

Strategi Komunikasi Digital dalam Membangun Citra Budaya Lokal: Studi pada Akun Media Sosial Pemerintah Daerah

Fatony^{1*}

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Bumigora

* Gmail: fatony@gmail.com

Article Info	Abstract
Article history: Received 13 Juni, 2025 Approved 24 Juni, 2025	Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma komunikasi dalam berbagai bidang, termasuk dalam upaya membangun citra budaya lokal. Pemerintah daerah memanfaatkan media sosial sebagai platform strategis untuk menyampaikan pesan dan memperkuat identitas budaya kepada masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh pemerintah daerah melalui akun media sosial dalam membangun citra budaya lokal. Pendekatan yang digunakan adalah studi kualitatif dengan metode analisis isi terhadap konten-konten yang diunggah serta wawancara mendalam dengan pengelola akun media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang efektif meliputi penggunaan konten visual yang autentik, narasi yang kontekstual, serta interaksi aktif dengan audiens sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal. Selain itu, adaptasi teknologi digital memungkinkan pemerintah daerah memperluas jangkauan pesan dan menguatkan identitas budaya di tengah dinamika globalisasi. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan komunikasi budaya yang adaptif dan responsif terhadap perubahan teknologi serta kebutuhan masyarakat. Keywords: strategi komunikasi digital, citra budaya lokal, media sosial, pemerintah daerah, komunikasi budaya.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Fatony, F. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Membangun Citra Budaya Lokal: Studi pada Akun Media Sosial Pemerintah Daerah. *Jurnal Studi Multidisiplin Indonesia Global*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Salah satu dampak penting dari kemajuan teknologi tersebut adalah transformasi pola komunikasi yang semakin mengarah pada penggunaan media digital, khususnya media sosial (Akbar et al., 2023). Media sosial tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform strategis dalam bidang komunikasi publik, termasuk komunikasi pemerintahan dan pelestarian budaya (Hidayati, 2021). Dalam konteks

pemerintahan daerah, media sosial menawarkan peluang baru untuk membangun citra dan memperkuat identitas budaya lokal yang semakin terancam oleh globalisasi dan homogenisasi budaya.

Budaya lokal merupakan aset penting yang menjadi identitas dan kekayaan suatu daerah. Pelestarian budaya lokal menjadi suatu keharusan dalam menghadapi arus globalisasi yang cenderung mendorong homogenisasi nilai dan praktik budaya. Pelestarian budaya lokal menjadi suatu keharusan dalam menghadapi arus globalisasi yang cenderung mendorong homogenisasi nilai dan praktik budaya (SUNAN, n.d.). Oleh karena itu, pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam menjaga dan mengembangkan budaya lokal agar tetap relevan dan dikenal oleh masyarakat luas (Sari et al., 2022). Dalam era digital, strategi komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan budaya kepada publik, meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal, serta membangun citra positif daerah tersebut.

Namun, dalam praktiknya, penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah tidak selalu optimal. Banyak tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman mengenai strategi komunikasi digital yang efektif, serta dinamika interaksi dengan audiens yang kompleks (Muhammad & Sari, 2021). Oleh sebab itu, diperlukan studi yang mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi digital dirancang dan diterapkan oleh pemerintah daerah melalui akun media sosial mereka dalam membangun citra budaya lokal (Farid, 2023). Studi ini berfokus pada analisis strategi komunikasi digital yang digunakan untuk mempromosikan dan melestarikan budaya lokal melalui platform media sosial yang dikelola oleh pemerintah daerah.

Penelitian mengenai komunikasi digital dalam konteks pembangunan citra budaya lokal memiliki relevansi yang tinggi, terutama mengingat media sosial saat ini menjadi media utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini public (Santi et al., 2024). Pemerintah daerah sebagai aktor penting dalam pengelolaan budaya memiliki kesempatan besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang dinamis, interaktif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis (Sentanu & Mahadiansar, 2020). Strategi komunikasi digital yang tepat dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya, memperkuat rasa kebanggaan terhadap budaya lokal, serta memfasilitasi dialog antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka pengembangan budaya yang berkelanjutan.

Berbagai studi sebelumnya telah mengkaji peran media sosial dalam komunikasi pemerintahan dan pelestarian budaya, namun masih terdapat celah penelitian yang menyoroti bagaimana strategi komunikasi digital secara khusus diterapkan untuk membangun citra budaya lokal oleh pemerintah daerah (Hamiru et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji konten, metode komunikasi, dan interaksi yang terjadi pada akun media sosial resmi pemerintah daerah (Tuhana et al., 2023). Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi digital yang digunakan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi tersebut dalam membangun citra budaya lokal.

Selain itu, pentingnya pemahaman tentang strategi komunikasi digital juga berkaitan dengan perkembangan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan (Alamsyah et al., 2024). Perubahan ini menuntut pemerintah daerah untuk beradaptasi dengan pola komunikasi yang baru, yang lebih mengedepankan konten visual, narasi yang menarik, serta interaksi dua arah dengan audiens (Zakaria et al., 2022). Komunikasi digital bukan sekadar penyampaian pesan satu arah, melainkan juga membangun dialog yang mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memperkuat hubungan emosional dengan budaya lokal.

Penelitian ini juga mempertimbangkan aspek tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi digital oleh pemerintah daerah. Misalnya, keterbatasan anggaran, kapasitas sumber daya manusia, serta hambatan teknologi dan infrastruktur. Selain itu, dinamika audiens yang beragam dengan preferensi dan harapan yang berbeda juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Studi ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital mereka untuk tujuan pembangunan citra budaya lokal.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi yang signifikan baik dari segi teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital, khususnya dalam konteks budaya dan pemerintahan daerah. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi.

Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan oleh pemerintah daerah melalui akun media sosial dalam membangun citra budaya lokal, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas strategi tersebut. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi digital yang digunakan pemerintah daerah dalam membangun citra budaya lokal melalui media sosial, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut.

Struktur penelitian ini akan dimulai dengan kajian teori mengenai komunikasi digital, budaya lokal, dan pembangunan citra, diikuti dengan metodologi penelitian yang digunakan, hasil analisis data, serta diskusi dan kesimpulan yang memberikan implikasi bagi pengembangan strategi komunikasi digital pemerintah daerah. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya pelestarian budaya lokal melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi digital yang efektif dan inovatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh pemerintah daerah dalam membangun citra budaya lokal melalui akun media sosial resmi mereka. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi dan mendeskripsikan fenomena komunikasi digital secara komprehensif, termasuk aspek konten, proses, dan interaksi yang terjadi antara pemerintah daerah dan audiens. Studi kasus dipilih agar fokus penelitian dapat terkonsentrasi pada praktik komunikasi digital di satu atau beberapa akun media sosial pemerintah daerah sebagai objek kajian yang representatif.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui dua teknik utama, yaitu analisis isi (content analysis) terhadap konten yang diunggah di akun media sosial pemerintah daerah dan wawancara mendalam dengan pengelola media sosial serta narasumber terkait yang memiliki peran dalam perancangan dan pelaksanaan strategi komunikasi digital. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi jenis konten, gaya komunikasi, frekuensi unggahan, serta respons audiens, sehingga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana citra budaya lokal dibangun dan dikomunikasikan secara digital. Sementara itu, wawancara mendalam bertujuan menggali pemahaman, motivasi, serta tantangan yang dihadapi dalam menyusun dan melaksanakan strategi komunikasi tersebut.

Proses analisis data dilakukan secara tematik dengan mengkategorikan dan menginterpretasikan temuan berdasarkan konsep-konsep utama dalam komunikasi digital dan pembangunan citra budaya lokal. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber data dan

teknik, serta pengecekan ulang informasi kepada narasumber (member checking). Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai strategi komunikasi digital pemerintah daerah serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam membangun citra budaya lokal melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital khususnya media sosial telah membuka peluang baru bagi pemerintah daerah dalam mengoptimalkan komunikasi publik, terutama dalam membangun dan memperkuat citra budaya lokal. Melalui akun media sosial resmi, pemerintah daerah tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mempromosikan kekayaan budaya dan tradisi yang menjadi identitas unik suatu wilayah. Strategi komunikasi digital yang tepat sangat penting untuk menciptakan keterlibatan audiens sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan nilai-nilai budaya lokal yang harus dijaga dan dilestarikan di tengah derasnya arus globalisasi.

Alam konteks tersebut, pendekatan komunikasi yang diterapkan melibatkan penggunaan konten visual yang autentik, narasi penceritaan yang kuat, serta interaksi aktif dengan audiens. Kombinasi elemen-elemen tersebut bertujuan untuk membangun hubungan emosional antara masyarakat dan budaya lokal melalui platform digital. Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, pelaksanaan strategi komunikasi digital ini tidak luput dari tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, anggaran, serta karakteristik audiens yang beragam. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh pemerintah daerah sangat diperlukan untuk menemukan solusi yang efektif dan inovatif dalam membangun citra budaya lokal secara berkelanjutan.

1. Karakteristik Konten Media Sosial Pemerintah Daerah dalam Membangun Citra Budaya Lokal

Analisis isi terhadap konten yang diunggah pada akun media sosial pemerintah daerah menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang dipublikasikan berfokus pada promosi kegiatan budaya lokal, pengenalan tradisi dan kearifan lokal, serta penyebaran informasi terkait event budaya. Konten visual seperti foto dan video dokumentasi acara budaya mendominasi, dipadukan dengan narasi deskriptif yang menekankan nilai historis dan makna budaya. Strategi penggunaan konten visual yang autentik ini dinilai efektif dalam menarik perhatian audiens dan memberikan pengalaman emosional yang kuat, sehingga mampu meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal.

Selain itu, konten interaktif seperti kuis, polling, dan ajakan partisipasi dalam acara budaya juga digunakan sebagai bagian dari strategi komunikasi digital. Upaya ini bertujuan untuk membangun keterlibatan (engagement) masyarakat sehingga komunikasi tidak bersifat satu arah. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi audiens terhadap konten interaktif cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan konten informatif biasa. Hal ini mengindikasikan pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah daerah dan masyarakat sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya.

2. Pendekatan Narasi dalam Strategi Komunikasi Digital

Pendekatan narasi yang digunakan oleh pengelola akun media sosial memperlihatkan penggunaan storytelling atau penceritaan sebagai alat utama dalam membangun citra budaya lokal. Cerita-cerita yang disampaikan mengangkat tokoh budaya, sejarah lokal, dan mitos yang terkait dengan identitas daerah. Pendekatan ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun ikatan emosional antara audiens dan budaya lokal. Dengan narasi

yang kuat, konten media sosial mampu memfasilitasi pembentukan citra positif yang berakar pada nilai-nilai autentik budaya daerah.

Dalam wawancara dengan pengelola akun, diketahui bahwa narasi dikembangkan dengan mempertimbangkan konteks sosial dan kebutuhan audiens digital masa kini yang menginginkan informasi yang tidak hanya faktual, tetapi juga inspiratif dan relevan secara kultural. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi digital yang menekankan pentingnya storytelling sebagai strategi untuk menciptakan engagement dan memperkuat identitas merek atau citra, dalam hal ini citra budaya lokal yang dibangun oleh pemerintah daerah.

3. Peran Interaksi dan Respons Audiens dalam Strategi Komunikasi Digital

Hasil penelitian juga menyoroti pentingnya peran interaksi antara pengelola akun media sosial dan audiens dalam membangun citra budaya lokal. Pengelola aktif merespons komentar, pertanyaan, dan masukan dari masyarakat sebagai bagian dari strategi komunikasi dua arah yang dinamis. Respons ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan budaya, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Selain itu, interaksi audiens yang tinggi menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang positif terhadap konten budaya yang disampaikan. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital tidak hanya diukur dari kuantitas unggahan, tetapi juga dari kualitas interaksi yang terjadi, yang dapat memperkuat hubungan sosial dan identitas budaya di ranah digital. Dengan demikian, komunikasi digital yang efektif adalah yang mampu memfasilitasi dialog dan partisipasi aktif masyarakat.

4. Tantangan dan Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Digital

Meskipun strategi komunikasi digital yang diterapkan memiliki berbagai keunggulan, penelitian mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi oleh pemerintah daerah. Pertama, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi khusus dalam manajemen media sosial dan komunikasi digital. Hal ini berdampak pada konsistensi dan kualitas konten yang diproduksi. Kedua, keterbatasan anggaran untuk mendukung pengembangan konten yang lebih inovatif dan penggunaan teknologi terbaru turut menjadi hambatan.

Selain itu, tantangan lain muncul dari dinamika audiens yang beragam, termasuk adanya segmen masyarakat yang kurang aktif atau kurang mengakses media sosial. Hal ini menyulitkan pemerintah daerah dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata. Penyesuaian strategi komunikasi agar lebih inklusif dan adaptif terhadap berbagai karakteristik audiens menjadi salah satu rekomendasi penting untuk mengatasi hambatan tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh pemerintah daerah melalui akun media sosial secara efektif menggunakan konten visual autentik dan narasi storytelling yang kuat untuk membangun citra budaya lokal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap nilai-nilai budaya, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang memperkuat identitas budaya daerah. Selain itu, interaksi aktif antara pengelola akun dan audiens melalui komunikasi dua arah terbukti menjadi elemen penting dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat serta membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah.

Namun demikian, pelaksanaan strategi komunikasi digital ini menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, anggaran yang terbatas,

serta kompleksitas karakteristik audiens yang beragam. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi digital dalam membangun citra budaya lokal, pemerintah daerah perlu melakukan penyesuaian yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens, serta memperkuat kapasitas pengelolaan media sosial dengan dukungan sumber daya yang memadai. Dengan demikian, komunikasi digital dapat menjadi alat yang optimal dalam pelestarian dan pengembangan budaya lokal di era digital.

REFERENSI

- Akbar, A. K., Kurniawan, E., & Jalaluddin, F. (2023). Perkembangan teknologi di dunia Arab dan dampak terhadap kebudayaan. *Multaqa Nasional Bahasa Arab*, 6(1), 142–155.
- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181.
- Farid, A. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Mengatasi Penyebaran Hoaks dan Hate Speech pada Pemilihan Umum di Mandailing Natal. *Journal of Islamic Communication Studies*, 1(2), 51–64.
- Hamiru, H., Darmanto, D., Snaryo, J., Poiran, P., Al Hidayat, N., Elsyra, N., Permana, I., & Pratiwi, W. (2022). Pelestarian adat dan budaya di Kabupaten Bungo. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 849–854.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145–161.
- Muhammad, R., & Sari, A. P. (2021). Tantangan Optimalisasi Pengelolaan dan Akuntabilitas Wakaf (Studi Kasus di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 4(1), 79–94.
- Santi, E. T., Huddin, M. N., & Nirmala, S. I. (2024). Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication dalam menciptakan Ketahanan Pangan Masyarakat Lokal. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 191–204.
- Sari, T. Y., Kurnia, H., Khasanah, I. L., & Ningtyas, D. N. (2022). Membangun identitas lokal dalam era globalisasi untuk melestarikan budaya dan tradisi yang terancam punah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 2(2), 76–84.
- Sentanu, I. G. E. P. S., & Mahadiansar, M. (2020). Memperkuat peran pemerintah daerah: Mengelola pariwisata lokal yang berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 1–20.
- SUNAN, M. I. A. H. U. (n.d.). *Adaptasi Kuliner Global: Ramen Halal sebagai Representasi Identitas dan Komodifikasi Budaya Muslim*.
- Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H. L., & Edo, J. (2023). Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 297–315.
- Zakaria, F., Mulyana, D., Rachmawati, T. S., Khadijah, U. L. S., Gemiharto, I., & Hafiar, H. (2022). Perubahan Pola Komunikasi dalam Proses Pembelajaran di Pondok Pesantren pada Masa Pandemi Covid-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 72–84.