

TATA LAKSANA KEHUMASAN PEMERINTAH MELALUI KONTEN KAMUS GEN Z

IMPLEMENTATION GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS THROUGH GEN Z DICTIONARY CONTENT

Tsalitsa Rizky Nur Asyifa^{1*}, Erna Herawati¹, Ufa Anita Afrilia¹

¹Program Studi Administrasi Pemerintahan, Universitas Padjadjaran, Indonesia

*Korespondensi: Tsalitsa Rizky Nur Asyifa. tsalitsa21001@mail.unpad.ac.id

(Diterima: 08-07-2025; Ditelaah: 24-07-2025; Disetujui: 09-09-2025)

ABSTRACT

The use of information and communication technology in government administration can enhance the quality of public service. Government communication plays a crucial role in maintaining public trust. Social media enables two-way communication between the government and public. This study aims to understand and analyze the government's public relations management in effectively conveying public information, particularly through the creation of "Gen Z Dictionary" content by the Public Relation Department of the Communication and Information Technology Office (Diskominfo) of West Java Province. The researcher adopted the POAC theory, which consists of the criteria of planning, organizing, actuating, and controlling. This study employed a qualitative descriptive method, with data collected through observation, interviews, and literature review. The data analysis technique used the Miles and Huberman model. The results of the planning stage included establishing communication themes and objectives, audience mapping, determining the style of message delivery, and selecting social media platforms. In terms of organizing, the West Java Public Relations team has a functionally structured team. For actuating, content creation involves producing short videos uploaded through the Instagram Reels feature. Regarding controlling, the content production team monitors the number of views, comments, interactions (engagement), and audience responses to each published episode and evaluates the content production.

Key words: Dictionary; Government; Public Relations

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam administrasi pemerintahan dapat meningkatkan mutu pelayanan publik. Komunikasi pemerintah memegang peran penting dalam menjaga kepercayaan publik. Dengan media sosial memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis tata laksana kehumasan pemerintah dalam menyampaikan informasi publik secara efektif, khususnya melalui pembuatan konten "Kamus Gen Z" oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat. Peneliti mengadopsi teori POAC terdiri dari kriteria *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Hasil penelitian *planning* mencakup penetapan tema dan tujuan komunikasi, pemetaan audiens, penentuan gaya penyampaian pesan dan pemilihan platform media sosial. *Organizing*, Humas Jabar telah memiliki struktur tim yang terbentuk secara fungsional. *Actuating*, pembuatan konten dalam bentuk video pendek yang diunggah melalui fitur Reels Instagram. *Controlling*, tim produksi konten memantau jumlah penayangan, komentar, interaksi (*engagement*), serta respons audiens terhadap setiap episode yang dipublikasi dan melakukan evaluasi terhadap suatu produksi konten.

Kata kunci: Kehumasan; Kamus; Pemerintah

PENDAHULUAN

Public Relation mempunyai peranan penting dalam membangun hubungan antara organisasi dan publiknya. Keberadaan *Public Relation* berkaitan dengan kepercayaan. Artinya, masyarakat percaya pada organisasi, begitu pula sebaliknya, dengan manfaat yang saling menguntungkan.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam mengelola urusan komunikasi dan informatika di wilayah Jawa Barat. Dalam bidang komunikasi dan informasi dengan fungsi perumusan kebijakan teknis di bidang komunikasi, informatika, dan hubungan masyarakat, pembinaan dan pelaksanaan komunikasi, informatika, dan kehumasan. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat sebagai lembaga yang bertanggung jawab di dalam bidang kehumasan dan penyebaran informasi publik, dituntut untuk membuat inovasi dalam strategi komunikasinya.

Perkembangan teknologi komunikasi terutama media sosial, membuka peluang komunikasi antara pemerintah dan warga negara. Selama beberapa tahun terakhir, e-government telah menjadi topik yang menarik perhatian para akademisi (Rahmanto, 2022). Salah satu inovasi yang dilakukan adalah penyajian konten kreatif dan edukatif berupa Kamus Gen Z. Melalui konten ini, pemerintah berupaya menyampaikan pesan kebijakan publik melalui konten kreatif, hiburan secara ringan, komunikatif, dan mudah dipahami oleh kalangan muda.

Keberadaan media sosial dapat mendukung instansi pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Hal ini terlihat dari adanya akun media sosial yang terhubung dengan situs web resmi instansi pemerintah. Dukungan terhadap pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah diperkuat

melalui diterbitkannya pedoman resmi oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia pada tahun 2012. Pedoman tersebut menjadi landasan bagi lembaga-lembaga pemerintah dalam mengelola dan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pelayanan publik (Kemenpan RB, 2012).

Pengelolaan media sosial oleh humas dilakukan dalam lembaga dan perusahaan dalam melakukan komunikasi, edukasi, promosi, diseminasi dan berinteraksi dengan publik melalui jaringan komunikasi elektronik yang tersedia (Robiana et al., 2024).

Sistem Informasi memiliki kaitan yang sangat erat dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Jawa Barat dalam konteks modernisasi dan efisiensi pelayanan publik. Diskominfo Jawa Barat memiliki peran penting dalam mengelola teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mendukung pembangunan daerah dan pelayanan kepada masyarakat. Sistem Informasi yang diterapkan oleh Diskominfo Jawa Barat meliputi berbagai aspek, seperti sistem basis data untuk menyimpan dan mengelola data pemerintahan, aplikasi e-government untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan publik, serta infrastruktur jaringan untuk meningkatkan konektivitas dan komunikasi antar instansi pemerintah dan masyarakat. Dengan mengoptimalkan sistem informasi, Diskominfo Jawa Barat dapat meningkatkan partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, integrasi teknologi informasi juga mendukung upaya peningkatan kualitas pelayanan publik. Pengelolaan media sosial pemerintah membutuhkan budaya organisasi disertai dukungan dari seluruh jajaran aparat pemerintah untuk dapat berbagi informasi kepada publik, mendorong terciptanya transparansi, membuka diri untuk perbaikan dan meningkatkan kolaborasi dengan masyarakat (Hastrida, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Muliawaty & Hendryawan, (2020) yang memiliki judul Peranan E-Government dalam Pelayanan Publik, menemukan bahwa pembentukan Mal Pelayanan Publik yakni menata pemerintahan yang responsif. Saat ini, Mal Pelayanan Publik (MPP) Kabupaten Sumedang menyelenggarakan 361 jenis layanan publik yang mencakup aspek perizinan maupun non-perizinan. Sebelum terbentuknya MPP, penyelenggaraan pelayanan publik lebih banyak dilakukan melalui mekanisme Pelayanan Terpadu Satu Atap (PTSA) dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Kehadiran MPP merepresentasikan bentuk transformasi dan peningkatan kualitas dari kedua model pelayanan tersebut, dengan tujuan memperkuat integrasi, efisiensi, dan aksesibilitas pelayanan kepada masyarakat. Selanjutnya penelitian Septiani et al., (2022) yang tidak jauh dari penelitian sebelumnya dengan judul Peranan E-government dalam Pelayanan Publik, mengenai pembentukan MPP di Bukit Tinggi, karena kebutuhan masyarakat menjadi prioritas utama pelayanan pemerintah.

Secara umum menurut Khan, (2017) bahwa tujuan utama dari media sosial pemerintah sendiri adalah memanfaatkan teknologi media sosial di sektor publik agar pemerintah dapat lebih transparan, terbuka, mudah diakses, dan kolaboratif.

Studi dari Song & Lee (2016) menemukan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif bagi pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan warga terhadap pemerintah dengan meningkatkan persepsi mereka tentang transparansi pemerintah. Sementara itu, DePaula, Dincelli, and Harrison (2018) berpendapat bahwa sebagian besar penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah untuk tujuan simbolis dan presentasi, yang dinilai dapat menciptakan ekspektasi tertentu dari masyarakat terhadap pemerintah dari apa yang ditampilkan di media sosial.

Tujuan penelitian untuk menganalisis tata laksana pembuatan konten Kamus Gen Z melalui media sosial dan mengetahui apa saja faktor – faktor tata laksana pembuatan konten pada media sosial Humas Jabar serta mengetahui upaya yang dilakukan oleh Humas Jabar dalam mengoptimalkan tata laksana pembuatan konten Kamus Gen Z di media sosial.

MATERI DAN METODE

Administrasi Pemerintahan

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan menjadi dasar hukum penyelenggaraan pemerintahan, yang merupakan tata laksana dalam pengambilan keputusan atau tindakan oleh badan atau pejabat pemerintahan. Undang-undang ini memberikan keleluasaan kepada instansi serta lembaga pemerintah dalam menjalankan pemerintahan dan layanan publik, termasuk dalam menetapkan standar kualitas, kuantitas, serta persyaratan yang diperlukan. Di sisi lain, undang-undang ini juga memungkinkan pemerintah untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan dalam masyarakat, seperti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan pola serta gaya hidup masyarakat.

Kehumasan Pemerintah

Dalam konteks kelembagaan, fungsi kehumasan dapat berperan sebagai penasihat strategis yang dituntut memiliki kompetensi tinggi dalam memberikan solusi pada permasalahan yang berkaitan dengan hubungan antara organisasi dan publik. Secara khusus, humas instansi pemerintah juga dapat menjalankan beberapa peran sekaligus, antara lain sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, pendukung dalam proses penyelesaian masalah, serta sebagai pelaksana teknis dalam komunikasi kelembagaan.

Penelitian menggunakan teori yang manajemen terdiri dari empat fungsi utama yang dikenal sebagai POAC

1. **Planning**

Menentukan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan, bagaimana, kapan, dan oleh siapa. Tujuannya untuk memberikan arah organisasi dan mengurangi ketidakpastian.

2. **Organizing**

Menyusun struktur organisasi dan mendistribusikan pekerjaan. Dalam pemerintahan, ini mencakup pembagian urusan antar instansi dan jenjang pemerintahan.

3. **Actuating**

Menggerakkan orang-orang agar mampu melaksanakan rencana yang telah ditetapkan. Fungsi ini erat dengan kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi.

4. **Controlling**

Menilai apakah pelaksanaan sesuai dengan rencana, dan melakukan koreksi bila terjadi penyimpangan. Dalam konteks pemerintahan, ini mencakup audit dan evaluasi kinerja.

Media Sosial

Menurut Mandibergh, media sosial dapat dipahami sebagai sarana yang memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dalam menciptakan dan membagikan konten secara bersama-sama. Sementara itu, Van Dijk mengemukakan bahwa media sosial merupakan sebuah platform digital yang menekankan pada keberadaan individu penggunanya, serta dilengkapi dengan berbagai fitur yang mendukung aktivitas interaktif dan kolaboratif antar pengguna.

Desain Penelitian

Metode penelitian bersifat deskriptif, menurut Sugiyono, (2022) metode kualitatif adalah merupakan metode penelitian yang berpijak pada paradigma post-positivisme dan diterapkan dalam konteks objek yang bersifat alami,

bukan hasil rekayasa atau eksperimen. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, sementara teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yakni kombinasi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis datanya dilakukan secara induktif, dengan fokus utama pada pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti, bukan pada upaya untuk melakukan generalisasi hasil.

Sumber data laporan unjuk kerja ini didapatkan dari wawancara langsung dengan staff Humas Jabar bagian dan aparatur pemerintah di perangkat daerah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dengan masyarakat, literatur, dan arsip-arsip pemerintah mengenai manajemen komunikasi dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, nama narasumber tidak dicantumkan secara langsung dan diganti dengan kode Narasumber A (2023). Menurut Sugiyono, (2019) Wawancara merupakan bentuk interaksi verbal yang terstruktur dan diarahkan untuk memperoleh informasi tertentu, yang dilakukan secara langsung antara dua pihak atau lebih dalam situasi tatap muka. Dalam pelaksanaannya, proses ini biasanya didukung oleh panduan berupa daftar pertanyaan atau kuesioner yang berfungsi sebagai instrumen bantu guna memastikan kelengkapan data yang dikumpulkan. Penulis mewawancarai Informan secara daring, diskusi pada rapat-rapat, maupun percakapan informal dengan sumber data.

Observasi yang dilakukan penulis berupa catatan peristiwa, maupun perilaku-perilaku yang ditunjukkan oleh objek pengamatan, Menurut Arikunto, (2019) pengamatan langsung terhadap suatu objek atau situasi yang sedang berlangsung di lingkungan, dengan menggunakan alat indera, baik secara sengaja maupun sadar, serta mengikuti prosedur yang telah

ditentukan. Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Humas Jabar bidang Informasi Komunikasi Publik, mengenai pelaksanaan manajemen komunikasi dalam membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Studi pustaka merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Menurut Sugiyono, (2019) studi kepustakaan berkaitan dengan penelitian dan referensi lain seperti buku, majalah dan literatur. Data yang diperoleh dari buku literatur yang ada hubungan dengan tugas akhir pada Program Studi Administrasi Pemerintahan dan buku-buku perpustakaan. Teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Planning

Menyusun strategi komunikasi yang efektif, langkah awal yang dilakukan oleh instansi pemerintah ialah mengidentifikasi kebutuhan informasi publik. Proses ini bertujuan mengetahui jenis informasi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya kelompok sasaran seperti, generasi muda. Kebutuhan informasi dapat dilihat melalui berbagai metode, seperti analisis tren media sosial, isu – isu aktual yang berkembang di masyarakat.

Dalam konteks ini, perencanaan mencakup penetapan tema dan tujuan komunikasi, pemetaan audiens, penentuan gaya penyampaian yang sesuai dengan preferensi Gen Z, serta pemilihan platform media sosial yang dianggap paling efektif, seperti Instagram, dan YouTube. Sejalan dengan penelitian Nurhadi, (2020) yang mendapatkan temuan Aplikasi Youtube saat ini menjadi situs media sosial yang dinikmati oleh masyarakat dan populer di seluruh dunia.

Selain itu, perencanaan juga mempertimbangkan aspek teknis dan kreatif, termasuk format visual, narasi yang ringan namun informatif, serta elemen interaktif yang dapat mendorong keterlibatan audiens. Seluruh proses perencanaan ini merupakan implementasi dari fungsi perencanaan dalam teori manajemen George R. Terry, yaitu sebagai upaya sistematis untuk merumuskan tujuan dan menyusun langkah-langkah strategis dalam rangka mencapai efektivitas komunikasi publik melalui media sosial pemerintah.

Pemilihan tema Kamus Gen Z berawal dari hasil diskusi yang dilakukan antara penulis dan mentor dalam proses perencanaan konten. Latar belakang munculnya ide pembuatan rubrik Kamus Gen Z ini lahir dari hasil diskusi informal yang berlangsung secara intensif dalam berbagai kesempatan, dimana percakapan – percakapan ringan antar anggota tim kemudian mengarah pada ide yang lebih terstruktur.

Rubrik ini pun dirancang melalui proses perencanaan yang cukup matang dan melibatkan berbagai pihak secara kolaboratif, termasuk penulis brief, videographer, serta desainer visual. Setiap elemen kreatif dalam tim memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep dan implementasi ide, sehingga hasil akhirnya dapat dieksekusi dengan baik dan menghasilkan konten yang menarik secara visual maupun naratif. Berdasarkan temuan tersebut, tim kemudian merumuskan ide untuk membuat konten yang memuat penjelasan tentang berbagai istilah atau ungkapan yang sering digunakan oleh Gen Z, namun belum dikenal luas oleh masyarakat umum. Ide tersebut kemudian dikembangkan menjadi konsep konten Kamus Gen Z, yang bertujuan menjembatani komunikasi antar generasi melalui pendekatan yang informatif dan menghibur.

Gagasan tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk konten yang edukatif dan menghibur yang diberi tema Kamus Gen Z, yang bertujuan untuk mengenal istilah-istilah yang sering digunakan oleh generasi muda, namun belum tentu dikenal oleh masyarakat secara umum.

Pemetaan audiens merupakan proses mengidentifikasi serta preferensi dari kelompok sasaran yang akan menerima suatu informasi atau pesan komunikasi. Bertujuan untuk mengetahui siapa yang akan menjadi target komunikasi berdasarkan usia, budaya atau kebiasaan digital agar pesan yang disampaikan dapat disesuaikan secara baik dari segi Bahasa, media, maupun pendekatan penyampaian. Dalam konteks Kamus Gen Z, pemetaan audiens dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang dibuat relevan dan menarik bagi generasi Z dan diluar generasi Z yaitu generasi Milenial. Konten ini dibuat untuk mengenalkan beberapa kata *slang* dari generasi Z karena Gen Z lahir di era digital dan sangat terhubung dengan teknologi, media sosial, dan tren visual. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997 - 2012. Generasi ini dikenal sebagai *digital natives* karena telah terbiasa dengan teknologi digital, gaya komunikasi mereka bersifat singkat, ekspresif, dan sering menggunakan Bahasa gaul atau istilah *slang* yang terus berkembang. Audiens utama yang menjadi sasaran dalam konten ini adalah Generasi Milenial, yaitu individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996.

Melalui konten Kamus Gen Z, Humas Jabar memiliki upaya menjembatani kesenjangan komunikasi antar generasi. Konten ini memberikan manfaat informatif berupa pemahaman terhadap kosakata atau *slang* yang banyak digunakan oleh Gen Z, sehingga untuk Generasi Milenial dapat lebih responsif dalam interaksi sehari - hari. Meskipun

Generasi Milenial lebih adaptif terhadap teknologi dibanding generasi sebelumnya, Milenial tidak selalu mengikuti perkembangan Bahasa dan tren komunikasi dari Generasi Z, khususnya dalam hal penggunaan istilah - istilah baru di media sosial.

Gaya penyampaian merupakan elemen penting terutama dalam menjangkau generasi dengan karakteristik komunikasi yang unik seperti Generasi Z. Dalam konteks pembuatan konten Kamus Gen Z, penentuan gaya penyampaian disesuaikan dengan preferensi Gen Z yang dikenal mengutamakan kecepatan, visual yang menarik, serta pesan yang disampaikan ringan, dialog menghibur, dan interaktif. Penyampaian pesan dikemas secara kasual berbentuk dialog dengan kata - kata *slang* yang Gen Z sering pakai serta disisipkan unsur dialog humor. Pemilihan narator atau tokoh dalam konten juga mempertimbangkan aspek *representative*. Konten disampaikan oleh individu dari Gen Z sendiri, agar audiens merasa terhubung secara emosional dan sosial. Strategi ini juga bertujuan untuk meningkatkan (*engagement*) karena audiens cenderung tertarik dan percaya pada pesan yang disampaikan karena dianggap "*relatable*".

Sejalan dengan penelitian Jiang et al., (2023) media sosial pemerintah memainkan efek substitusi terhadap penegakan dan administrasi perpajakan. Kami juga menemukan bahwa media sosial pemerintah perlu berfokus pada penguatan karakteristik resmi, formal, dan profesionalnya.

Berdasarkan laporan digital 2024 : *Global Overview Report oleh We Are Social*, Masyarakat Indonesia rata - rata menghabiskan sekitar 7 jam 38 menit per hari untuk bergulir di internet dengan media sosial menjadi layanan yang paling sering diakses. Generasi Z paling sering menggunakan media sosial, seperti 81% Instagram, 70% Tiktok, dan 69% Youtube.

Ketiga platform tersebut menjadi paling dominan dan menunjukkan bahwa Gen Z cenderung menyukai konten dengan *short content*. Oleh sebab itu, konten Kamus Gen Z dikemas dalam bentuk video pendek pada Instagram Reels dan Youtube. Kedua platform tersebut mendukung konten berdurasi singkat (15-60 detik), yang merupakan format ideal bagi audiens karena memiliki rentang perhatian lebih pendek dan menyukai konsumsi informasi yang cepat dan padat. Instagram dan Youtube menyediakan fitur interaktif seperti komentar, likes, share, yang dapat meningkatkan engagement rate. Hal ini sangat penting dalam konteks kehumasan, karena menunjukkan tingkat partisipasi publik terhadap pesan pemerintah melalui media sosial.

Sejalan dengan pendapat Ainiyah, (2018) media sosial kini menjadi salah satu instrumen komunikasi yang paling berpengaruh dalam kehidupan masyarakat masa kini, terutama dalam konteks penyampaian informasi kepada publik. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan platform media sosial telah merevolusi cara individu dan kelompok memperoleh, mengakses, serta mendistribusikan informasi.

Hal ini mendukung penelitian Rahmanto, (2022) bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi publik tentang good governance dan ketiga aspeknya. Serta penelitian (Fischer-Preßler et al., 2023) bahwa penggunaan media sosial pemerintah yang strategis berdampak positif pada tujuan organisasi seperti akumulasi modal sosial jangka panjang, sehingga tata kelola informasi media sosial menjadi tujuan organisasi.

2. Organizing

Pembagian tugas tim dalam proses produksi konten merupakan langkah krusial dalam memastikan efisiensi dan

kualitas kerja yang optimal. Setiap tanggung jawab dialokasikan berdasarkan keahlian dan kompetensi masing – masing anggota tim. Dalam pelaksanaan produksi konten Kamus Gen Z, Humas Jabar telah memiliki struktur tim yang terbentuk secara fungsional, di mana setiap anggota telah memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas. Pembagian tugas dalam tim telah disusun dengan melihat keahlian dan kapasitas individu, sehingga proses kerja lebih efektif dan terarah. Untuk pembuatan konten Kamus Gen Z, penugasan telah dilakukan secara sistematis. *Brainstorming* merupakan hal yang penting saat akan dilakukan produksi konten, melalui diskusi terbuka ini seluruh anggota tim yang terlibat dalam pembuatan konten diberikan ruang untuk menyampaikan pendapat, usulan kreatif, serta masukan terkait gaya penyampaian. Kegiatan *brainstorming* dilakukan saat melakukan penetapan tema dan penulisan *brief* konten Kamus Gen Z bersama tim Humas Jabar sampai pada konsep visual dan platform distribusi yang tepat untuk menjangkau audiens.

Tugas produksi konten dibagi sesuai keahlian dan struktur tim pada Humas Jabar, penulis naskah pada "*deck*" Kamus Gen Z ditulis oleh tim dari kalangan Gen Z, videographer tentunya dibantu oleh tim Humas Jabar karena sudah memiliki keahlian dalam mengambil video untuk *shooting* konten Kamus Gen Z, penyuntingan dilakukan oleh satu editor dari tim Humas Jabar dengan menggunakan *style* video Humas Jabar dan dengan visual yang menarik, dan adapun tokoh peran yang ada dalam video konten ini meliputi anggota tim dari kalangan Gen Z. Penentuan alur kerja dan koordinasi antar tim menjadi langkah yang sangat penting dalam menjamin kelancaran proses produksi konten dan menghindari kesalahpahaman komunikasi dalam produksi konten. Dengan adanya pembagian alur kerja yang sistematis dan

jalur komunikasi yang jelas maka proses produksi konten akan lebih efektif, dari mulai perumusan ide, pengambilan video, penyuntingan dan publikasi konten.

Dalam praktik tersebut, koordinator atau mentor dari tim Humas Jabar bertindak sebagai penghubung antar bagian, walaupun sudah memiliki tugas nya masing – masing, tim Humas Jabar dan tim dari kalangan Gen Z tetap berdiskusi, saling membantu dan memberikan pendapat nya jika ada kekurangan atau hal yang kurang dalam proses pembuatan konten. Seluruh peralatan produksi yang digunakan dalam pembuatan konten, seperti kamera, perangkat pendukung pengambilan gambar, serta perangkat lunak untuk proses penyuntingan (editing), merupakan fasilitas yang dimiliki Humas Jabar. Penggunaan alat – alat ini didukung oleh keterlibatan tim yang memiliki keahlian di bidangnya masing – masing, seperti videographer, editor, sehingga proses produksi dapat berlangsung sesuai standar kualitas yang ditetapkan.

3. *Actuating*

Pelaksanaan pembuatan konten Kamus Gen Z melibatkan eksekusi langsung terhadap ide yang telah dirancang, proses kreatif dalam *brief* penggunaan Bahasa gaul, visual menarik, hingga respon publik dan *engagement* konten setelah di publikasi. Penulisan *brief* konten merupakan tahap awal dalam produksi konten digital, *brief* disusun sesuai dengan tema yang sudah ditetapkan.

Penyusunan *brief* menjadi langkah awal eksekusi pembuatan konten Kamus Gen Z dengan mencari kata *slang* yang akan dimuat dalam video konten, konten ini dirancang dalam bentuk video pendek yang diunggah melalui fitur Reels Instagram, format ini dipilih karena sesuai dengan karakter konsumsi media Generasi Z yang menyukai konten visual berdurasi singkat, dinamis, dan mudah dibagikan.

Proses produksi konten dilakukan secara terstruktur dalam dua hari pengambilan gambar (*shooting*), disetiap video menyajikan dialog ringan bernuansa hiburan. Konten difokuskan pada pengenalan tiga istilah *slang* yang populer di kalangan Gen Z, yakni :

1. Slay : Sebuah ungkapan populer yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang luar biasa atau dalam konteks Bahasa gaul, bermakna pujian atas penampilan, atau tindakan yang mengesankan.
2. Periodt : Digunakan di akhir pernyataan untuk menegaskan bahwa pernyataan tersebut bersifat final dan tidak dapat dibantah.
3. Salty : Kata *slang* yang menggambarkan perasaan kesal, tersinggung terhadap sesuatu atau reaksi terhadap kritik yang dianggap negatif.

Konten disampaikan secara ringan dan komunikatif, konsep video dibawakan dengan percakapan antara dua sampai tiga orang dan gaya dialog yang ringan, ekspresi karakter yang kuat, serta ritme penyuntingan yang cepat. Pengulangan dalam pengambilan video pasti terjadi karena ada details yang kurang atau dialog yang salah. Proses *shooting* video dilakukan bertahap dari *slang* pertama hingga akhir, tempat untuk pengambilan gambar berbeda agar visual yang didapatkan lebih menarik.



Gambar 2 Proses pengambilan gambar

Proses *shooting* konten Kamu Gen Z merupakan tahapan pelaksanaan produksi

yang melibatkan pengambilan gambar secara langsung berdasarkan *brief* konten yang telah disusun. *Shooting* dilaksanakan dalam satu hari produksi dengan efisiensi waktu dan sumber daya yang telah direncanakan. Sebelum *shooting* dimulai, tim melakukan persiapan teknis seperti penataan lokasi, pengecekan peralatan kamera, mikrofon, pencahayaan, serta pengarahan singkat kepada talent yang berasal dari tim yang sesuai dengan karakter Gen Z. *brief* konten yang telah ditulis mengangkat istilah *slang* populer dan dikemas dalam percakapan santai dan menghibur. Misalnya, pada salah satu sesi *shooting*, narasi difokuskan pada tiga kata yang sudah ditulis seperti “slay”, “periodt”, “salty”, yang kemudian dijelaskan melalui contoh situasi sehari – hari yang relevan dengan kehidupan anak muda. Pengambilan dilakukan dalam beberapa take (ulang) untuk mendapatkan hasil terbaik. Sejalan dengan pendapat Prabawati & Dawud (2019) bahwa dialog adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang dilakukan harus mempertimbangkan makna.

Setelah *shooting* selesai, materi video akan diserahkan ke tim editor untuk tahap penyuntingan. Tahap ini dilakukan oleh tim editor Humas Jabar sesuai dengan bagian tugas nya. Penyuntingan ini diserahkan kepada tim editor Humas Jabar agar disesuaikan dengan visual media sosial Humas Jabar. Selanjutnya konten dijadwalkan untuk dipublikasi melalui platform Instagram Reels, karena formatnya mendukung untuk video pendek, tetapi konten ini juga dipublikasi melalui platform Youtube. Dalam caption unggahan, disertakan penjelasan singkat agar menarik perhatian audiens untuk menonton video tersebut, disertai (#hashtag) yang relevan agar konten lebih mudah ditemukan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kusuma et al., (2021) yang menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola

komunikasi menjadi lebih terbuka, dua arah, dan partisipatif.

4. *Controlling*

Pengendalian atau *controlling* bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh proses pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, serta tujuan yang telah ditetapkan. Pengendalian dilakukan pada tahap monitoring performa konten, Tim produksi konten Kamus Gen Z memantau jumlah penayangan, komentar, interaksi (*engagement*), serta respons audiens terhadap setiap episode yang dipublikasi. Data ini menjadi alat evaluasi terhadap efektivitas konten, apakah pesan yang disampaikan dipahami dengan baik, apakah gaya penyajian sudah sesuai dengan preferensi Gen Z, serta bagian mana yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam konten Kamus Gen Z.

Selain itu, fungsi pengendalian juga mencakup pengawasan terhadap alur kerja tim, seperti disiplin waktu, pembagian tugas yang proporsional, dan pemenuhan target produksi sesuai jadwal. Dengan sistem pengendalian yang baik, kualitas konten dapat terjaga, risiko miskomunikasi dapat diminimalkan, dan citra institusi pemerintah sebagai entitas yang profesional dan adaptif dalam komunikasi digital dapat terus ditingkatkan.

Konten Kamus Gen Z dipublikasikan pada tanggal 1 April 2024 di dua platform media sosial yaitu Instagram Reels dan Youtube dengan satu konten yang sama, kedua platform ini dipilih untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan karakteristik konsumsi media yang berbeda. Konten Instagram Reels menunjukkan performa yang cukup baik dengan total tayangan mencapai 4.300 kali. Konten ini memperoleh 107 *likes*, 8 komentar, dan 21 kali dibagikan, serta menjangkau 2.700 akun. Dari jumlah tersebut, 145 akun terpantau melakukan

interaksi aktif seperti menyukai, mengomentari, atau membagikan konten. Proporsi yang melihat konten ini sebagian besar berasal dari pengikut akun Instagram Humas Jabar, yaitu sebesar 70,4%, sementara 29,6% berasal dari pengguna yang belum mengikuti akun Instagram Humas Jabar. Sementara itu, konten video Kamus Gen Z yang diunggah ke Youtube memperoleh 1.100 tayangan dan 13 likes. Meskipun data keterlibatan tidak sebanyak di Instagram, kehadiran konten di platform Youtube memberikan ruang agar memperkaya pendekatan komunikasi yang digunakan oleh pemerintah. Hal ini berkaitan dengan interaksi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat di media sosial, dibuktikan dengan masih rendahnya tingkat partisipasi dan kolaborasi antara masyarakat dengan pemerintah di media sosial (Izzati et al., 2018).

Dalam tata laksana kehumasan pemerintah, data tersebut penting untuk mengukur efektivitas dalam membangun citra positif dan meningkatkan kesadaran publik terhadap program atau informasi yang dibuat oleh Humas Jabar. Keterlibatan yang tinggi di Instagram Reels menunjukkan bahwa konten visual yang ringkas dan relevan dengan karakteristik Gen Z ini sangat efektif untuk menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dicerna. Hal ini sejalan dengan prinsip kehumasan pemerintah yang menekankan pada komunikasi persuasif dan partisipatif.

Meskipun performa konten di Youtube (1.100 tayangan dan 13 likes) tidak setinggi Instagram, kehadirannya tetap signifikan. Dalam produksi konten, penentuan platform untuk penyebaran informasi sangat penting. Youtube, mungkin tidak terlalu menghasilkan interaksi instan seperti Instagram Reels, berfungsi sebagai repositori konten yang lebih tahan lama dan dapat diakses kapan saja, ini memungkinkan pemerintah untuk menjangkau audiens yang mungkin lebih

menyukai format video dalam bentuk *landscape* dan durasi yang lebih panjang, serta memperkaya saluran komunikasi.

Secara keseluruhan, inisiatif pembuatan konten Kamus Gen Z ini mencerminkan bentuk yang lebih adaptif terhadap perkembangan media digital. Melalui penggunaan Bahasa gaul, visual menarik, dan format yang mengikuti tren digital, konten hiburan pada media sosial pemerintah ini berupaya menjalin komunikasi yang lebih dekat, ringan, namun tetap bermuatan edukatif dengan generasi muda. Langkah ini menegaskan bahwa kehumasan pemerintah tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi satu arah, tetapi sebagai pengelola komunikasi publik yang interaktif dan partisipatif, sejalan dengan tata kelola pemerintahan yang transparan dan responsif terhadap dinamika sosial.

Hasil penelitian mendukung penelitian Permatasari & Anis, (2025) yang menunjukkan bahwa Dinkominfo telah menerapkan strategi POAC dengan komunikasi digital yang terstruktur, kolaboratif, dan partisipatif. Keunggulan penelitian ini terletak pada analisis mendalam terhadap praktik manajemen media online pemerintahan daerah. Penelitian yang dilakukan Saputro et al., (2023) menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi yang diterapkan dan juga pengelolaan dengan menggunakan pendekatan Manajemen POAC, merupakan upaya yang sudah efektif yang dilakukan Radio Karysma FM.

Hasil penelitian Hojanto et al., (2022) bahwa Hasil penelitian juga menunjukkan fungsi manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) digunakan sebagaimana pola komunikasi yang terjadi menggunakan pola komunikasi semua arah.

Pada hasil penelitian Tagoe & (Zhang, 2024) bahwa administrator publik menggunakan e-government dan teknologi digital modern lainnya untuk komunikasi,

yang telah membantu mengurangi korupsi dan mendekatkan masyarakat dengan pemerintah karena mereka dapat menggunakan perangkat pemerintah secara langsung dan terdapat kemungkinan komunikasi dua arah.

Secara umum menurut Khan, (2017) bahwa tujuan utama dari media sosial pemerintah sendiri adalah memanfaatkan teknologi media sosial di sektor publik agar pemerintah dapat lebih transparan, terbuka, mudah diakses, dan kolaboratif.

Studi dari Song & Lee (2016) menemukan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif bagi pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan warga terhadap pemerintah dengan meningkatkan persepsi mereka tentang transparansi pemerintah. Sementara itu, DePaula et al., (2018) berpendapat bahwa sebagian besar penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah untuk tujuan simbolis dan presentasi, yang dinilai dapat menciptakan ekspektasi tertentu dari masyarakat terhadap pemerintah dari apa yang ditampilkan di media sosial.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh menyimpulkan.

1. Berdasarkan kriteria *planning*, perencanaan mencakup penetapan tema dan tujuan komunikasi, pemetaan audiens, penentuan gaya penyampaian yang sesuai dengan preferensi Gen Z, serta pemilihan platform media sosial. Akan tetapi jadwal kerja yang padat dan beragamnya tugas yang harus ditangani oleh tim humas seringkali menjadi kendala dalam pelaksanaan proses kreatif dan produksi konten secara maksimal.
2. Berdasarkan kriteria *organizing*, Humas Jabar telah memiliki struktur tim yang terbentuk secara fungsional, dimana setiap anggota telah memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan keahlian.

3. Berdasarkan kriteria *actuating*, pembuatan konten dalam bentuk video pendek yang diunggah melalui fitur Reels Instagram, format ini dipilih karena sesuai dengan karakter konsumsi media Generasi Z yang menyukai konten visual berdurasi singkat, dinamis, dan mudah dibagikan.
4. Berdasarkan kriteria *controlling*, Tim produksi konten memantau jumlah penayangan, komentar, interaksi (*engagement*), serta respons audiens terhadap setiap episode yang dipublikasi dan melakukan evaluasi terhadap suatu produksi konten.

Diskominfo Jabar disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam tema dan format konten "Kamus Gen Z". Mengingat tren komunikasi digital yang sangat cepat berubah, diperlukan eksplorasi ide-ide baru yang segar dan relevan agar konten tetap menarik di mata audiens, khususnya generasi muda. Inovasi ini dapat berupa variasi dalam narasi, visualisasi, teknik pengambilan gambar, maupun kolaborasi dengan kreator konten eksternal yang relevan. Kontribusi konten Kamus Gen Z bagi pemerintah lain dapat menunjukkan bagaimana memanfaatkan tren media sosial yang begitu akrab dengan masyarakat saat ini sehingga dapat dimanfaatkan para penyelenggara pemerintahan sebagai sistem informasi. Media sosial dapat menjadi sarana yang lebih efisien dalam membangun relasi antara instansi pemerintah dengan kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Penting bagi tim produksi untuk menyusun naskah yang fleksibel, alami, dan menggunakan bahasa khas Gen Z agar dialog yang disampaikan terasa ringan, tidak kaku, dan mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Milenial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi

- Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, 2, 221–236.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. PT Rineka Cipta.
- DePaula, N., Dincelli, E., & Harrison, T. M. (2018). Toward a Typology of Government Social Media Communication: Democratic Goals, Symbolic Acts and Self-Presentation. *Government Information Quarterly*, 35(9), 98–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>
- Fischer-Preßler, D., Marx, J., Bunker, D., Stieglitz, S., & Fischbach, K. (2023). Social media information governance in multi-level organizations: How humanitarian organizations accrue social capital. *Information and Management*, 60(7). <https://doi.org/10.1016/j.im.2023.103838>
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Hojanto, O., Irwanti, M., Pasca, S., & Universitas, S. (2022). Pola Komunikasi dan Manajemen Creative Agency dalam Penanganan Proyek Branding pada periode Work From Home. *Scholar.Archive.Org*, 3(1), 111–118. <https://scholar.archive.org/work/v7rywulsnvfb7nqfrfowldzoju/access/wayback/http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/mahardikaadiwidia/article/download/34/652>
- Izzati, A. N., IGA, A. P., Aristamy, M., Najwa, N. F., Rakhmawati, & Aini, N. (2018). KATEGORISASI JENIS INTERAKSI PEMERINTAH DAN MASYARAKAT SERTA POPULARITAS MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DAERAH. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 14(1), 68–70. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v14i1.567>
- Jiang, Q., Chen, Y., & Sun, T. (2023). Government social media and corporate tax avoidance. *China Journal of Accounting Research*, 16(2), 100304. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2023.100304>
- Kemenpan RB. (2012). *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*.
- Khan, G. F. (2017). Social Media for Government Social Media for Government. *Scientometrics*, 95(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11192-012-0831-5>
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., Handrina, E., & Wahyudi. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/ejpp.v5i1.1206>
- Muliawaty, L., & Hendryawan, S. (2020). Peranan e-government dalam pelayanan publik (studi kasus: Mal pelayanan publik Kabupaten Sumedang). *Kebijakan: Jurnal Ilmu ...*, 11, 101–112. <https://www.journal.unpas.ac.id/index.php/kebijakan/article/view/2898%0Ahttps://www.journal.unpas.ac.id/index.php/kebijakan/article/download/2898/1285>
- Nurhadi, Z. F. (2020). Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 170–190.
- Permatasari, N., & Anis, A. (2025). Manajemen Media Online Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Brebes Dalam Mewujudkan

- Keterbukaan Informasi Publik : Analisis Berdasarkan Teori Poac George R. Terry. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 10(9).
- Prabawati, R. L., & Dawud. (2019). Karakteristik argumentasi dalam opini di media online. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya. JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(2), 1–13.
<https://doi.org/http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo/article/view/11586>
- Rahmanto, A. N. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88–100.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.6433>
- Robiana, R. D. N., Anugrah, D., & Rusmulyadi, R. (2024). Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 7(3), 223–244.
<https://doi.org/10.15575/reputation.v7i3.23374>
- Saputro, E., Hartini, S., Hendro, F. P. A., Prajoko, R., & Nyoman, N. D. C. (2023). Communication Strategy of Management Karysma FM Radio in Maintaining Consistency and Existence in The Digital Era. *Kinesik*, 10(2), 173–192.
<https://doi.org/10.22487/ejk.v10i2.873>
- Septiani, A., Syamsir, S., Aulia, A. R., Resti, A., Fazira, V., Sukma Wijaya, D. A., & Aldeo, Z. (2022). Peranan E-Government Dalam Pelayanan Publik. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5), 302.
<https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i5.183>
- Song, C., & Lee, J. (2016). Citizens Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance and Management Review*, 39(2), 430–53.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1108798>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 1–20.
- Tagoe, H., & Zhang, M. (2024). Social Media's Influence on Public Administration. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 10(03), 12–26.
<https://doi.org/10.23958/ijsssei/vol10-i03/368>