, kegiatan kepala daerah, serta layanan publik. Namun, perlu dipertanyakan sejauh mana akun ini benar-benar menerapkan nilai-nilai budaya digital seperti transparansi, keterbukaan, dan kolaborasi, sebagaimana idealnya dalam konsep STOC. Ketertarikan peneliti terhadap akun ini didasarkan pada tingginya aktivitas unggahan dan jumlah pengikut yang menandakan potensi besar dalam membangun komunikasi publik yang lebih partisipatif. Namun di sisi lain, belum banyak kajian akademik yang secara khusus mengevaluasi performa media sosial pemerintah daerah dengan pendekatan budaya STOC, terutama pada platform Instagram. Oleh karena itu, akun Instagram Pemkab Garut menjadi objek yang relevan dan penting untuk diteliti guna mengetahui apakah media sosial tersebut hanya bersifat simbolik atau benar-benar digunakan sebagai sarana komunikasi publik yang interaktif dan strategis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana nilai-nilai budaya digital yang tercakup dalam konsep STOC yakni sharing, transparency, openness, dan collaboration—diimplementasikan dalam pengelolaan dan konten akun Instagram Pemerintah Kabupaten Garut. Melalui analisis ini, peneliti berharap dapat menilai apakah media sosial tersebut telah dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi publik yang partisipatif, atau justru masih terbatas pada fungsi informatif yang bersifat satu arah. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran strategis media sosial pemerintah daerah dalam membangun budaya komunikasi digital yang terbuka dan kolaboratif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah

lainnya dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih efektif dan sesuai dengan tuntutan era digital yang menekankan transparansi dan keterlibatan warga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis data sekunder, cocok untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai Sharing, Transparency, Openness, dan Collaboration (STOC) terefleksikan dalam komunikasi media sosial pemerintah daerah. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti menyampaikan ringkasan dalam bahasa sehari-hari yang mudah dipahami (Colorafi & Evans, 2016). Sumber data yang digunakan meliputi unggahan resmi (Instagram, Twitter, dan Facebook), interaksi publik, artikel media massa, serta dokumen kebijakan komunikasi publik. Teknik pengumpulan data berupa studi dokumentasi untuk mengumpulkan sumber digital dan kajian literatur untuk memperkuat landasan teori mengenai budaya STOC, sebagaimana direkomendasikan oleh studi deskriptif media vlogging di Kota Semarang.

Analisis dilakukan menggunakan analisis isi dan analisis tematik, dua teknik yang umum digunakan dalam penelitian deskriptif karena mampu menyajikan temuan yang kaya tetapi tetap lugas. Peneliti akan mengidentifikasi praktik *sharing* (unggahan informasi rutin), *transparency* (publikasi laporan keuangan), *openness* (respon terhadap kritik), dan *collaboration* (ajakan kolaborasi komunitas). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber antara media sosial, dokumen resmi, dan pemberitaan media massa. Pendekatan ini selaras dengan karakteristik penelitian deskriptif—yang bertujuan menggambarkan fenomena sosial tanpa berenang terlalu jauh ke ranah teori abstrak (Lestari & Sasmita, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menganalisis empat unggahan dari akun resmi Instagram Pemerintah Kabupaten Garut (@garutkab_official), yang masing-masing mewakili satu unsur nilai STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration). Analisis dilakukan untuk menggambarkan bagaimana nilai-nilai tersebut tercermin dalam praktik komunikasi media sosial pemerintah daerah.

Sharing (berbagi informasi)

Pada tanggal 23 Juni 2025, akun Instagram @garutkab_official membagikan unggahan yang berisi informasi mengenai prestasi kontingen Kabupaten Garut dalam ajang lomba religi. Dalam unggahan tersebut, ditampilkan daftar juara yang diraih, seperti Juara 1 Tilawah Dewasa Putri, Juara 1 Murotal Remaja Putri, dan beberapa kategori lainnya. Peneliti menilai bahwa unggahan ini mencerminkan nilai *sharing* karena menyampaikan informasi positif berupa pencapaian daerah yang membanggakan.

Konten disampaikan secara terstruktur dalam format daftar yang jelas, sehingga memudahkan masyarakat dalam memahami isi pesan. Pemerintah daerah tampak berupaya menyebarkan kabar baik kepada publik melalui media sosial sebagai bentuk komunikasi rutin dan terbuka. Namun, unggahan ini masih kurang memberikan konteks yang lebih lengkap, seperti lokasi lomba, instansi penyelenggara, atau asal peserta. Selain itu, tidak terdapat ajakan interaksi atau ungkapan selamat kepada para juara, yang seharusnya dapat memperkuat keterlibatan masyarakat dan membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Transparency (keterbukaan)

Reel yang diunggah oleh akun @garutkab_official menampilkan momen penyerahan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kabupaten Garut Tahun Anggaran 2024 oleh Bupati Garut. Unggahan ini mencerminkan nilai *Transparency* karena menunjukkan secara terbuka proses penyerahan laporan keuangan kepada publik, termasuk status laporan yang masih unaudited.

Visualisasi proses ini memperkuat kesan bahwa pemerintah daerah berkomitmen terhadap keterbukaan informasi, khususnya dalam hal pertanggungjawaban penggunaan anggaran. Namun, reel ini masih dapat ditingkatkan dengan menambahkan penjelasan ringkas mengenai isi utama laporan, seperti ringkasan anggaran dan capaian, serta menyediakan tautan akses untuk masyarakat yang ingin membaca dokumen secara lengkap.

Openness (keterbukaan terhadap masukan)

Reel @garutkab_official yang diunggah pada 14 Oktober 2024 menampilkan kampanye “Sampurasun Parawargi LAPOR!”, yakni layanan aspirasi dan pengaduan online rakyat yang dibuka oleh pemerintah Kabupaten Garut. Unggahan ini mencerminkan nilai *Openness* karena secara eksplisit mengajak masyarakat untuk menyampaikan kritik, saran, atau keluhan melalui saluran resmi yang disediakan. Ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah terbuka terhadap partisipasi publik dalam proses pemerintahan.

Namun, unggahan tersebut masih memiliki kekurangan karena tidak menampilkan respons langsung terhadap aduan masyarakat maupun petunjuk teknis penggunaan layanan, seperti tautan akses atau prosedur pengaduan. Akibatnya, meskipun niat keterbukaan sudah ditampilkan, implementasi keterlibatan publik belum sepenuhnya optimal.

Collaboration (kolaborasi)

Unggahan @garutkab_official tentang jadwal SIM Keliling Polres Garut Juni 2025 mencerminkan nilai *Collaboration* karena menunjukkan sinergi antara pemerintah daerah dan institusi kepolisian dalam menyediakan layanan publik yang lebih dekat dan mudah dijangkau masyarakat. Program ini merupakan bentuk kerja sama lintas lembaga yang bertujuan mempermudah proses perpanjangan SIM dan meningkatkan kepatuhan hukum warga. Bahasa yang digunakan dalam caption juga santai dan komunikatif, menandakan pendekatan kolaboratif yang bersahabat antara penyelenggara layanan dan masyarakat.

Meskipun demikian, unggahan ini bisa lebih memperkuat nilai kolaborasi dengan menyertakan dokumentasi visual interaksi langsung antara petugas dan warga, atau testimoni masyarakat yang merasa terbantu dengan adanya layanan tersebut.

Diskusi

Hasil memperlihatkan bahwa Pemerintah Kabupaten Garut melalui akun Instagram resminya telah mencoba merepresentasikan nilai-nilai budaya digital STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration). Hal ini tampak dari konten-konten yang membagikan informasi prestasi daerah, pelaporan keuangan, ajakan partisipatif, hingga kolaborasi dengan institusi eksternal. Namun, sebagaimana dikritisi dalam hasil pembahasan, implementasi nilai-nilai tersebut masih belum sepenuhnya maksimal, terutama dalam aspek interaktivitas dan partisipasi publik. Pola komunikasi masih cenderung satu arah, dengan minimnya respons langsung terhadap aspirasi masyarakat.

Temuan dalam penelitian ini diperkuat oleh berbagai studi yang menyoroti keterbatasan pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah dalam membangun komunikasi publik yang

bermakna. (Relations, 2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh pemerintah di Indonesia umumnya masih bersifat satu arah, di mana konten lebih fokus pada penyampaian informasi kelembagaan daripada mendorong keterlibatan aktif warga. Meskipun informasi yang dibagikan sering kali bersifat positif dan membangun citra, interaksi dua arah masih minim, sehingga tujuan partisipasi publik belum tercapai secara maksimal. Kondisi ini sangat relevan dengan praktik komunikasi yang diamati pada akun @garutkab_official, di mana konten sudah menyentuh elemen sharing dan transparency, namun belum cukup mendorong respons atau partisipasi warga secara langsung.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Widiatmoko et al., (Widiatmoko et al., 2023) yang menegaskan bahwa aspek transparansi dalam e-government memang seringkali lebih menonjol dibandingkan dengan aspek partisipasi atau kolaborasi. Dalam meta-analisis mereka, efektivitas tertinggi media sosial pemerintah ditemukan pada dimensi transparansi, disusul partisipasi dan kolaborasi. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut, karena di akun Instagram @garutkab_official, keterbukaan informasi (transparency) tampak cukup menonjol melalui unggahan laporan keuangan, sementara upaya membangun dialog (openness) dan kerja sama aktif (collaboration) masih cenderung simbolik. Studi berjudul *Local Government Use Website and Twitter as Communication and Interaction Tools* menemukan bahwa meskipun akun media sosial pemerintah kota di Jawa Barat, khususnya Twitter, cukup aktif dalam menyebarkan informasi publik, tingkat interaksi dan keterlibatan masyarakat masih tergolong “kurang optimal” (Misran et al., 2021). Temuan ini mencerminkan kondisi serupa pada akun Instagram @garutkab_official, yang meskipun rutin mengunggah konten informatif, masih dominan bersifat satu arah tanpa membangun ruang dialog atau interaksi bermakna dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pemerintah daerah, sehingga efektivitasnya dalam mendukung partisipasi publik masih perlu ditingkatkan.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga mencerminkan situasi yang digambarkan Manoharan et al. (Manoharan et al., 2023), yang meneliti kanal digital pemerintah kota di AS. Mereka menyatakan bahwa sharing dan transparency lebih banyak diakomodasi dalam kanal digital, sedangkan openness dan collaboration sering kali terabaikan. Penelitian ini menunjukkan refleksi yang serupa di konteks lokal Indonesia, di mana komunikasi digital Pemkab Garut lebih terfokus pada penyebaran informasi dibanding penguatan komunikasi dua arah dan ruang partisipatif warga.

Lebih dari sekadar mencerminkan praktik umum yang ditemukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, studi ini juga mempertegas perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam pengelolaan komunikasi publik digital. Seperti yang disampaikan Khan (Khan, 2017), media sosial bukan hanya alat penyampai informasi, tetapi seharusnya menjadi sarana membangun relasi sosial baru antara pemerintah dan warga. Namun, pada kasus Instagram Pemkab Garut, fungsi strategis ini belum sepenuhnya dimanfaatkan. Konten masih berpusat pada penyampaian narasi institusional, bukan dialog yang inklusif dan memberdayakan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah daerah sudah menggunakan media sosial, namun pendekatannya belum mengakar pada prinsip keterlibatan (engagement) yang menjadi inti dari transformasi digital sektor publik.

Di sinilah pentingnya belajar dari praktik di daerah lain yang telah lebih adaptif. Seperti yang diuraikan oleh Aji et al. (Aji et al., 2023), kolaborasi dan keterbukaan nyata terjadi ketika pengelola akun secara aktif merespons masukan warga, mempublikasikan proses kerja secara transparan, dan membuka ruang untuk aspirasi publik. Praktik semacam ini belum dominan terlihat di akun @garutkab_official, yang

artinya masih ada ruang besar untuk perbaikan, terutama dalam aspek interaksi langsung dengan publik serta pelibatan komunitas lokal dalam produksi konten dan penyusunan agenda komunikasi.

Dengan demikian, korelasi ini menunjukkan bahwa meskipun nilai-nilai STOC sudah mulai diterapkan, masih diperlukan optimalisasi strategi komunikasi digital agar media sosial pemerintah benar-benar menjadi ruang yang hidup bagi partisipasi dan kolaborasi warga. Kesadaran akan pentingnya keterlibatan publik perlu diterjemahkan tidak hanya dalam bentuk ajakan formal, tetapi juga dalam tindakan nyata seperti menjawab komentar, menyediakan forum diskusi daring, dan mendorong co-creation kebijakan publik melalui kanal digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram resmi Pemerintah Kabupaten Garut (@garutkab_official) telah merefleksikan sebagian nilai budaya digital STOC (Sharing, Transparency, Openness, Collaboration), seperti penyebaran informasi prestasi daerah (sharing), pelaporan keuangan (transparency), ajakan melalui kanal pengaduan LAPOR! (openness), dan kolaborasi dengan Polres Garut (collaboration). Namun, implementasi nilai-nilai tersebut masih belum optimal karena komunikasi cenderung satu arah dan minim interaksi publik yang bermakna. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, baik dari sisi teori yang hanya mengacu pada konsep STOC tanpa pembandingan konseptual lainnya, maupun dari sisi metode yang mengandalkan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis data sekunder dan analisis atas empat unggahan, tanpa melibatkan data primer seperti wawancara atau observasi langsung. Teknik analisis isi dan tematik yang digunakan masih kurang mendalam dalam menggambarkan dinamika komunikasi digital secara menyeluruh.

Oleh karena itu, direkomendasikan agar pemerintah daerah mengoptimalkan strategi komunikasi yang lebih partisipatif dengan memperluas fitur interaktif seperti forum diskusi dan merespons komentar warga, sementara penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode campuran dan pendekatan teoritik yang lebih beragam. Selain itu, pengelola akun media sosial pemerintah perlu mendapatkan pelatihan dalam komunikasi digital yang inklusif dan penguatan kapasitas dalam mengelola interaksi publik untuk meningkatkan efektivitas media sosial sebagai ruang pelayanan dan partisipasi warga.

Sumber Referensi

- Adnyana, I. M., & Iswanto, H. (2021). Open Access Indonesia Journal of Social Sciences. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 4(1), 132–142. <https://journalsocialsciences.com/index.php/OAIJSS>
- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Colorafi, K. J., & Evans, B. (2016). Qualitative descriptive methods in health science research. *HERD: Health Environments Research & Design Journal*, 9(4), 16–25.
- Khan, G. F. (2017). Social Media for Government- A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere. In *Social Media for Government*.
- Lestari, M. T., & Sasmita, L. A. (2020). Pemanfaatan Vlog dalam Penyampaian Informasi Publik Pemerintah Kota Semarang. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 147–164.
- Manoharan, A. P., Hohensinn, L., & Wu, H. C. (2024). Public Branding in the Digital Age: An Empirical Investigation of U.S. Cities. *International Journal of Public Administration*, 48(1), 43–54. <https://doi.org/10.1080/01900692.2024.2311385>

- Manoharan, A. P., Melitski, J., & Holzer, M. (2023). Digital governance: An assessment of performance and best practices. *Public Organization Review*, 23(1), 265–283.
- Misran, M., Kurnaedi, D., Nurmandi, A., Rahmawati, D. E., & Budiman, B. (2021). Local Government Use Website and Twitters as Communication and Interaction Tools. *The Journal of Society and Media*, 5(2), 438–455. <https://doi.org/10.26740/jsm.v5n2.p438-455>
- Relations, P. (2020). Anang Dwi SANTOSO * Dhia K. RINJANY ** Oemar Madri BAFADHAL *** *Social Media and Local Government in Indonesia : Adoption , Use and Stakeholder Engagement*. 22(3), 21–35.
- Widiatmoko, C., Simarmata, R. P., Gunadi, G. A., Amazihono, M., & Watimena, J. S. (2023). E-Government as A Tool to Increase Public Participation in Public Decision Making. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(3), 272–278.