



Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan melalui Media Sosial dalam Mensosialisasikan Program 1000 Kolam

Fazri Fadhilah Tambunan^{1*}, Indira Fatra Deni Peranginangin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail: fazri0603223222@uinsu.ac.id¹, indirafatra@uinsu.ac.id²

*Penulis Korespondensi: fazri0603223222@uinsu.ac.id

Abstract. This study aims to explore the communication strategies of the South Tapanuli Regency Government through social media in promoting the 1,000 Ponds Program, a community-based fish self-sufficiency initiative that is a priority for regional food security development. The study examines the processes, meanings, and challenges of local government communication amid the digital divide, which remains a problem in rural areas. The study employs a qualitative approach with a case study design based on an interpretive paradigm. Data were collected through semi-structured interviews, non-participatory observation, and a document review of officials and staff at the South Tapanuli Regency Communication and Information Technology Office, as well as community leaders selected using purposive and snowball sampling techniques. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model. The research results reveal five main findings: collaborative cross-agency communication strategy planning; the selection of social media platforms based on audience segmentation and analytical data; planned content production that is constrained by limited human resources; public interaction that remains dominated by one-way communication, although it is beginning to evolve toward a dialogic approach; and the implementation of a hybrid communication strategy in response to the digital divide caused by geographical conditions. These findings enrich New Media Theory and the Theory of Government Digitalization by demonstrating that the digitalization of local government communication is a contextual process. The study recommends strengthening digital human resource capacity, streamlining content approval mechanisms, integrating digital and non-digital communication strategies, and conducting further research that incorporates the perspectives of program beneficiaries.

Keywords: Communication Strategies; Local Government; Public Communication; Social Media; Social Media Management.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan melalui media sosial dalam memperkenalkan Program 1000 Kolam, yaitu inisiatif swasembada ikan berbasis komunitas yang menjadi prioritas pembangunan ketahanan pangan daerah. Penelitian mengkaji proses, makna, dan tantangan komunikasi pemerintah daerah di tengah kesenjangan digital yang masih menjadi persoalan di wilayah pedesaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus berdasarkan paradigma interpretivis. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi nonpartisipatif, dan studi dokumentasi terhadap pejabat serta staf Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tapanuli Selatan, serta tokoh masyarakat yang dipilih menggunakan teknik purposive dan snowball sampling. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan lima temuan utama, yaitu perencanaan strategi komunikasi kolaboratif lintas instansi, pemilihan platform media sosial berdasarkan segmentasi audiens dan data analitik, produksi konten yang terencana namun terkendala keterbatasan sumber daya manusia, interaksi publik yang masih didominasi komunikasi satu arah meskipun mulai berkembang secara dialogis, serta penerapan strategi komunikasi hibrida sebagai respons terhadap kesenjangan digital akibat kondisi geografis. Temuan ini memperkaya Teori Media Baru dan Teori Digitalisasi Pemerintahan dengan menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi pemerintah daerah merupakan proses yang kontekstual. Penelitian merekomendasikan penguatan kapasitas sumber daya manusia digital, penyederhanaan mekanisme persetujuan konten, integrasi strategi komunikasi digital dan non-digital, serta penelitian lanjutan yang melibatkan perspektif penerima manfaat program.

Kata Kunci: Komunikasi Publik; Manajemen Media Sosial; Media Sosial; Pemerintah Daerah; Strategi Komunikasi

1. PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mengubah lanskap komunikasi pemerintah secara fundamental, baik di tingkat global maupun nasional. Institusi pemerintah semakin memanfaatkan platform media sosial sebagai instrumen utama untuk menyebarluaskan informasi kebijakan dan program pembangunan kepada masyarakat. Fenomena ini bukan sekadar respons terhadap perkembangan teknologi, melainkan sebuah transformasi paradigmatis dalam hubungan antara negara dan warga negara. Berbagai studi menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat komunikasi institusional yang mendorong terwujudnya model demokrasi, partisipasi, dan transparansi pada berbagai tingkatan pemerintahan (Atnan & Abrar, 2023). Di Indonesia, adopsi media sosial oleh kementerian dan lembaga pemerintah daerah semakin masif, dengan mengintegrasikan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube ke dalam strategi komunikasi publik. Pergeseran ini mencerminkan kesadaran bahwa komunikasi yang efektif merupakan prasyarat keberhasilan implementasi program pembangunan daerah.

Dalam konteks tata kelola daerah, pemerintah lokal menghadapi tantangan ganda: harus mampu menjangkau masyarakat yang semakin akrab dengan dunia digital, sekaligus memastikan program prioritas tersosialisasikan secara merata hingga ke lapisan terbawah. Penelitian di Kabupaten Bandung membuktikan bahwa desain konten berperan krusial dalam menarik minat pengguna serta mendorong interaksi publik, meskipun strategi komunikasi yang interaktif tetap menjadi pelengkap yang tidak terpisahkan (Atnan et al., 2024). Hubungan antara publik dan pemerintah di media sosial sering kali bersifat akomodatif dan selaras dengan logika media, di mana humas pemerintah memanfaatkan platform tersebut untuk mempromosikan institusi, program, maupun para pemimpinnya (Atnan & Abrar, 2023). Namun demikian, efektivitas strategi tersebut sangat bergantung pada konteks lokal, kapasitas sumber daya manusia (SDM), serta kesesuaian konten dengan karakteristik masyarakat sasaran.

Kabupaten Tapanuli Selatan merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Utara yang tengah gencar melaksanakan program pembangunan berbasis potensi lokal. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tapanuli Selatan 2025–2029, visi yang diusung berfokus pada kemajuan, karakter unggul, kesehatan, kecerdasan, dan kesejahteraan yang tertuang dalam konsep 'Panca Cita Tapsel' (Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, 2025). Salah satu program unggulan yang menjadi motor penggerak ketahanan pangan sekaligus pemberdayaan ekonomi adalah Program 1000 Kolam, sebuah inisiatif swasembada ikan berbasis komunitas untuk memenuhi konsumsi lokal dan memasok wilayah Tapanuli Bagian Selatan (Tabagsel). Program ini diinisiasi akibat adanya kesenjangan

di mana produksi lokal baru memenuhi sekitar 50 persen dari total kebutuhan konsumsi ikan masyarakat yang mencapai lebih dari 15.000 ton per tahun (Dinas Perikanan Tapanuli Selatan, 2025). Program ini juga mendukung program nasional Makan Bergizi Gratis (MBG) yang dicanangkan Presiden Republik Indonesia melalui sinergi ekosistem terpadu pembudidaya ikan (Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, 2026).



Gambar 1. Postingan Dinas KOMINFO.

Keberhasilan program ini sangat bergantung pada seberapa efektif pemerintah mengomunikasikannya kepada masyarakat luas, sehingga media sosial memegang peran yang sangat strategis. Berbagai riset membuktikan bahwa strategi komunikasi pemerintah melalui media sosial berkontribusi signifikan terhadap kesadaran, kepercayaan, dan partisipasi publik. Studi ketahanan pangan di Kabupaten Majene menemukan bahwa efektivitas komunikasi dan koordinasi lintas sektor merupakan faktor kunci keberlanjutan program (Sulthan, 2025). Sementara itu, riset Smart Environment di Kota Tangerang menunjukkan bahwa integrasi media sosial, website resmi, dan sosialisasi tatap muka membentuk strategi komunikasi yang inklusif (Jurnal Penyuluhan, 2026). Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih terfokus pada aspek kuantitatif seperti jumlah pengikut atau tingkat keterlibatan permukaan (Eduvest, 2024; Jurnal Agregasi, 2026). Kajian yang menggali proses konstruksi strategi komunikasi media sosial untuk program ketahanan pangan di tingkat kabupaten pedesaan dengan

karakteristik geografis berbukit masih sangat minim. Kekosongan empiris inilah yang ingin dijawab oleh penelitian ini.

Secara teoritis, perubahan cara berinteraksi ini dikaji melalui integrasi *New Media Theory* dan teori digitalisasi pemerintahan. Media sosial sebagai bagian dari *new media* memiliki karakteristik utama berupa interaktivitas, konektivitas, kodifikasi digital, dispersi, dan virtualitas (Lister et al., 2023). Berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah, media baru memungkinkan pertukaran informasi dua arah dan ruang kolaborasi antara pemerintah dan warga (Fuchs, 2024). Sifat digital mempermudah pembuatan, penyimpanan, dan penyebaran pesan kebijakan kapan saja. Interaktivitas memberi ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi langsung melalui respons dan komentar.

Di sisi lain, teori digitalisasi dan pemerintahan digital melihat media sosial sebagai instrumen integrasi teknologi untuk mendorong birokrasi yang transparan, responsif, dan akuntabel (Mergel, Edelmann, & Haug, 2023). Digitalisasi mengubah komunikasi sektoral menjadi model pemerintahan berbasis jaringan (*network governance*) yang mengedepankan prinsip kerja sama dan penciptaan bersama (*co-creation*). Namun, implementasi ini di daerah pedesaan sering kali membentur hambatan struktural berupa keterbatasan infrastruktur dan rendahnya literasi digital masyarakat. Teori digitalisasi menekankan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) akibat ketimpangan akses internet yang menghambat pemerataan informasi (Fuchs, 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa banyak instansi pemerintah belum mengoptimalkan fitur interaktif ini dan cenderung menggunakan media sosial sekadar sebagai papan pengumuman searah (Hansson & DePaula, 2023). Padahal, komunikasi digital yang direncanakan dengan matang dan responsif dapat memperkuat kepercayaan publik secara signifikan (Mahadewi & Darma, 2024). Karena mayoritas studi terdahulu berfokus pada wilayah perkotaan besar dengan kesiapan infrastruktur yang mapan, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menyoroti dinamika wilayah pedesaan.

Dengan menggabungkan kedua perspektif teoretis tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan melalui media sosial dalam mensosialisasikan Program 1000 Kolam. Fokus kajian diarahkan pada perencanaan pesan, pemilihan platform, pendekatan konten, mekanisme interaksi, serta hambatan kontekstual yang dihadapi di lapangan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus berbasis paradigma interpretivis (Creswell & Poth, 2018), studi ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi perkembangan komunikasi

pembangunan digital, sekaligus rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang inklusif dan adaptif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan menyampaikan informasi terkait pembangunan daerah. Pendekatan kualitatif membantu peneliti memahami proses, makna, dan cara berkomunikasi dalam konteks tertentu, sedangkan studi kasus digunakan untuk menggali fenomena komunikasi pemerintah dalam suatu lembaga spesifik yang dibatasi oleh waktu dan tempat tertentu (Creswell & Poth, 2023). Pendekatan ini sesuai dengan permasalahan penelitian yang berfokus pada perencanaan, pelaksanaan, dan penerapan strategi komunikasi oleh pemerintah daerah.

Lokasi penelitian ditentukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Tapanuli Selatan. Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk memanfaatkan peran penting Dinas KOMINFO dalam menyebarkan informasi tentang program pemerintah melalui media sosial, terutama untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penelitian dilakukan dari bulan Mei sampai Juli dan terdiri dari beberapa tahap, seperti persiapan, pengumpulan data di lapangan, verifikasi data, serta analisis dan penarikan kesimpulan awal. Penentuan lokasi dan waktu penelitian dilakukan sesuai kebutuhan agar dapat memperoleh data yang benar-benar terkini dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Subjek penelitian dipilih dengan cara *purposive sampling*, yaitu dengan memilih informan yang memang memiliki pengetahuan dan terlibat langsung dalam proses komunikasi pembangunan daerah. Informan utama adalah para pejabat di struktur dan fungsi Dinas KOMINFO Kabupaten Tapanuli Selatan, seperti kepala bidang, staf teknis, dan pegawai yang terlibat dalam merencanakan serta melakukan sosialisasi program tersebut melalui media sosial. Untuk memperkaya data, penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling* dengan melibatkan informan tambahan, seperti tokoh masyarakat atau pihak yang menjadi sasaran sosialisasi pembangunan (Miles et al., 2024).

Data dikumpulkan dengan cara wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipatif, dan pengumpulan dokumen. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memperoleh informasi tentang perencanaan strategi komunikasi, pemilihan media, bentuk pesan yang digunakan, serta hambatan yang dihadapi dalam proses sosialisasi pembangunan. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana pemerintah dan masyarakat berkomunikasi dan

berinteraksi. Dokumentasi digunakan sebagai bukti pendukung dalam bentuk dokumen resmi, laporan kegiatan yang dilaksanakan, bahan yang disampaikan dalam sosialisasi, serta berbagai publikasi terkait program pemerintah daerah yang relevan.

Keabsahan data dipastikan dengan menggunakan beberapa sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen yang tersedia. Selain itu, penelitian ini menggunakan teknik *member checking* dengan mengonfirmasi hasil temuan kepada informan utama untuk memastikan makna yang tepat serta meningkatkan kredibilitas data. Pencatatan data dilakukan secara teratur sebagai bagian dari jejak audit untuk memastikan proses penelitian tetap jujur dan dapat dipercaya (Kriyantono, 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang interaktif, yang terdiri dari tiga tahap, yaitu pengumpulan data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Miles et al., 2024). Data di reduksi dengan mengelompokkan sesuai fokus penelitian, sedangkan penyajian data disusun dalam bentuk narasi tematik. Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus hingga tercapai pemahaman yang memadai tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan.

Metodologi ini disusun secara teratur agar sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, serta dapat diterapkan kembali secara terbatas di daerah lain dengan karakteristik yang serupa. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang mendalam dan relevan dengan konteks di bidang komunikasi pemerintahan daerah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan mendalam mengenai praktik strategi komunikasi yang dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) Kabupaten Tapanuli Selatan dalam mensosialisasikan Program 1000 Kolam melalui platform media sosial. Berdasarkan analisis data wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif, dan studi dokumentasi, ditemukan lima tema utama yang secara konsisten muncul dari proses kodifikasi data: (1) perencanaan strategi komunikasi kolaboratif lintas dinas; (2) diferensiasi platform media sosial berdasarkan karakteristik audiens; (3) proses produksi konten yang tematik dan terstruktur; (4) mekanisme interaksi publik yang terbatas namun terus berkembang; serta (5) hambatan struktural dan kesenjangan digital. Kelima tema ini saling berkaitan dan membentuk gambaran yang menyeluruh tentang lanskap komunikasi digital pemerintah daerah di Tapanuli Selatan.

Perencanaan Strategi Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi Program 1000 Kolam tidak dilakukan secara *unilateral* oleh Dinas KOMINFO, melainkan melalui mekanisme kolaborasi lintas dinas yang melibatkan Dinas Perikanan sebagai pemilik program. Pola ini mencerminkan kesadaran kelembagaan bahwa efektivitas komunikasi publik mensyaratkan sinkronisasi antara kompetensi teknis yang substantif dan kapasitas komunikasi institusional. Koordinasi ini dimulai dari tahap analisis situasi bersama, di mana kedua dinas secara kolektif merumuskan pesan-pesan kunci yang akan disampaikan kepada publik.

Sehubungan dengan itu, informan menegaskan bahwa titik awal perencanaan adalah identifikasi pesan utama yang hendak diangkat, yakni aspek dampak ekonomi program serta mekanisme teknis untuk memperoleh bantuan kolam. Sebagaimana diutarakan oleh informan utama dari Dinas KOMINFO:

"Awalnya kita tidak bergerak sendiri. Kami di KOMINFO pertama-tama melakukan analisis situasi bersama Dinas Perikanan sebagai pemilik program. Pesan utama yang ingin kami angkat adalah bagaimana program ini dapat mendorong perekonomian warga. Jadi, kami kemas kontennya agar lebih transparan dan persuasif."

Pernyataan di atas mengungkap dua dimensi strategis sekaligus: orientasi informatif-persuasif dalam pengemasan pesan dan komitmen terhadap transparansi sebagai nilai dalam komunikasi. Transparansi di sini tidak sekadar retorika kelembagaan, melainkan diwujudkan melalui penyajian konten yang memuat syarat-syarat dan prosedur konkret untuk memperoleh bantuan, sebagai bentuk aksesibilitas informasi yang mengurangi asimetri antara pemerintah dan warga. Selain itu, keseluruhan proses koordinasi berada di bawah arahan bupati, yang menempatkan komunikasi program ini dalam kerangka otoritas politik tertinggi di daerah.

Diferensiasi Platform

Hasil analisis menunjukkan strategi multiplatform yang didasarkan pada pemahaman terhadap heterogenitas audiens di Tapanuli Selatan. Alih-alih mengandalkan satu platform secara eksklusif, Dinas KOMINFO secara sadar memilih dan memilah fungsi masing-masing platform sesuai dengan karakteristik demografis target komunikasinya. Pemilihan ini bukan semata-mata intuitif, melainkan didukung oleh pembacaan data analitik dari setiap platform.

Informan menguraikan logika diferensiasi platform tersebut secara eksplisit:

"Kenapa kita pakai banyak platform? Karena karakteristik masyarakat Tapanuli Selatan berbeda-beda. Untuk menjangkau bapak-bapak, kelompok tani, atau masyarakat di pedesaan, kita mengakui bahwa Facebook masih menjadi platform yang paling banyak digunakan. Di

sana interaksinya kuat dan hemat kuota. Tapi, kalau targetnya anak muda atau karang taruna agar tertarik pada sektor perikanan modern, kita genjot di Instagram dan TikTok. Kalau YouTube, lebih kita fungsikan sebagai dokumentasi formal, seperti liputan kunjungan lapangan dengan durasi lebih panjang."

Logika segmentasi ini menunjukkan kesadaran komunikatif yang strategis: platform bukan sekadar saluran distribusi konten, melainkan masing-masing memiliki ekosistem sosial dan kebiasaan konsumsi media yang berbeda. Facebook diposisikan sebagai kanal untuk kelompok petani yang lebih senior dan berbasis di pedesaan, dengan pertimbangan efisiensi data dan pola interaksi yang sudah terbentuk. Instagram dan TikTok difungsikan untuk menjangkau generasi muda melalui konten visual yang lebih dinamis dan estetis. Sementara itu, YouTube dimaknai sebagai arsip digital kelembagaan yang menyimpan konten berformat panjang.

Temuan yang signifikan dalam konteks penelitian ini adalah *insight* data digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan platform. Pendekatan berbasis data ini mencerminkan adopsi logika manajemen media sosial profesional dalam konteks pemerintahan daerah, kondisi tersebut menunjukkan adanya kecenderungan perubahan dari komunikasi pemerintah yang bersifat seremonial menuju komunikasi yang lebih strategis dan terukur. Jenis konten pun disesuaikan: teks informatif dan foto kegiatan untuk Facebook; infografis dan *reels* pendek untuk Instagram; serta video dokumentasi panjang untuk YouTube.

Perencanaan dan Produksi Konten

Berdasarkan hasil penelitian proses produksi konten yang berlangsung secara bertahap dan melibatkan beberapa titik koordinasi. Alur produksi yang terungkap dari wawancara menggambarkan sebuah rantai kerja yang dimulai dari pengumpulan bahan mentah, *brainstorming* kreatif, eksekusi desain, hingga mekanisme persetujuan sebelum penayangan. Proses ini mencerminkan upaya profesionalisasi produksi konten pemerintah di tengah keterbatasan sumber daya manusia.

Informan mendeskripsikan alur kerja produksi konten sebagai berikut:

"Proses produksinya mengalir dari ide hingga publikasi. Biasanya dimulai dengan koordinasi dengan Dinas Perikanan untuk memperoleh bahan baku. Setelah itu, tim masuk ke tahap brainstorming untuk menyusun brief dan copywriting. Kalau konsep sudah matang, baru masuk ke meja desainer atau editor video untuk dieksekusi. Sebelum diunggah, konten tersebut harus melalui approval atau persetujuan dari Kepala Bidang atau bahkan Kepala Dinas terlebih dahulu untuk memastikan tidak ada kekeliruan data."

Mekanisme *approval* berlapis ini berfungsi ganda: sebagai filter akurasi informasi sekaligus instrumen manajemen risiko kelembagaan. Dalam konteks program yang menyentuh isu ekonomi dan ketahanan pangan, ketelitian data menjadi sangat krusial karena kesalahan informasi dapat berdampak pada kepercayaan publik dan implementasi program di lapangan. Namun demikian, birokrasi persetujuan yang melibatkan pejabat tinggi juga berpotensi memperlambat responsivitas konten, terutama ketika isu-isu terkini memerlukan respons komunikasi yang cepat.

Dari segi sumber daya manusia, temuan mengungkap kondisi yang realistis: staf Dinas KOMINFO dituntut untuk multitasking, dengan beberapa di antaranya merangkap sebagai desainer dan penyunting video. Frekuensi penayangan konten Gerakan 1000 Kolam ditetapkan satu hingga dua kali per minggu, serta ketika ada kunjungan ke lokasi kolam, dan disisipkan di antara konten seremonial kegiatan pimpinan dalam *content calendar* bulanan. Pola tematik berkala ini mengindikasikan pemahaman akan pentingnya konsistensi konten sekaligus manajemen perhatian audiens agar tidak mengalami kelelahan informasi.

Mekanisme Interaksi dengan Publik

Analisis terhadap hasil penelitian menunjukkan cara Dinas KOMINFO mengelola interaksi dengan publik di ruang digital. Temuan menunjukkan bahwa manajemen komentar dan respons publik dilakukan berdasarkan klasifikasi konten: komentar administratif dijawab menggunakan *template* resmi atau diarahkan ke kontak Dinas Perikanan, sementara komentar sensitif atau bermuatan SARA disaring dan disembunyikan. Kritik substantif ditangani melalui mekanisme koordinasi internal sebelum respons resmi dikeluarkan.

Informan memaparkan pendekatan ini secara eksplisit:

"Merespons komentar atau kritik netizen itu ada seninya. Kami punya aturan internal untuk menyaring. Kalau ada komentar yang kasar atau berbau SARA, jelas kita saring atau sembunyikan. Tapi kalau pertanyaannya administratif, misalnya 'Min, bagaimana cara daftar bantuan kolamnya?', itu langsung tim respons pakai template jawaban resmi atau kita arahkan ke kontak Dinas Perikanan. Kalau ada kritik yang cukup tajam, biasanya kami tidak langsung menjawab. Kami koordinasikan dulu ke internal dinas terkait agar jawabannya satu pintu, formal, dan tidak menimbulkan salah paham baru."



Gambar 2. Wawancara Staf Dinas KOMINFO.

Pola ini mencerminkan posisi ambivalen komunikasi media sosial pemerintah, di satu sisi ingin tampil responsif dan partisipatif, di sisi lain terikat oleh tuntutan formal kelembagaan yang mengutamakan kehati-hatian dalam bertutur. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial Pemda "masih sering terkesan satu arah atau bersifat pengumuman" merupakan pengakuan kritis dari dalam terhadap keterbatasan model komunikasi yang diterapkan. Upaya menambahkan nomor WhatsApp pengaduan di bio akun media sosial merupakan langkah inkremental menuju komunikasi yang lebih dialogis, meski belum sepenuhnya mengoptimalkan fitur-fitur interaktif yang tersedia pada masing-masing platform.

Hambatan Struktural dan Kesenjangan Digital

Hasil penelitian juga mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi, yang secara analitis dapat dibagi menjadi dua kelompok: hambatan internal kelembagaan dan hambatan eksternal, baik geografis maupun infrastruktur. Hambatan internal mencakup keterbatasan SDM bersertifikasi di bidang komunikasi digital, keterbatasan anggaran untuk alat-alat desain profesional, serta lambatnya birokrasi koordinasi antardinas. Hambatan eksternal yang paling dominan adalah kondisi geografis Tapanuli Selatan yang berbukit-bukit serta masih terdapat desa-desa *blank spot* tanpa sinyal.

Informan mengakui realitas ini secara terbuka:

"Tantangan terbesar di Tapanuli Selatan adalah faktor geografis. Wilayah kita berbukit-bukit, jadi masih ada beberapa desa yang sinyalnya kurang bagus. Otomatis, masyarakat di sana tidak terlalu aktif di media sosial. Kami sadar betul bahwa tidak bisa sepenuhnya bergantung pada media digital. Para penyuluh perikanan di lapangan merekalah yang menjadi perpanjangan tangan kami untuk sosialisasi tatap muka langsung ke desa-desa terpencil."

Respons terhadap hambatan ini menunjukkan strategi komunikasi hibrida yang menggabungkan kanal digital dan non-digital. Media sosial untuk menjangkau masyarakat yang terhubung secara digital dan penyuluh perikanan lapangan sebagai agen komunikasi interpersonal bagi komunitas yang belum terjangkau teknologi. Strategi *hybrid* semacam ini bukan kelemahan, melainkan adaptasi pragmatis yang realistis terhadap kondisi infrastruktur digital yang belum merata.

Pembahasan

Temuan-temuan dalam penelitian ini memberikan landasan bagi diskusi teoretis yang komprehensif, terutama ketika dihadapkan pada konsep-konsep dalam *New Media Theory*, teori digitalisasi pemerintahan, serta penelitian-penelitian terdahulu mengenai komunikasi pemerintah daerah di Indonesia dan dalam konteks global. Pembahasan berikut menginterpretasikan lima tema temuan melalui lensa teoritis tersebut, sekaligus mengidentifikasi implikasi praktis dan area penelitian lanjutan.

Kolaborasi Lintas Dinas dan Logika Jaringan Komunikasi Pemerintah

Pola kolaborasi lintas dinas yang terungkap dalam penelitian ini selaras dengan konsep *network governance* dalam kerangka digitalisasi pemerintahan yang dikemukakan oleh Mergel, Edelmann, dan Haug (2023). Dalam model ini, komunikasi pemerintah tidak lagi dipandang sebagai fungsi monopoli satu unit, melainkan sebagai hasil koproduksi berbagai aktor dalam jaringan birokrasi. Dinas KOMINFO dan Dinas Perikanan membentuk sebuah node jaringan yang saling melengkapi: yang pertama menyediakan kapasitas komunikasi, yang kedua menyediakan otoritas teknis yang substantif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sulthan et al. (2025) yang menemukan bahwa efektivitas komunikasi lintas sektor merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan program ketahanan pangan di Kabupaten Majene. Berbeda dengan penelitian Sulthan et al., Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinasi tersebut tidak hanya berdimensi operasional, tetapi juga strategis, yang melibatkan perumusan bersama pesan-pesan kunci yang mencerminkan nilai transparansi dan orientasi ekonomi. Hasil tersebut menjadi pembeda

signifikan dari studi-studi sebelumnya yang lebih berfokus pada aspek teknis koordinasi tanpa menggali dimensi konstruksi pesan secara mendalam.

Ketergantungan pada arahan bupati sebagai otoritas tertinggi dalam proses komunikasi mengindikasikan bahwa, meskipun mengadopsi logika jaringan, struktur komunikasi pemerintah Tapanuli Selatan tetap bersifat hierarkis dan sentralistik. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Hansson dan DePaula (2023) bahwa banyak institusi pemerintah menggunakan media sosial dalam kerangka komunikasi *top-down* yang terlembagakan, meski di permukaan terlihat partisipatif.

Strategi Multi-Platform

Strategi diferensiasi platform yang dipraktikkan Dinas KOMINFO Tapanuli Selatan menunjukkan pemahaman yang cukup matang terhadap karakteristik *new media* sebagaimana diidentifikasi oleh Lister et al. (2023), khususnya dimensi interaktivitas dan dispersivitas. Penggunaan Facebook untuk audiens rural dewasa, Instagram dan TikTok untuk generasi muda, serta YouTube untuk dokumentasi formal mencerminkan adaptasi terhadap ekologi media yang berbeda-beda.

Temuan ini bersesuaian dengan penelitian Atnan, Prajarto, dan Kurnia (2024) tentang manajemen media sosial Pemerintah Kota Bandung yang menemukan bahwa strategi Instagram berbasis analitik berkontribusi pada peningkatan keterlibatan publik. Namun, terdapat perbedaan kontekstual yang signifikan. Kota Bandung beroperasi dalam ekosistem digital yang jauh lebih matang, dengan tingkat penetrasi internet yang lebih luas, sementara Tapanuli Selatan harus menghadapi realitas kesenjangan digital yang masih besar. Diferensiasi platform di Tapanuli Selatan, bukan sekadar strategi optimasi, melainkan juga strategi inklusi yang menjangkau kelompok-kelompok dengan preferensi dan kapasitas digital yang berbeda.

Penggunaan *data insight* sebagai dasar pemilihan platform merupakan capaian yang cukup signifikan dalam konteks pemerintah daerah kabupaten. Penelitian Atnan dan Abrar (2023) yang mengkaji 34 kementerian menemukan bahwa hubungan publik-pemerintah di media sosial banyak didorong oleh logika promosi institusional. Sementara itu, temuan penelitian ini menunjukkan adanya elemen *data-driven decision-making* yang melampaui sekadar promosi, yaitu upaya untuk memahami perilaku dan preferensi audiens secara empiris.

Produksi Konten sebagai Praktik Komunikasi Strategis

Proses produksi konten yang terstruktur, dengan alur dari koordinasi lintas dinas hingga mekanisme *approval* berlapis, mencerminkan dimensi kedua *New Media Theory*, yakni interaktivitas yang memerlukan konten berkualitas sebagai prasyarat. Fuchs (2024) menekankan bahwa media sosial sebagai ruang pembicaraan publik mensyaratkan konten yang

tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun relasi makna dengan komunikannya. Upaya mengemas konten agar "transparan dan persuasif", sebagaimana diungkapkan informan, merupakan respons terhadap tuntutan tersebut.

Studi Mahadewi dan Darma (2024) menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang direncanakan dengan baik dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Temuan penelitian ini mendukung proposisi tersebut dengan menunjukkan bahwa perencanaan konten yang sistematis, mulai dari *content calendar*, *brief* kreatif, hingga mekanisme *approval*, merupakan bagian dari infrastruktur kepercayaan yang sedang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan. Meskipun demikian, kondisi SDM yang harus merangkap berbagai fungsi (desainer sekaligus editor video) mengindikasikan bahwa profesionalisasi ini masih berlangsung dalam bingkai keterbatasan, bukan dalam kondisi ideal.

Frekuensi publikasi konten sebanyak 1 hingga 2 konten per minggu untuk program spesifik seperti Program 1000 Kolam merupakan pilihan yang disadari dan terencana, bukan semata-mata akibat keterbatasan produksi. Strategi menyisipkan konten program di antara konten seremonial pimpinan menunjukkan kesadaran akan manajemen perhatian audiens, sebuah konsep yang dikenal dalam ekonomi perhatian digital (*attention economy*). Ini sejalan dengan temuan penelitian tentang Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah yang memenangkan penghargaan daerah (Jurnal Komunikasi Pembangunan, 2024) yang menekankan pentingnya konsistensi dan relevansi konten daripada sekadar frekuensi tinggi.

Interaksi Publik dan Paradoks Komunikasi Dua Arah

Temuan mengenai mekanisme interaksi publik mengungkap sebuah paradoks yang signifikan: media sosial yang secara inheren bersifat dialogis dan partisipatoris dioperasikan dalam logika yang masih kuat berdimensi satu arah dan bersifat birokratis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial Pemda "masih sering terkesan satu arah atau bersifat pengumuman" merupakan bentuk reflektivitas kritis yang jarang ditemukan dalam studi komunikasi pemerintah dan memerlukan perhatian serius.

Paradoks ini sangat selaras dengan temuan Hansson dan DePaula (2023) dalam kajian lintas negara mereka, yang menemukan bahwa mayoritas pemerintah menggunakan media sosial terutama sebagai sarana pengumuman kebijakan, bukan sebagai platform dialog. Di tingkat lokal di Indonesia, penelitian tentang pemerintah daerah Kabupaten Bangli (Eduvest, 2024) juga mengidentifikasi pola serupa, di mana komunikasi tetap bersifat *broadcast* meskipun menggunakan media yang interaktif. Penelitian ini dengan demikian memperkuat

pola regional yang lebih luas sekaligus menambahkan kedalaman analisis melalui pembacaan dari dalam (*insider perspective*) terhadap keterbatasan tersebut.

Praktik menyaring komentar kasar dan mengoordinasikan respons terhadap kritik substantif melalui jalur formal mencerminkan tegangan antara dua logika yang berhadapan: logika media sosial yang menuntut kecepatan dan keaslian, versus logika birokrasi yang menuntut kehati-hatian dan kesatuan suara (*one-voice policy*). Pratama (2025), dalam studinya tentang komunikasi pemerintah menghadapi kritik viral, menemukan bahwa kemampuan merespons secara cepat dan terkoordinasi merupakan kompetensi kritis yang belum banyak dikuasai oleh pemerintah daerah. Temuan penelitian ini mengonfirmasi keterbatasan yang sama, sekaligus menunjukkan adanya kesadaran akan perlunya bergerak menuju model yang lebih responsif melalui inisiatif seperti pengadaan nomor WhatsApp untuk pengaduan.

Kesenjangan Digital dan Strategi Komunikasi Hibrida

Temuan mengenai hambatan *geografis* dan *respons* berupa strategi komunikasi hibrida (digital, tatap muka melalui penyuluh lapangan) merupakan salah satu kontribusi paling orisinal penelitian ini terhadap literatur yang ada. Sementara sebagian besar kajian komunikasi digital pemerintah di Indonesia berfokus pada konteks perkotaan atau semiperkotaan dengan infrastruktur yang relatif memadai, penelitian ini justru mengungkap kompleksitas yang dihadapi kabupaten dengan topografi yang menantang.

Dalam kerangka Fuchs (2024), kesenjangan digital di Tapanuli Selatan bukan sekadar masalah akses teknis, melainkan juga masalah partisipasi sosial. Warga desa secara struktural dieksklusi dari ruang informasi digital yang semakin dominan dalam komunikasi pemerintah. Mergel et al. (2023) secara tepat mengingatkan bahwa digitalisasi pemerintahan yang tidak mempertimbangkan ketimpangan akses dan kapasitas digital masyarakat berpotensi memperdalam, bukan mengurangi, jurang komunikasi antara pemerintah dan warga.

Respons Dinas KOMINFO Tapanuli Selatan yang mendelegasikan sosialisasi kepada penyuluh lapangan untuk komunitas yang tidak terjangkau secara digital merupakan contoh nyata dari strategi komunikasi inklusif yang, menurut Jurnal Penyuluhan IPB (2026), disebut sebagai strategi yang mengintegrasikan kanal digital dan non-digital. Studi tentang Pemerintah Kota Tangerang dalam program *Smart Environment* juga menunjukkan bahwa kombinasi media sosial, *website*, dan sosialisasi tatap muka menghasilkan jangkauan yang lebih merata. Namun, sementara Tangerang beroperasi dari posisi infrastruktur digital yang kuat, Tapanuli Selatan justru menjadikan keterbatasan infrastruktur sebagai titik tolak dalam merancang strategi. Kondisi tersebut memberikan perspektif yang lebih kontekstual dan bernilai bagi kebijakan komunikasi pemerintah di daerah-daerah yang menghadapi kondisi serupa.

Dari perspektif teoretis yang lebih luas, temuan ini menantang asumsi tentang universalitas transformasi digital dalam pemerintahan. Digitalisasi bukanlah proses linier yang berjalan dengan kecepatan seragam di seluruh wilayah; ia merupakan proses yang sarat negosiasi lokal, adaptasi kontekstual, dan kompromi pragmatis. Penelitian ini menawarkan narasi alternatif terhadap optimisme teknologis yang sering mendominasi wacana *e-government*, dengan menampilkan bagaimana komunikasi digital pemerintah berlangsung di ruang-ruang yang tidak ideal.

Implikasi Teoritis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam dua arah. Pertama, ia memperkaya kajian *New Media Theory* dengan menunjukkan bagaimana karakteristik *new media* (interaktivitas, dispersivitas, digitalitas) diadaptasi sekaligus dibatasi dalam konteks komunikasi pemerintah daerah di Indonesia. Kedua, ia menawarkan pembaruan terhadap teori digitalisasi pemerintahan dengan menegaskan bahwa proses digitalisasi tidak dapat dilepaskan dari konteks geografis, demografis, dan infrastruktur yang melingkupinya.

Secara praktis, temuan penelitian ini memiliki implikasi langsung bagi Dinas KOMINFO Kabupaten Tapanuli Selatan maupun pemerintah daerah sejenis. Pertama, perlu dilakukan penguatan kapasitas SDM komunikasi digital, baik melalui pelatihan internal maupun rekrutmen spesialis media sosial. Kedua, mekanisme *approval* konten perlu ditinjau ulang agar tetap menjaga akurasi tanpa mengorbankan kecepatan respons. Ketiga, pengembangan model interaksi dua arah yang lebih substantif perlu diprioritaskan, mengingat potensi besar media sosial sebagai platform dialog yang belum dimanfaatkan secara optimal. Keempat, integrasi yang lebih sistematis antara strategi digital dan non-digital perlu dirancang, termasuk melalui penguatan kapasitas penyuluh lapangan sebagai agen komunikasi pembangunan.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Lanjutan

Penelitian ini tidak luput dari keterbatasan. Fokus pada perspektif Dinas KOMINFO sebagai komunikator utama menyebabkan suara penerima manfaat program (kelompok pembudidaya ikan, masyarakat pedesaan) belum sepenuhnya dieksplorasi. Penelitian lanjutan perlu mengintegrasikan perspektif penerima manfaat secara lebih sistematis untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai efektivitas komunikasi. Selain itu, periode penelitian yang terbatas juga membatasi kemampuan untuk menelusuri evolusi strategi komunikasi secara longitudinal.

Agenda penelitian ke depan dapat mencakup: (1) studi komparasi strategi komunikasi media sosial antar pemerintah kabupaten di Sumatera Utara untuk mengidentifikasi faktor

pembeda keberhasilan; (2) penelitian resepsi audiens yang meneliti bagaimana kelompok-kelompok berbeda (petani, nelayan, generasi muda, perempuan) menerima dan memaknai pesan Gerakan 1000 Kolam; (3) studi longitudinal tentang evolusi model interaksi publik digital pemerintah daerah; serta (4) kajian perbandingan lintas negara mengenai strategi komunikasi program ketahanan pangan berbasis digital di kawasan Asia Tenggara. Penelitian-penelitian semacam ini akan memperkaya pemahaman tentang nexus antara komunikasi pemerintah digital, ketahanan pangan, dan pembangunan pedesaan dalam konteks Indonesia dan negara-negara berkembang.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan dalam menyosialisasikan Program 1000 Kolam melalui media sosial diimplementasikan melalui lima dimensi yang saling berkaitan. Dimensi tersebut meliputi: (1) perencanaan komunikasi yang bersifat kolaboratif lintas organisasi perangkat daerah dengan berorientasi pada transparansi dan persuasi; (2) diferensiasi penggunaan platform media sosial berdasarkan segmentasi audiens yang didukung oleh pemanfaatan *data analytics*; (3) proses produksi konten yang disusun secara sistematis, namun masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia; (4) mekanisme interaksi dengan publik yang cenderung didominasi oleh pola komunikasi satu arah, meskipun telah terdapat upaya pengembangan komunikasi yang lebih dialogis; serta (5) penerapan strategi komunikasi hibrida sebagai bentuk adaptasi terhadap kesenjangan akses digital yang dipengaruhi oleh kondisi geografis wilayah. Berdasarkan perspektif *New Media Theory* dan teori digitalisasi pemerintahan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah, khususnya pada wilayah dengan karakteristik geografis yang beragam, merupakan proses yang melibatkan negosiasi antara potensi teknologi digital dengan realitas sosial dan kontekstual di lapangan. Dengan demikian, komunikasi pemerintahan berbasis digital tidak hanya ditentukan oleh pemilihan platform atau kualitas produksi konten, tetapi juga dipengaruhi oleh kapasitas kelembagaan, kesiapan infrastruktur, serta tingkat kesenjangan sosial yang menjadi karakteristik masyarakat sasaran. Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis terhadap pengembangan kajian komunikasi pembangunan di era digital, khususnya dalam mendukung proses transformasi digital pemerintahan pada daerah-daerah dengan karakteristik yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Atnan, N., & Abrar, A. N. (2023). Relation of social media literacy, trust, and information quality on public communication behavior in urban local government social media in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2), 210–226. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3902-12>
- Atnan, N., Prajarto, N., & Kurnia, N. (2024). Social media management in local government: A case study of Bandung City government's Instagram and Twitter (X), Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 465–481. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-27>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dinas Perikanan Kabupaten Tapanuli Selatan. (2025). *Data kebutuhan dan produksi ikan Kabupaten Tapanuli Selatan tahun 2024–2025*. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Eduvest – Journal of Universal Studies. (2024). Government public communication strategy through social media in the digital era: Case study on Bangli Regency Government. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 4(6). <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i6.1334>
- Frontiers in Communication. (2025). The nexus between public communication and policy implementation revisited: Insights from the Population and Civil Registration Service of South Sulawesi, Indonesia. *Frontiers in Communication*, 10, Article 1556747. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1556747>
- Fuchs, C. (2024). *Social media: A critical introduction* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hansson, S., & DePaula, N. (2023). Government communication on social media: Research domains and future directions. *Media and Communication*, 11(2).
- Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government dalam Demokrasi. (2026). Strategi hubungan masyarakat pemerintah daerah melalui media sosial TikTok: Analisis bibliometrik 2020–2025. *Jurnal Agregasi*, 14(1), 75–91. <https://doi.org/10.34010/agregasi.v14i1.18979>
- Jurnal Komunikasi Pembangunan. (2024). Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah: Studi pemenang penghargaan pembangunan daerah tahun 2022. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(2), 124–137. <https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Jurnal Penyuluhan. (2026). Strategi komunikasi pembangunan Pemerintah Kota Tangerang dalam pengelolaan lingkungan melalui program Smart Environment. *Jurnal Penyuluhan*, 22(1). <https://doi.org/10.25015/22202661755>
- Kriyantono, R. (2023). Validitas dan reliabilitas penelitian kualitatif dalam studi komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 1–14.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2023). *New media: A critical introduction* (3rd ed.). Routledge.
- Mahadewi, D. T., & Darma, G. S. (2024). Government public communication strategy through social media in the digital era. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 4(6). <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i6.1334>
- Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2023). Digital transformation of public administration: A research agenda. *Government Information Quarterly*, 40. <https://doi.org/10.4337/9781802202595.Digital.Transformation.in>

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2024). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Perangin-angin, I. F. D. (2023). Komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal di Sumatera Utara. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 15(1), 45–56.
- Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan. (2025a). *Bupati Tapsel genjot swasembada ikan melalui program 1.000 kolam*. Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan. (2025b). *Musrenbang RPJMD Tapanuli Selatan 2025–2029: Visi, misi, dan Panca Cita Tapsel*. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan. (2026). *Gerakan Seribu Kolam tercapai: Tapsel menuju swasembada ikan dan ekosistem terpadu MBG*. Gemantara News.
- Pratama, A. (2025). Strategi komunikasi pemerintah dalam menghadapi kritik viral di media sosial bertagar #IndonesiaGelap. *Open Journal UNPAM*, 10(1), 45–60.
- Retnohendariningrum, et al. (2025). Local government social media strategy for public awareness and heritage preservation. *SHS Web of Conferences*. Proceedings of ICARSESS 2024.
- Saldaña, J. (2023). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). Sage Publications.
- Sari, R., et al. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam era digital. *E-Jurnal UNESPADANG*, 5(2), 1–15. <https://doi.org/10.69688/mekas.v1i2.44>
- Sianturi, H. R. P. (2025). Politics on a plate: Equivocal communication in Indonesian presidential nutrition policy. *Frontiers in Communication*, 10, Article 1612652. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1612652>
- Sulthan, et al. (2025). Cross-sector communication strategy in supporting the implementation of the food security and free nutritious meals (MBG) program in Majene Regency. *Jurnal ASPIKOM*, 10(2). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v11i1.1681>
- Waspada.id. (2025, June 12). *Tapsel bangun 1.000 kolam swasembada ikan dan MBG*. Waspada Online.
- Wijaya, A., Rasyid, A., & Achiriah. (2023). Pola komunikasi pemerintah dalam melaksanakan sosialisasi penanganan pandemi Covid-19 di Kelurahan Menteng VII, Kecamatan Medan Denai. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(3), 945–952. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.693>