

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISARPUS KOTA BANDUNG DALAM UPAYA MEMBANGUN KESADARAN KRITIS MASYARAKAT TERHADAP INFORMASI DIGITAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada Instagram @bdg.disarpus)

Siesiliana Haqqe Dzar

Universitas Langlangbuana

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2026

Revised Oktober 2026

Accepted Oktober 2026

Available online Oktober 2026

Email:

sisilhqq@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi humas Dinas Arsip dan Perpustakaan (Disarpus) Kota Bandung dalam upaya membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi digital melalui Instagram @bdg.disarpus. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan Four-Step Public Relations Process Cutlip, Center, dan Broom (2009), meliputi defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, serta evaluating the program. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap lima informan, observasi akun Instagram, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat tahap proses humas telah dijalankan, tetapi belum diarahkan sebagai program komunikasi yang spesifik dan terukur untuk membangun kesadaran kritis. Pada tahap pendefinisian masalah, arah komunikasi lebih banyak ditentukan oleh visi, misi, dan kebutuhan masyarakat yang dipersepsikan, sementara pemetaan kebutuhan khalayak belum sistematis. Pada tahap perencanaan, Disarpus menggunakan kalender kegiatan, kalender konten, Trello, pembagian tugas, konsep dan format konten, serta koordinasi sebelum publikasi, tetapi belum menetapkan sasaran, intensitas, pesan khusus, dan indikator keberhasilan yang secara khusus mengukur kesadaran kritis. Pada tahap aksi dan komunikasi, pesan disampaikan melalui Feed, Reels, Story, caption, fitur interaktif, dan sumber informasi. Dari 35 konten literasi yang diamati, hanya tiga yang secara langsung berkaitan dengan kesadaran kritis informasi digital, yaitu "Saring Sebelum Sharing", "Kenali Berita, Hindari Hoaks", dan "Keamanan Data Pribadi". Evaluasi menggunakan Instagram Insights dan indikator kelembagaan, tetapi belum mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Humas, Kesadaran Kritis, Literasi Digital, Instagram

Abstract

This study aims to analyze the public relations communication strategy of the Bandung City Archives and Library Agency (Disarpus) in its efforts to build public critical awareness regarding digital information via the Instagram account @bdg.disarpus. The study employs a constructivist paradigm with a qualitative descriptive approach and utilizes the Four-Step Public Relations Process by Cutlip, Center, and Broom (2009): defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, and evaluating the program. Data were collected through semi-structured interviews with five informants, observation of the Instagram account, and documentation. Data analysis followed the Miles, Huberman, and Saldaña model. The results indicate that while all four stages of the public relations process were implemented, they were not yet directed toward a specific, measurable communication program aimed at building critical awareness. At the problem-definition stage, the direction of communication was largely determined by the agency's vision, mission, and perceived public needs, without a systematic mapping of audience requirements. During the planning stage, Disarpus utilized activity calendars, content calendars, Trello, task allocation, content concepts and formats, and pre-publication coordination; however, it failed to establish specific targets, frequency, tailored messages, or success indicators to measure critical awareness. In the action and communication stage, messages were conveyed through Feeds, Reels, Stories, captions, interactive features, and information sources. Of the 35 literacy-related posts observed, only three directly addressed critical awareness regarding digital information: "Filter Before Sharing" (*Saring Sebelum Sharing*), "Recognize News, Avoid Hoaxes" (*Kenali Berita, Hindari Hoaks*), and "Personal Data Security" (*Keamanan Data Pribadi*). Evaluation relied on Instagram Insights and institutional indicators but did not measure changes in public knowledge, attitudes, or behavior.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Critical Awareness, Digital Literacy, Instagram

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi komunikasi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan menyebarkan informasi. Media sosial memungkinkan pengguna menerima dan menyebarkan pesan dengan cepat serta berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Kondisi ini memberikan peluang bagi lembaga publik untuk memperluas komunikasi edukatif, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan berupa hoaks, misinformasi, disinformasi, dan information overload. Dalam konteks tersebut, kemampuan masyarakat untuk mengakses, memahami, memeriksa, dan mengevaluasi informasi menjadi semakin penting.

Dalam penelitian ini, kesadaran kritis terhadap informasi digital dipahami sebagai kemampuan masyarakat untuk tidak menerima informasi secara langsung, melainkan mempertimbangkan sumber, konteks, kredibilitas, dan kemungkinan kebenarannya sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Persoalan tersebut relevan dengan literasi digital karena masyarakat tidak cukup hanya memiliki akses dan kemampuan teknis menggunakan media, tetapi juga membutuhkan kemampuan kognitif untuk menilai informasi secara bertanggung jawab. Tingginya penetrasi internet Indonesia dan derasnya arus informasi digital memperkuat kebutuhan akan komunikasi publik yang edukatif.

Dinas Arsip dan Perpustakaan (Disarpus) Kota Bandung merupakan lembaga pemerintah yang memiliki fungsi pelayanan perpustakaan dan kearsipan sekaligus fungsi edukasi dan literasi masyarakat. Untuk menjangkau publik yang aktif di ruang digital, Disarpus menggunakan Instagram @bdg.disarpus sebagai media komunikasi publik. Akun tersebut memuat rekomendasi buku, edukasi membaca, informasi kegiatan, promosi layanan, publikasi program, serta konten literasi digital. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga berpotensi menjadi ruang edukasi mengenai cara masyarakat menerima dan menilai informasi digital.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi pada akun @bdg.disarpus cukup beragam. Namun, dari 35 konten literasi yang diamati, hanya tiga konten yang secara langsung berkaitan dengan kesadaran kritis terhadap informasi digital, yaitu “Saring Sebelum Sharing”, “Kenali Berita, Hindari Hoaks”, dan “Keamanan Data Pribadi”. Temuan ini tidak berarti konten literasi lainnya tidak edukatif, tetapi menunjukkan bahwa pesan yang secara khusus mengarahkan masyarakat untuk bersikap kritis terhadap informasi digital masih terbatas.

Kondisi tersebut penting dikaji dari perspektif strategi komunikasi humas. Cutlip, Center, dan Broom (2009) memandang humas sebagai fungsi manajemen yang berlangsung melalui empat tahap, yaitu defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, serta evaluating the program. Keempat tahap tersebut memungkinkan penelitian melihat strategi komunikasi secara utuh, mulai dari bagaimana masalah dikenali, bagaimana program dirancang, bagaimana pesan dilaksanakan, hingga bagaimana hasil komunikasi dievaluasi.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi humas Disarpus Kota Bandung dalam upaya membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi digital melalui Instagram @bdg.disarpus. Penelitian diarahkan untuk mengetahui bagaimana Disarpus mendefinisikan masalah, menyusun perencanaan dan pemrograman, melaksanakan aksi dan komunikasi, serta mengevaluasi program komunikasi tersebut.

KAJIAN TEORI

Humas sebagai Fungsi Manajemen

Humas merupakan fungsi manajemen yang berperan membangun dan mempertahankan hubungan yang baik serta saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Dalam perkembangannya, humas tidak lagi dipahami sebatas aktivitas publikasi, melainkan sebagai proses manajerial yang melibatkan pencarian informasi, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi. Posisi tersebut membuat strategi komunikasi humas harus mempertimbangkan tujuan organisasi sekaligus kebutuhan publik.

Effendy (2017) menjelaskan strategi komunikasi sebagai perpaduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks lembaga publik, strategi komunikasi humas perlu menghubungkan tujuan organisasi dengan kebutuhan khalayak sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dan dapat mendukung tujuan edukatif.

Four-Step Public Relations Process

Penelitian menggunakan Four-Step Public Relations Process dari Cutlip, Center, dan Broom (2009). Tahap pertama, *defining the problem*, merupakan proses pencarian fakta untuk mengetahui kondisi, kebutuhan, dan masalah yang dihadapi organisasi serta publik. Tahap kedua, *planning and programming*, merupakan proses menyusun tujuan, sasaran, pesan, media, waktu, dan sumber daya berdasarkan hasil pencarian fakta. Tahap ketiga, *taking action and communicating*, merupakan pelaksanaan program dan penyampaian pesan melalui saluran yang sesuai. Tahap keempat, *evaluating the program*, merupakan proses menilai pelaksanaan dan hasil program sebagai dasar perbaikan komunikasi berikutnya.

Keempat tahap tersebut bersifat berkesinambungan. Hasil evaluasi dapat menjadi dasar untuk menemukan persoalan baru dan menyusun perencanaan berikutnya. Oleh karena itu, teori ini digunakan sebagai pisau analisis untuk melihat apakah aktivitas komunikasi Instagram Disarpus telah terintegrasi sebagai strategi komunikasi yang diarahkan pada tujuan membangun kesadaran kritis.

Komunikasi Digital, Instagram, dan Kesadaran Kritis

Komunikasi digital memungkinkan produksi, distribusi, dan pertukaran informasi berlangsung cepat dan interaktif. Instagram menjadi salah satu media yang relevan bagi lembaga publik karena menyediakan Feed, Reels, Story, caption, komentar, pesan langsung, serta fitur interaktif. Pemanfaatan fitur tersebut memungkinkan organisasi menyampaikan informasi sekaligus membuka ruang interaksi dengan publik.

Literasi digital tidak berhenti pada kemampuan menggunakan perangkat atau platform. Kellner dan Share (2007) menempatkan kemampuan kritis sebagai bagian penting dalam menghadapi media. Masyarakat perlu memahami siapa sumber informasi, bagaimana pesan dibentuk, serta apakah informasi dapat dipercaya. Karena itu, komunikasi lembaga publik mengenai literasi digital perlu diarahkan pada pesan yang mendorong masyarakat memeriksa dan mengevaluasi informasi sebelum menyebarkannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi humas Disarpus sebagaimana dijalankan oleh pengelola komunikasi digital dan dirasakan oleh khalayak. Objek penelitian adalah strategi komunikasi humas Disarpus Kota Bandung dalam upaya membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi digital melalui akun Instagram @bdg.disarpus.

Informan ditentukan menggunakan purposive sampling berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan mereka dengan fokus penelitian. Penelitian melibatkan lima informan, terdiri atas dua informan utama dari Disarpus dan tiga informan pendukung yang mengikuti akun @bdg.disarpus. Dua informan utama memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan Instagram, sedangkan informan pendukung digunakan untuk memberikan perspektif khalayak dan membantu memvalidasi pelaksanaan aksi serta komunikasi.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi terhadap akun Instagram @bdg.disarpus, dan dokumentasi. Observasi dibatasi pada unggahan Januari 2025 sampai Juni 2026. Pada saat penelitian, akun @bdg.disarpus memiliki 2.269 unggahan dan 15.900 pengikut; dalam periode observasi terdapat 253 unggahan yang dikategorikan untuk mendukung analisis. Untuk fokus literasi, peneliti mengamati 35 konten dan mengklasifikasikan orientasi kontennya.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2019), meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik. Dengan proses tersebut, data wawancara dibandingkan dengan observasi dan dokumentasi untuk memperoleh temuan yang konsisten.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Informan	Peran	Kontribusi Data
IU 1	Tim Konten / Pengelola Media Sosial Disarpus	Pengelolaan komunikasi digital dan strategi konten
IU 2	Tim Konten / Help Desk Disarpus	Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi
Mughni	Guru	Perspektif pengguna terhadap konten informasi digital
Prita Stania Agustina	Mahasiswa	Perspektif pengikut terhadap pemahaman konten
Wilanda	Mahasiswa	Perspektif pengikut terhadap penyampaian informasi

Gambaran Komunikasi Instagram @bdg.disarpus

Akun Instagram @bdg.disarpus merupakan akun resmi Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung yang digunakan sebagai media komunikasi publik. Kontennya mencakup seremonial, promosi dan informasi layanan, publikasi program, literasi umum, serta literasi digital dan berpikir kritis. Bentuk konten meliputi Feed, Carousel, Reels, dan Instagram Story. Temuan menunjukkan bahwa unggahan lebih banyak didominasi layanan perpustakaan dan dokumentasi kegiatan kelembagaan, sementara konten yang secara spesifik membahas kesadaran kritis terhadap informasi digital masih terbatas.

Defining the Problem

Pada tahap defining the problem, Disarpus menentukan arah komunikasi berdasarkan visi dan misi organisasi serta kebutuhan masyarakat yang dipersepsikan. Isu mengenai kehati-hatian terhadap hoaks dan keamanan data pribadi telah dikenali sebagai bagian dari literasi digital. Namun, kesadaran kritis terhadap informasi digital belum dirumuskan sebagai masalah komunikasi yang spesifik berdasarkan pemetaan kebutuhan khalayak.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses fact finding telah dilakukan secara praktis melalui pengamatan kebutuhan dan isu yang berkembang, tetapi belum berbentuk pemetaan khalayak yang sistematis. Arah komunikasi lebih banyak mengikuti kebutuhan organisasi dan isu yang muncul. Dalam perspektif Cutlip, Center, dan Broom, kondisi ini menunjukkan bahwa tahap pendefinisian masalah telah berjalan, tetapi kedalaman pencarian fakta yang secara khusus diarahkan pada tujuan kesadaran kritis masih perlu diperkuat.

Planning and Programming

Pada tahap perencanaan dan pemrograman, Disarpus telah menggunakan kalender kegiatan, kalender konten, Trello, pembagian tugas, penentuan konsep dan format, serta koordinasi sebelum publikasi. Perencanaan tersebut membantu produksi konten berlangsung teratur dan menyesuaikan dengan kegiatan organisasi. Tim juga mempertimbangkan bentuk visual dan karakter media Instagram.

Walaupun demikian, penelitian belum menemukan target audiens, intensitas publikasi, pesan khusus, dan indikator keberhasilan yang secara eksplisit ditetapkan untuk membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi digital. Dengan demikian, perencanaan operasional telah tersedia, tetapi belum seluruhnya terintegrasi menjadi program komunikasi yang memiliki tujuan khusus dan ukuran keberhasilan khusus untuk isu tersebut.

Taking Action and Communicating

Pada tahap aksi dan komunikasi, Disarpus menggunakan Feed, Reels, Story, caption, fitur interaktif, dan pencantuman sumber informasi. Penggunaan format disesuaikan dengan karakter pesan. Kegiatan tertentu dapat disampaikan melalui Story, sedangkan konten literasi yang lebih besar dapat menggunakan Feed atau Reels agar dapat diakses kembali. Bahasa yang digunakan relatif formal tetapi tetap dibuat mudah dipahami oleh khalayak digital.

Dari 35 konten literasi yang diamati, hanya tiga konten yang secara langsung berkaitan dengan kesadaran kritis informasi digital, yaitu “Saring Sebelum Sharing”, “Kenali Berita, Hindari Hoaks”, dan “Keamanan Data Pribadi”. Ketiganya mengarahkan masyarakat untuk berhati-hati sebelum menyebarkan informasi, mengenali informasi yang berpotensi menyesatkan, dan melindungi data pribadi. Selain pesan utama, komentar, DM, polling, dan fitur interaktif memberi ruang bagi publik untuk berinteraksi dengan akun.

Informan pendukung menilai konten Disarpus relatif mudah dipahami dan informatif. Namun, mereka juga melihat bahwa akun lebih banyak memuat publikasi program, aktivitas, dan layanan dibandingkan edukasi informasi digital. Temuan ini memperlihatkan adanya kemampuan teknis dalam menjalankan komunikasi digital, tetapi substansi pesan yang secara khusus membangun kesadaran kritis belum muncul secara konsisten.

Evaluating the Program

Disarpus melakukan evaluasi melalui Instagram Insights untuk melihat jangkauan dan interaksi serta menggunakan indikator kelembagaan seperti kunjungan perpustakaan dan peminjaman buku. Evaluasi tersebut berguna untuk mengetahui performa komunikasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi aktivitas berikutnya.

Namun, evaluasi belum memiliki indikator yang secara langsung mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat terhadap informasi digital. Dengan demikian, data jangkauan dan interaksi belum dapat digunakan untuk menyatakan bahwa komunikasi telah menyebabkan peningkatan kesadaran kritis. Temuan penelitian justru menunjukkan adanya kesenjangan antara evaluasi performa media sosial dan evaluasi dampak komunikasi pada khalayak.

Tahap	Praktik Disarpus	Temuan Utama
Defining the Problem	Mengenali isu hoaks dan keamanan berdasarkan visi, misi, dan kebutuhan yang dipersepsikan	Belum ada pemetaan data khalayak yang sistematis untuk merumuskan kesadaran kritis sebagai masalah khusus
Planning and Programming	Kalender and kegiatan/konten, Trello, pembagian tugas, konsep, format, koordinasi	Belum ada sasaran, intensitas, pesan khusus, dan indikator keberhasilan khusus kesadaran kritis
Taking Action and Communicating	Feed, Reels, Story, and caption, fitur interaktif, dan sumber informasi	Dari 35 konten literasi, hanya 3 secara langsung membahas kesadaran kritis informasi digital
Evaluating the Program	Instagram Insights dan indikator kelembagaan	Belum mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat

Pembahasan

Secara keseluruhan, strategi komunikasi humas Disarpus telah memperlihatkan pola empat tahap yang dijelaskan Cutlip, Center, dan Broom. Aktivitas komunikasi tidak dilakukan tanpa proses sama sekali; terdapat pengenalan isu, perencanaan operasional, pelaksanaan komunikasi melalui berbagai fitur Instagram, dan evaluasi menggunakan data digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa fungsi humas sebagai proses manajemen telah hadir dalam praktik komunikasi Disarpus.

Persoalan utama terletak pada belum terintegrasinya keempat tahap tersebut secara khusus untuk tujuan membangun kesadaran kritis terhadap informasi digital. Pada defining the problem, pemetaan kebutuhan khalayak belum sistematis. Pada planning and programming, belum ada tujuan, sasaran, pesan, intensitas, dan indikator yang spesifik untuk kesadaran kritis. Pada taking action and communicating, hanya tiga dari 35 konten literasi yang secara langsung membahas isu tersebut. Pada evaluation, indikator yang digunakan belum mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keaktifan sebuah akun media sosial tidak secara otomatis menunjukkan keberhasilan strategi komunikasi edukatif. Banyaknya unggahan dan interaksi dapat menggambarkan aktivitas komunikasi, tetapi keberhasilan dalam membangun kesadaran kritis membutuhkan hubungan yang lebih jelas antara masalah, tujuan, sasaran, pesan, pelaksanaan, dan indikator dampak. Karena itu, strategi komunikasi humas perlu dikembangkan dari orientasi publikasi menuju komunikasi yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Dari sisi kebaruan, penelitian ini mempertemukan kajian strategi komunikasi humas pemerintah, pemanfaatan Instagram, dan kesadaran kritis terhadap informasi digital dalam satu kerangka Four-Step Public Relations Process. Penelitian terdahulu telah membahas penggunaan Instagram oleh lembaga perpustakaan, strategi humas pemerintah, serta literasi digital dan berpikir kritis, tetapi penelitian ini menempatkan ketiganya dalam konteks proses manajerial komunikasi Disarpus Kota Bandung.

Aspek	Bukti/Temuan	Keterbatasan
Konten literasi	35 konten diamati; terkait langsung kesadaran kritis	3 Substansi khusus kesadaran kritis masih terbatas
Perencanaan	Kalender, Trello, pembagian tugas, konsep dan format	Belum ada indikator khusus dan terukur
Evaluasi	Instagram Insights dan indikator kelembagaan	Belum mengukur perubahan pengetahuan, sikap, perilaku

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas Disarpus Kota Bandung melalui Instagram @bdg.disarpus telah menjalankan empat tahap Four-Step Public Relations Process, yaitu defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, serta evaluating the program. Namun, kedalaman keempat tahap tersebut belum sama ketika diarahkan secara khusus pada tujuan membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi digital.

Pada defining the problem, Disarpus mengenali isu seperti hoaks dan keamanan data, tetapi belum merumuskan kesadaran kritis sebagai masalah komunikasi berdasarkan pemetaan khalayak yang sistematis. Pada planning and programming, telah tersedia kalender kegiatan, kalender konten, Trello, pembagian tugas, konsep dan format, serta koordinasi publikasi, tetapi belum terdapat sasaran, intensitas, pesan khusus, dan indikator keberhasilan yang secara spesifik mengukur tujuan tersebut.

Pada taking action and communicating, Disarpus mampu menggunakan Feed, Reels, Story, caption, fitur interaktif, dan sumber informasi. Akan tetapi, dari 35 konten literasi yang diamati hanya tiga yang secara langsung berkaitan dengan kesadaran kritis informasi digital. Pada evaluating the program, Instagram Insights dan indikator kelembagaan telah digunakan, tetapi belum tersedia indikator yang mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penelitian tidak menyimpulkan bahwa komunikasi Disarpus telah menyebabkan perubahan kesadaran kritis masyarakat.

Secara keseluruhan, persoalan utama bukan ketiadaan aktivitas komunikasi, melainkan belum terintegrasinya proses komunikasi secara khusus untuk tujuan membangun kesadaran kritis. Aktivitas media sosial yang aktif dapat mendukung komunikasi publik, tetapi belum cukup untuk menunjukkan tercapainya perubahan khalayak apabila tujuan dan indikator dampaknya belum dirumuskan secara spesifik.

SARAN

Bagi Disarpus Kota Bandung, komunikasi mengenai literasi digital dan kesadaran kritis perlu dikembangkan menjadi program yang berkelanjutan dengan sasaran, tema, jadwal, dan indikator keberhasilan yang jelas.

Tim humas atau pengelola komunikasi perlu memperjelas pembagian peran dalam perencanaan, produksi, publikasi, dan evaluasi agar tujuan komunikasi edukatif dapat dipantau secara konsisten.

Evaluasi sebaiknya tidak hanya menggunakan Instagram Insights, tetapi juga dapat dilengkapi pertanyaan singkat, survei, atau umpan balik yang mengukur pemahaman masyarakat mengenai pemeriksaan sumber, pengenalan informasi meragukan, dan kebiasaan sebelum membagikan informasi.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan membandingkan strategi literasi digital pada lembaga publik lain atau mengukur respons khalayak secara lebih terstruktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet: Profil internet Indonesia 2025. APJII. <https://survei.apjii.or.id/>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (Edisi Kesembilan; T. Wibowo, Terj.). Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325-344. <https://doi.org/10.1080/01972240490507974>
- Flew, T. (2021). *An introduction to new media*. Oxford University Press.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). SAGE Publications.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy: Crucial policy choices for a twenty-first-century democracy. *Policy Futures in Education*, 5(1), 59-69. <https://doi.org/10.2304/pfie.2007.5.1.59>
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif* (Edisi 2). Kencana Prenada Media Group.
- Lesnussa, R. J. (2025). Literasi digital dan implikasinya terhadap kecakapan berpikir kritis pegawai pemerintah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(1), 75-88. <https://doi.org/10.55606/juisik.v1i1.1382>
- Meilani, M., Syam, R. Z. A., & Nurrohmah, O. (2023). Penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, 6(1), 102-120. <https://doi.org/10.30999/n-jils.v6i1.3056>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Nurfazri, M., Irwansyah, F. S., Lukman, F., Ruhullah, M. E., & Marinda, S. M. (2024). Digital literacy in education: An analysis of critical thinking culture for preventing the hoaxes. *Jurnal Perspektif*, 8(1), 1-22. <https://doi.org/10.15575/jp.v8i1.268>
- Pangestu, A. D., & Christin, M. (2022). Analisis strategi komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan literasi digital. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3651-3658. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.885>
- Pemerintah Kota Bandung. (2022). Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 66 Tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Arsip dan Perpustakaan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/228769/perwali-kota-bandung-no-66-tahun-2022>
- Putri, M. K., & Suharso, P. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia selama pandemi Covid-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(2), 215-232. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.215-232>

- Rahmata, M. I. (2023). Public relations strategies in disseminating information through Instagram social media in DIY Government. *Journal of Islamic Communication and Counseling*, 2(2), 128-137. <https://doi.org/10.18196/jicc.v2i2.46>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- UNESCO. (2024). *Pedoman tata kelola platform digital*.