

Analisis *Cyber Public Relations* Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta @tamanhutandki

Rivan Firdaus*, Robbikal Muntaha Meliala, Teguh Tri Susanto

Universitas Bina Sarana Informatika, Depok, Indonesia

*rivanfirdaus855@gmail.com

Abstract

The development of communication technology has driven a transformation in government public relations strategies through the use of social media. The Jakarta Parks and Urban Forest Service (Distamhut DKI Jakarta) utilizes Instagram @tamanhutandki to deliver public information, including the “Gerakan Rabu Menoping” (Wednesday Pruning Movement) as a flagship program for tree-fall mitigation. This study aims to analyze the practice of Cyber Public Relations by Distamhut DKI Jakarta in managing this content. The research employed a qualitative method with data collected through in-depth interviews, observation, documentation, and literature review. Using Rulli Nasrullah’s Cyber Media Analysis (AMS), findings reveal that @tamanhutandki serves as an institutional representation space, with media documents presented through repetitive visual narratives, informative captions, and consistent hashtags. Media objects indicate predominantly passive audience engagement, while public experience is shaped through repeated exposure, fostering awareness of tree-fall risks. The results highlight that Instagram functions as a tool for public transparency, visual communication, and digital relationship-building between government and society. However, content distribution requires further optimization to expand outreach and engagement.

Keywords: *Cyber Public Relations, Instagram @tamanhutandki, Wednesday Menoping Movement, Cyber Media Analysis.*

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi mendorong transformasi strategi kehumasan pemerintah melalui pemanfaatan media sosial. Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta menggunakan Instagram @tamanhutandki untuk menyampaikan informasi publik, termasuk konten “Gerakan Rabu Menoping” sebagai program kerja unggulan mitigasi pohon tumbang di DKI Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami bagaimana Analisis *Cyber Public Relations* Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta pada Konten Gerakan Rabu Menoping di Akun Instagram @tamanhutandki. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Berdasarkan metode Analisis Media Siber yang dikemukakan oleh Rulli Nasrullah menunjukkan bahwa akun Instagram @tamanhutandki berfungsi sebagai ruang representasi kelembagaan, dokumen media disusun melalui narasi visual yang berulang sebagai ciri khas dari konten tersebut dan caption yang informatif, objek media memperlihatkan dominasi keterlibatan pasif dari audiens dan pengalaman terbentuk melalui eksposur berulang yang menumbuhkan akan kesadaran resiko pohon tumbang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @tamanhutandki berfungsi sebagai sarana transparansi publik, menyampaikan pesan secara visual dan interaktif, serta membangun hubungan digital antara pemerintah dan masyarakat. Meskipun keterlibatan pengguna cukup baik, perlu penguatan distribusi konten agar jangkauan lebih luas.

Kata Kunci: Analisis Media Siber, Cyber Public Relations, Instagram @tamanhutandki, Gerakan Rabu Menoping.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah pola interaksi manusia, tidak hanya terbatas pada komunikasi tatap muka, tetapi juga melalui media digital berbasis internet seperti melalui komputer, laptop, maupun ponsel pintar. Menurut laporan *We Are Social*, pada Januari 2025 terdapat sekitar 143 juta pengguna media sosial di Indonesia, meningkat sekitar 2,9% dibandingkan tahun sebelumnya (Adi Ahdiat, 2025). Data ini menunjukkan pergeseran besar dalam cara masyarakat mengakses informasi dan berinteraksi secara sosial di ruang digital. Transformasi teknologi komunikasi digital mendorong hadirnya konsep *Cyber Public Relations* (CPR). CPR adalah kegiatan kehumasan yang

menggunakan dunia maya dan internet (Azhar & Sitorus, 2024). Dalam perkembangannya, praktisi *Public Relations* yang dahulu mengandalkan media massa konvensional kini memanfaatkan media sosial untuk mempermudah aktivitas kehumasan (Rorencia & Wijaya, 2025). Fenomena ini tidak hanya melibatkan sektor privat, melainkan juga lembaga pemerintah yang kini aktif menggunakan media sosial untuk mendiseminasikan informasi, menjaga citra, dan membangun kepercayaan publik (Fansuri et al., 2024). Selain mendukung efisiensi komunikasi, CPR juga menawarkan keunggulan dibandingkan media konvensional, yakni kemampuannya membangun hubungan yang lebih dekat antara organisasi dan publik melalui komunikasi dua arah yang interaktif dan personal (Argarini & Andamisari, 2021).

Dalam ranah pemerintahan, humas memiliki peran strategis sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. (Nurfaiza, 2024) menyatakan bahwa humas bertugas memastikan setiap program, kebijakan, dan informasi pemerintah dapat tersampaikan dengan jelas, akurat, dan tepat sasaran. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh lembaga pemerintah saat ini adalah Instagram. Media sosial Instagram merupakan salah satu bentuk *praktik Cyber Public Relations*, yang dimanfaatkan sebagai alat komunikasi yang strategis dalam membangun hubungan komunikasi dengan publik. Sebagai platform berbasis visual yang sangat populer, Instagram sangat efektif untuk mencapai tujuan seperti branding, mendorong kesadaran memperkuat persepsi publik, dan membangun asosiasi positif (Arief et al., 2023). Berdasarkan laporan hootsuite *We Are Social* data digital Indonesia 2025 pengguna Instagram di Indonesia mencapai 103 juta pengguna dan menjadikan platform media sosial ke dua yang paling banyak digunakan di Indonesia (Andi Dwi Riyanto, 2025). Berdasarkan fenomena tersebut, Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta (Distamhut DKI) memanfaatkan akun Instagram resminya, @tamanhutandki, sebagai sarana komunikasi publik.

Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, yang memiliki tugas dan wewenang untuk membangun dan mengelola taman, jalur hijau, keindahan kota serta makam yang merupakan bagian Ruang Terbuka Hijau Kota. Ruang terbuka hijau sebagai komponen penting dari tata kota, tidak hanya berperan sebagai paru paru kota tetapi sebagai tempat interaksi sosial masyarakat. Selain memanfaatkan fisik dan sosial Berton menambahkan bahwa kehadiran ruang terbuka hijau juga berkontribusi positif terhadap Kesehatan mental masyarakat (Filifin et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya serius untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan dengan menyediakan ruang terbuka hijau yang aman dan memadai (Destanaya et al., 2023).

Keberadaan pohon didalam ruang terbuka hijau kota menjadi elemen utama yang memberikan banyak manfaat. Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 24 Tahun 2021 mengatur secara khusus mengenai perlindungan pohon, yang meliputi langkah-langkah pencegahan, pengendalian, serta penanganan kerusakan. Regulasi ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga keberlangsungan hidup pohon, tetapi juga memastikan keselamatan masyarakat dari potensi bahaya pohon rawan tumbang. Salah satu upaya strategis yang dilakukan Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta dalam pengelolaan dan perlindungan pohon dengan melaksanakan Gerakan Rabu Menoping.

Gerakan Rabu Menoping merupakan salah satu program kerja unggulan yang digagas oleh kepala Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta dengan melakukan aktivitas menoping pohon dan memangkas pohon pada hari rabu secara rutin di Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Program ini bertujuan untuk mengurangi risiko pohon tumbang yang sering terjadi saat musim hujan. Berdasarkan data rekapitulasi Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, penanganan kejadian pohon tumbang dan pohon sempal di wilayah DKI Jakarta selama periode Januari hingga Desember 2024, tercatat sebanyak 1.258 kasus pohon tumbang dan 1.041 kasus pohon sempal, dengan jumlah tertinggi terjadi diwilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur, sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut:

REKAPITULASI PENANGANAN KEJADIAN POHON TUMBANG/SEMPAL												
PERIODE JANUARI S.D. DESEMBER 2024												
BULAN	JAKARTA PUSAT		JAKARTA UTARA		JAKARTA BARAT		JAKARTA SELATAN		JAKARTA TIMUR		TOTAL	
	TUMBANG	SEMPAL	TUMBANG	SEMPAL	TUMBANG	SEMPAL	TUMBANG	SEMPAL	TUMBANG	SEMPAL	TUMBANG	SEMPAL
Januari	10	10	38	5	17	25	98	90	46	19	209	149
Februari	5	7	6	2	29	9	23	24	30	24	93	66
Maret	15	10	-	-	24	7	14	10	26	18	79	45
April	9	11	4	4	14	9	31	23	94	28	152	75
Mei	8	3	-	-	3	-	18	22	13	7	42	32
Juni	-	-	3	3	-	-	27	44	11	6	41	53
Juli	4	5	4	4	-	1	69	59	23	12	100	81
Agustus	-	-	-	-	-	-	14	23	8	3	22	26
September	5	1	12	8	-	-	38	43	17	9	72	61
Oktober	6	10	10	5	-	-	34	49	38	29	88	93
November	8	7	3	3	-	1	85	109	46	22	142	142
Desember	40	53	32	21	5	4	56	85	85	55	218	218
TOTAL	110	117	112	55	92	56	507	581	437	232	1.258	1.041

Gambar 1 Rekapitulasi Data Pohon Tumbang dan sempal tahun 2024

(Sumber : Pusat data dan informasi Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta)

Tingginya angka kejadian ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi publik yang efektif dari Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram. Dalam penyebaran informasi mengenai konten program kerja Gerakan Rabu Menoping di akun Instagram @tamanhutandki memainkan peranan strategis. Konten yang bertajuk Gerakan Rabu Menoping pada akun Instagram @tamanhutandki merepresentasikan salah satu program kerja unggulan dari Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta.

Pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial menjadi instrument penting dalam humas pemerintah. Misalnya Maulvi et al menegaskan bahwa media sosial memudahkan humas lembaga pemerintahan dalam menyebarkan informasi, mendengarkan opini publik, serta membangun citra dan reputasi pemerintah, termasuk sebagai sarana pelayanan publik dan manajemen krisis (Maulvi et al., 2023). Sementara itu, penelitian Arief et al menemukan bahwa penggunaan Instagram dalam konteks *Cyber Public Relations* menuntut perencanaan konten yang konsisten dan menarik, namun masih menghadapi hambatan keterbatasan sumber daya manusia yang kreatif (Arief et al., 2023). Persamaannya dengan dua penelitian ini terletak pada fokus pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram sebagai sarana komunikasi strategis dalam membangun citra dan menjaga hubungan dengan publik. Perbedaanannya, penelitian terdahulu lebih menyoroti fungsi umum media sosial oleh lembaga pemerintah atau korporasi, sedangkan penelitian ini secara spesifik menganalisis *Cyber Public Relations* oleh Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta melalui konten Gerakan Rabu Menoping.

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada, *Cyber Public Relations* yang di kemukakan oleh Philips & Young, optimalisasi pemanfaatan media siber dalam praktek *Cyber Public Relations* dapat dianalisis melalui empat elemen utama dalam (Siena Gita Rahman & Lilik Sumarni, 2025) yaitu, pertama Transparansi, *Cyber Public Relations* dituntut untuk keterbukaan dalam menyampaikan informasi, baik dari publik eksternal maupun kepada publik internal. kedua Keterbukaan informasi yang tidak sengaja melalui internet, seiring keterbukaan ini terjadi tanpa direncanakan melalui interaksi langsung antara publik atau praktisi humas, kemudian berkembang melalui interaksi antara praktisi PR dengan audiens melalui platform media sosial. Ketiga Internet sebagai agen Informasi, dalam konteks ini, Internet berperan sebagai media penyampaian informasi, penyampaian informasi secara digital memungkinkan munculnya berbagai interpretasi individu yang menerima pesan tersebut. keempat Kekayaan konten dan jangkauan informasi, media siber memungkinkan penyebaran informasi tidak hanya kaya akan konten, tetapi memiliki jangkauan konten yang luas melalui jaringan internet.

Kedua, *Computer Mediated Communication* (CMC). Istilah *Computer Mediated Communications* (CMC) pertama kali kenalkan oleh Hilzt & Turoff pada tahun 1985 (Deny et al., 2023). Konsep CMC kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Thurlow et al., komunikasi yang dimediasi komputer memiliki karakteristik khusus seperti kecepatan, aksesibilitas, interaktivitas terbatas, serta bentuk komunikasi yang lebih efisien dan praktis menyatakan *Computer Mediated Communication* (CMC) merupakan interaksi antar individu yang berlangsung dengan dukungan atau perantara teknologi komputer (Mimi Silvia, 2022). Dengan berkembangnya teknologi digital, CMC hadir sebagai bentuk komunikasi modern yang fleksibel dan meluas, memungkinkan interaksi antar pengguna

melalui berbagai perangkat berbasis teknologi, sehingga memperkuat konektivitas manusia dalam konteks komunikasi virtual.

Ketiga, untuk membahas lebih dalam pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Media Siber (AMS) merupakan sebuah konsep di kemukakan oleh Rulli Nasurllah. Analisis Media Siber (AMS) merupakan level-level teknis untuk melihat bagaimana aktivitas komunikasi digital (Nasrullah, 2021). Tingkatan dalam analisis media siber (AMS) terbagi menjadi dua unit yakni, unit makro dan unit mikro, kedua unit analisis tersebut dapat diklasifikasikan menjadi aspek teks dan konteks. Level mikro dan makro dalam AMS ini mencakup empat level yaitu, ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Level ruang media merujuk pada akun Instagram resmi @tamanhutandki sebagai sarana komunikasi publik. Level dokumen media menganalisis unggahan berupa visual, tagar, dan caption. Level objek media menganalisis interaksi pengguna melalui komentar, like, mention, dan hastag. Sementara, level pengalaman mengeksplorasi konteks produksi konten oleh tim media informasi Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, termasuk kepentingan institusional dan kaitannya dengan realitas dunia nyata.

Berdasarkan uraian di atas, analisis terhadap konten Gerakan Rabu Menoping pada akun Instagram @tamanhutandki diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi komunikasi yang digunakan, dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam bagaimana praktik *Cyber Public Relations* Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta pada konten tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena tersebut. Menurut J.W. Creswell, penelitian kualitatif mencakup langkah sistematis mulai dari perumusan pertanyaan, pengumpulan data dari partisipan, analisis induktif berdasarkan tema, hingga interpretasi makna secara mendalam (Hasan et al., 2022). Pada penelitian ini, fenomenologi diterapkan sebagai pendekatan metode untuk memperoleh pemahaman terperinci terhadap objek menurut Moleong dalam (Hasan et al., 2022). Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, dengan objek utama akun Instagram @tamanhutandki, dengan waktu penelitian berlangsung dari bulan April–Juni 2025.

Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan khusus dan tujuan tertentu, seperti memilih individu yang memiliki pengetahuan mendalam terkait objek atau isu yang diteliti (Zulfah et al., 2022) dan informan kunci dalam penelitian ini adalah kepala satuan pelaksana media informasi di Pusat Data dan Informasi Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta yang memiliki peran sentral dalam mengelola, penyebarluasan informasi kebijakan dan aktivitas kegiatan Dinas Pertamanan dan Hutan Kota berbasis website maupun dengan media komunikasi lainnya. Informan utama yaitu admin media social Instagram @tamanhutandki. Pemilihan informan utama berdasarkan keterlibatan informan pada pelaksanaan lapangan khususnya sebagai *social media specialist* dalam lingkup Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta. serta informan tambahan pengikut akun Instagram @tamanhutandki.

Pada penelitian ini menggunakan dua unit analisis, pertama adalah perilaku organisasi yang diwujudkan melalui aktivitas *cyber public relations* sebagai bentuk strategi komunikasi digital. Aktifitas ini mencerminkan bagaimana organisasi dalam hal ini Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta mengelola citra, menyampaikan informasi, serta membangun interaksi dengan publik melalui media sosial sebagai sarana informasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kedua konten unggahan Instagram yang bertajuk “Gerakan Rabu Menoping” yang dipublikasikan melalui akun resmi milik Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta, yaitu akun Instagram @tamanhutandki terdiri dari enam konten unggahan selama periode April – Mei 2025 berupa foto, video dan *captions*, interaksi digital meliputi respon pengguna (komentar, *like*, *mention*) serta balasan dari pengelola akun dan strategi komunikasi CPR, yakni bagaimana Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta menyampaikan pesan, membangun relasi dan membentuk citra publik melalui program kerja tersebut.

Dengan teknik pengumpulan data pertama melalui observasi dengan jenis pengamatan terseleksi merupakan jenis observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan memfokuskan perhatian pada pengumpulan data yang relevan dan dibutuhkan dalam penelitian (Rohman et al., 2023). Kedua, wawancara dengan teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam guna menggali data secara lebih detail dan kontekstual. Wawancara mendalam (in-depth interview) digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data dengan jenis wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan informasi melalui daftar pertanyaan yang telah disusun, kemudian melakukan sesi wawancara secara mendalam dengan fleksibilitas pertanyaan tambahan yang disesuaikan dengan arah percakapan dan respon dari informan (Rohman et al., 2023). Ketiga dokumentasi, penulis mengumpulkan dokumentasi seperti foto dan video dari konten “Gerakan Rabu Menoping” sebagai sumber data penting dalam penelitian ini. Pengumpulan data ini bertujuan untuk memahami bentuk visual dan naratif dari program tersebut secara lebih mendalam. Selain itu, penulis juga mengumpulkan dokumen resmi seperti surat, dan *engagement* konten. Keempat, studi kepustakaan pendekatan yang bertujuan mengakses informasi dan data melalui bahan Pustaka, termasuk buku, dokumen, artikel ilmiah yang tersedia di perpustakaan online maupun offline.

Pada penelitian ini data di analisis menggunakan analisis data model Miles dan Huberman dalam (Hardani et al., 2020) analisis data terdiri tiga tahapan utama yang berlangsung secara bersamaan hingga mendapatkan data secara menyeluruh hingga pada titik jenuh yaitu, reduksi data, penyajian data dan penerikan kesimpulan. Serta analisis data didukung dengan metode analisis media siber (AMS) dari Rulli Nasrullah yang mencakup 4 level, level ruang media, level dokumen media, level objek media dan level pengalaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis berdasarkan metode Analisis Media Siber (AMS) yang dikemukakan oleh Rulli Nasrullah. Analisis ini dilakukan dengan membedah enam sampel konten dari bulan April-Mei 2025. Pada level Ruang media, instagram berfungsi sebagai ruang komunikasi yang dikelola secara strategis oleh tim media informasi. Berdasarkan wawancara dengan informan kunci dan informan utama setiap konten Gerakan Rabu Menoping dirancang sebagai bentuk pelaporan visual institusi secara konsisten, transparan dan *real time*. Proses produksi dilakukan secara kolaboratif antara tim media informasi dan petugas lapangan dari berbagai Suku Dinas Pertamanan wilayah di DKI Jakarta. Fleksibilitas alur produksi baik melalui peliputan dokumentasi secara langsung maupun laporan kiriman foto dari petugas lapangan, memperlihatkan bahwa ruang media dikelola dengan prinsip efisiensi dan kecepatan penyampaian informasi. Konten yang di unggah tepat waktu setiap hari rabu sebagai bentuk rutinitas digital yang membangun ekspektasi publik, sehingga memperkuat posisi akun @tamanhutandki sebagai kanal resmi dan terpercaya.

Pada Level Dokumen Media, setiap unggahan Gerakan Rabu Menoping menyajikan dokumen media berupa *feed multiple post* dan *reels* berdurasi pendek digunakan tergantung kualitas dokumentasi dari lapangan dengan tampilan visual kegiatan pemangkasan pohon, penggunaan alat berat seperti mesin gergaji kayu (*chainsaw*) dan mobil tangga hidrolik dengan pesan yang sama di setiap konten yaitu selain menjaga estetika kota, tetapi juga untuk mencegah bahaya pohon tumbang serta menjelaskan tupoksi dan tanggung jawab instansi, dengan pesan terselubung bahwa masyarakat dilarang untuk melakukan pemangkasan atau penebangan pohon di ruang publik karena kegiatan tersebut merupakan tanggung jawab Dinas Pertamanan dan Hutan Kota dalam merawat dan mengelola jalur hijau di wilayah DKI Jakarta. Caption yang digunakan selalu menggunakan gaya bahasa yang ringan serta informatif, yang selalu ditujukan untuk menjangkau khalayak luas dari berbagai kelompok usia. Penggunaan hastag atau tagar seperti #PemangkasanPohonDKIJakarta #GerakanRabuMenoping #tamanhutanDKI #SiagaBencana #SiapJagaJakarta dan #DKIJakarta, menunjukkan bahwa setiap dokumen media dirancang tidak hanya untuk penyebaran informasi, tetapi

juga sebagai upaya branding program kerja, sekaligus optimalisasi algoritma Instagram untuk memperluas jangkauan audiens.

Pada Level Objek Media, keenam konten tersebut menunjukkan bahwa akun @tamanhutandki berhasil menjaga konsistensi visual dan narasi, namun masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas interaksi dua arah. Hal ini menggambarkan bahwa komunikasi yang dibangun lebih banyak difungsikan sebagai komunikasi informatif satu arah, belum sepenuhnya mendorong percakapan atau partisipasi publik secara luas. Visualisasi kerja petugas, alat berat, dan realita di lapangan memberikan persepsi positif terhadap profesionalitas dan rutinitas pelayanan publik. Namun dari sisi objek media, kurangnya komentar atau diskusi publik mencerminkan bahwa meskipun konten dihargai secara visual (*likes*), belum semua audiens merasa terdorong untuk terlibat secara dialogis. Berdasarkan ke enam sampel konten yang dipublikasikan pada tanggal, 9,23,30 April dan 14,21,28 Mei 2025, dengan ringkasan *engagement* konten sebagai berikut:

Tabel 1. Ringkasan *engagement* konten “Gerakan Rabu Menopng” bulan april - mei 2025

Tanggal unggahan	Views	Rata-Rata Durasi tonton	Like	Komentar	Saves	Share	Engagement Total	dari Followers	dari Non-Followers
09/04/2025	3.395	-	64	2	2	2	70	95.8%	4.2%
23/04/2025	1.802	±4 detik	41	0	2	0	43	90.7%	9.3%
30/04/2025	1.126	±4 detik	39	2	0	0	41	88%	12%
14/05/2025	1.691	±5 detik	58	0	3	0	61	93%	7%
21/05/2025	876	±4 detik	25	2	0	0	27	81.5%	18.5%
28/05/2025	811	±4 detik	22	1	1	0	24	84.6%	15.4%

Sumber : Admin media sosial @tamanhutandki

Data *engagement* diatas, rata-rata durasi menonton yang rendah dalam format reels, 4–6 detik dari setiap durasi video 23–25 detik, menunjukkan bahwa perhatian pengguna masih sangat terbatas, di mana hanya sebagian kecil dari audiens yang menyimak konten hingga akhir. Meskipun *likes* cukup stabil, tetapi komentar dan tindakan interaktif lainnya seperti *saves* atau *shares* relatif minim, menunjukkan dominasi keterlibatan pasif. Berdasarkan enam sampel konten tersebut, *Engagement* tertinggi terjadi pada konten tanggal 09 april 2025 dengan total interaksi 70 dan *views* mencapai 3.396, analisis konten ini kemungkinan besar berdasarkan waktu tayang yang lebih lama yang menjadikan *engagement* lebih tinggi dan jenis feed multiple post yang digunakan menjadi lebih mudah untuk melihat banyak foto yang di unggah menjadi dalam satu unggahan, yang dapat dilihat dengan menggeser kekanan atau kiri postingan. Namun jika dilihat dari jangkauan ke non pengikut akun, format feed seperti ini lebih rendah di banding format *reels* yang banyak menjangkau non pengikut akun. Sementara konten 28 Mei mencatat *engagement* terendah dengan hanya 24 interaksi. Mayoritas interaksi berasal dari pengikut akun, Ini mengindikasikan bahwa konten belum sepenuhnya menjangkau atau melibatkan pengguna di luar komunitas internal akun, kejenuhan audiens menjadi faktor utama dalam menurunnya *engagement*. Format visual, narasi, *caption*, dan tema pokok tidak mengalami perubahan signifikan, serta minim variasi dan strategi distribusi tidak terdapat elemen baru dalam *caption* atau visual yang memancing respons emosional, edukatif, atau partisipatif dari audiens. *Caption* cenderung informatif standar, dan tidak ada ajakan interaktif.

Pada level pengalaman, berdasarkan wawancara dengan dua informan tambahan yang mengikuti akun Instagram @tamanhutandki menunjukan pemaknaan terhadap konten setelah melihat unggahan tersebut, ditemukan bahwa pengalaman audiens terbentuk secara bertahap seiring dengan keterpaparan berulang terhadap konten yang konsisten diunggah setiap hari Rabu. Pada awalnya, kedua informan tambahan yang mengikuti akun Instagram @tamanhutandki mengaku belum memahami sepenuhnya makna dari konten tersebut karena visual yang ditampilkan hanya berupa dokumentasi pemangkasan pohon. Namun setelah beberapa kali melihat unggahan dengan pola dan narasi yang sama, mereka mulai menyadari bahwa konten tersebut bukan hanya kegiatan rutin, melainkan bagian dari strategi mitigasi risiko pohon tumbang yang dilakukan oleh Dinas Pertamanan

dan Hutan Kota DKI Jakarta. informan mengapresiasi dan menghargai kinerja petugas lapangan yang jarang terlihat oleh publik namun memiliki dampak yang nyata. Pengalaman digital telah memengaruhi sikap informan dalam kehidupan nyata, meskipun partisipasi informan masih terbatas pada aksi pasif seperti menyukai/*likes*.

Praktik komunikasi digital Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta melalui perspektif teori *Computer Mediated Communication* (CMC), dalam konteks konten Gerakan Rabu Menoping di akun Instagram @tamanhutandki, teori CMC sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat yang berlangsung dalam ruang digital. Pemilihan Instagram sebagai kanal komunikasi juga dipandang strategis karena platform ini populer, lintas usia, dan mudah diakses oleh masyarakat Jakarta. CMC memfasilitasi komunikasi dua arah antara instansi dan publik melalui fitur-fitur Instagram seperti *Likes*, Komentor serta *Direct Message* (DM). meskipun sebagian besar interaksi yang muncul masih bersifat pasif seperti *Likes* dan *Views*, keberadaan konten yang secara rutin dan konsisten membuka ruang bagi audiens untuk memahami, menilai dan merespon kerja institusi. Hal tersebut menguatkan dari pernyataan informan utama, ada beberapa audiens setelah melihat konten Gerakan Rabu Menoping ada masyarakat yang melaporkan melalui fitur *Direct Message* (DM) yang melaporkan keberadaan pohon yang sudah lebat diruang publik untuk segera ditindak lanjut.

CMC juga menjelaskan bagaimana karakteristik media sosial seperti komunikasi yang berlangsung namun tidak secara langsung, kecepatan penyebaran informasi dan aksesibilitas lintas waktu dan tempat yang dimanfaatkan oleh Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta untuk membangun jangkauan komunikasi yang luas, audiens dapat mengakses informasi mengenai pemangkasan pohon kapan saja dan dari mana saja tanpa harus hadir secara fisik di lokasi. Lebih jauh, CMC dicirikan oleh interaktivitas, meskipun sering kali bersifat terbatas. Selain itu, CMC juga ditandai oleh praktik komunikasi yang praktis dan terstandarisasi. Admin Instagram @tamanhutandki, yang juga berperan sebagai editor konten, menggunakan template visual khusus untuk konten Gerakan Rabu Menoping agar konten dapat diproduksi secara cepat sekaligus mudah dikenali publik. Pola ini memperlihatkan efisiensi alur kerja tim media informasi yang berkolaborasi dengan petugas dilapangan mulai dari dokumentasi oleh suku dinas, kemudian segera diproses, diverifikasi, dan dipublikasikan tanpa melalui prosedur birokratis yang panjang. Dengan demikian, praktik komunikasi yang dimediasi komputer dalam program kerja ini menegaskan pentingnya efisiensi, konsistensi, dan kemudahan akses dalam strategi komunikasi digital instansi pemerintah daerah.

Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran utama dalam komunikasi publik. Salah satu implementasi nyata dari strategi *Cyber Publik Relations* yang merupakan bentuk praktik kehumasan modern yang memanfaatkan internet sebagai media dalam menyampaikan informasi kepada publik adalah melalui program konten berkala Gerakan Rabu Menoping yang diunggah setiap hari rabu sebanyak tiga kali dalam sebulan secara konsisten. Strategi ini sejalan dengan praktik *Cyber Public Relations* yang dikemukakan oleh Philips & Young, optimalisasi pemanfaatan media siber dalam konten Gerakan Rabu Menoping sudah berjalan cukup efektif pada praktik cyber public relations berdasarkan empat elemen utama yaitu, transparansi, ketebukaan informasi yang tidak disengaja, internet sebagai agen informasi dan kekayaan konten serta jangkauan informasi.

Transparansi, dalam praktik Cyber PR menekankan pada keterbukaan instansi dalam menyampaikan aktivitas dan kebijakan kepada publik. Berdasarkan wawancara dengan kepala satuan pelaksana media informasi di Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta secara rutin mempublikasikan kegiatan Gerakan Rabu Menoping di Instagram secara real-time. Hal ini menunjukkan adanya komitmen transparansi agar masyarakat mengetahui aktivitas pemangkasan pohon. melalui konten Gerakan Rabu Menoping merepresentasikan transparansi kelembagaan melalui unggahan rutin dan real-time yang memuat informasi mengenai tujuan dan urgensi mitigasi resiko pohon tumbang, sebagai bentuk akuntabilitas digital dan komunikasi terbuka antara institusi dan masyarakat.

Keterbukaan informasi yang tidak sengaja melalui internet. Dalam praktik komunikasi digital, seringkali informasi yang tidak disengaja ikut terbuka melalui internet. Hal ini juga terlihat dari interaksi warganet pada konten tersebut. Informan kunci kepala satuan pelaksana media informasi menyebutkan adanya komentar masyarakat yang tidak sesuai atau bahkan bersifat negatif. Sementara itu, admin Instagram @tamanhutandki mengatakan bahwa masyarakat lebih sering menyampaikan keluhan melalui DM, sehingga membuka ruang komunikasi di luar narasi resmi. Hal ini menunjukkan bahwa internet tidak hanya menyalurkan informasi resmi, tetapi juga memunculkan keterbukaan informasi lain yang tidak bisa sepenuhnya dikontrol oleh instansi.

Internet sebagai agen informasi, Kepala satuan pelaksana media informasi menyatakan, Internet menjadi sarana utama distribusi informasi kegiatan Rabu Menoping. Pemanfaatan Instagram sebagai kanal komunikasi publik dipilih karena dinilai lebih efektif, tren, dan menjangkau masyarakat luas. Selain itu, admin instagram @tamanhutandki mengatakan penggunaan fitur *feed*, *story*, dan *reels* menunjukkan bahwa internet berperan penting dalam menyebarkan informasi secara cepat, mudah diakses, dan sesuai dengan perilaku digital masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi agen informasi utama yang tidak hanya menyampaikan pesan satu arah, tetapi juga memungkinkan masyarakat berinteraksi langsung dengan instansi.

Kekayaan konten dan jangkauan informasi, Admin Instagram @tamanhutandki berusaha menyajikan konten yang kaya visual, informatif, dan konsisten. Konten Rabu Menoping dirancang dengan template khusus agar mudah dikenali publik. Sementara kepala satuan pelaksana media informasi mengatakan, konten yang dipublikasikan tidak hanya menampilkan foto atau video, tetapi juga berfungsi sebagai bukti kegiatan tersebut konsisten dijalankan. Meskipun konten Gerakan Rabu Menoping efektif secara visual dan informatif, namun jangkauan informasi belum dimaksimalkan secara optimal, mengingat format yang digunakan berulang dan jangkauan yang masih terbatas pada pengikut akun belum sepenuhnya menjangkau non pengikut akun.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa akun Instagram @tamanhutandki secara konsisten mempublikasikan konten Gerakan Rabu Menoping dengan narasi visual yang informatif. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulvi et al. (2023) yang menekankan efektivitas media sosial dalam membangun citra pemerintah. Namun, berbeda dengan temuan tersebut, penelitian ini mengungkap bahwa tingkat interaksi publik masih cenderung pasif, dengan minim komentar atau partisipasi aktif. Kondisi ini memperlihatkan keterbatasan dibandingkan teori Cyber PR yang menekankan komunikasi dua arah yang interaktif. Lebih lanjut, meskipun penggunaan Instagram sesuai dengan temuan Arief et al. (2023) yang menekankan pentingnya konsistensi dan kreativitas konten, penelitian ini memperlihatkan keterbatasan pada variasi visual dan caption yang menyebabkan kejenuhan audiens. Dengan demikian, perbedaan utama penelitian ini dengan studi sebelumnya terletak pada fokus dan konteks instansi pemerintah daerah dengan isu lingkungan perkotaan, yang relatif belum banyak dieksplorasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi distribusi konten masih terbatas pada lingkup pengikut internal akun. Ini berbeda dengan prinsip *Cyber Public Relations* ideal yang menekankan jangkauan yang luas dan keterlibatan publik yang aktif.

Melalui akun @tamanhutandki, Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta tidak hanya menyampaikan informasi program kerja, tetapi juga menciptakan pengalaman digital yang menggambarkan komitmen dan tanggung jawab terhadap isu resiko pohon tumbang di DKI Jakarta melalui konten "Gerakan Rabu Menoping". Konten ini disusun tidak hanya sebagai pelaporan visual kegiatan dilapangan, tetapi sebagai bagaian dari pembangunan reputasi dan identitas kelembagaan di ruang digital. Hasil analisis juga memperlihatkan bahwa meskipun narasi visual, caption informatif, dan konsistensi unggahan telah membentuk persepsi positif, pola keterlibatan publik masih didominasi interaksi pasif. *Engagement* cenderung stabil dalam bentuk *likes*, sementara komentar, *shares*, dan *saves* relatif rendah, menandakan komunikasi yang dibangun lebih bersifat satu arah. Keterbatasan jangkauan non-pengikut serta minimnya variasi konten turut menjadi faktor penghambat dalam mendorong partisipasi publik yang lebih aktif

Lebih jauh, pengalaman digital audiens terbentuk secara bertahap melalui paparan berulang, yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran mengenai fungsi pemangkasan pohon sebagai mitigasi risiko bencana pohon tumbang bukan sekadar pemeliharaan estetika kota. Fenomena ini selaras dengan prinsip *Computer Mediated Communication* (CMC) yang menekankan efisiensi dan aksesibilitas lintas ruang-waktu, serta sejalan dengan konsep *Cyber Public Relations* Philips & Young pada aspek transparansi, keterbukaan informasi, dan konsistensi narasi. Namun demikian, strategi distribusi lintas platform dan mekanisme interaksi publik masih perlu diperkuat agar komunikasi digital yang dibangun tidak hanya informatif, tetapi juga partisipatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta telah memanfaatkan Instagram @tamanhutandki sebagai sarana komunikasi publik melalui program kerja Gerakan Rabu Menoping dengan prinsip transparansi, efisiensi, dan konsistensi. Temuan ini memperlihatkan bahwa konten mampu membangun kesadaran publik mengenai mitigasi risiko pohon tumbang melalui keterpaparan konten yang berulang dan konsisten, meskipun keterlibatan audiens masih di dominasi pasif dan distribusi informasi belum optimal. Tingkat *engagement* pada konten cenderung stabil, didominasi oleh *likes*. Namun, interaksi aktif seperti komentar, *shares*, atau *saves* masih relatif rendah. Temuan ini menandakan pola komunikasi yang terbangun lebih bersifat satu arah dan informatif belum sepenuhnya mendorong partisipasi publik. Meskipun demikian, adanya praktik pelaporan langsung melalui *Direct Message* (DM) membuktikan potensi komunikasi dua arah yang lebih personal dan dapat dikembangkan lebih lanjut.

Mengacu pada empat elemen *cyber public relations* menurut Philips & Young, strategi komunikasi Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta melalui konten Gerakan Rabu Menoping dapat dikategorikan cukup efektif. Transparansi tercermin dari publikasi *real-time* aktivitas lapangan. Keterbukaan informasi tampak dari interaksi warganet dengan akun resmi. Internet sebagai agen informasi berperan utama dalam penyebaran pesan. Kekayaan konten diwujudkan melalui variasi visual, narasi konsisten, dan pemanfaatan fitur Instagram. Namun, tantangan yang masih perlu diatasi adalah memperluas distribusi konten agar jangkauan informasi lebih luas dan mampu melibatkan audiens di luar pengikut akun resmi. Dengan penguatan strategi tersebut, *Cyber Public Relations* Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta berpotensi meningkatkan efektivitas komunikasi dua arah serta memperkuat partisipasi publik dalam menjaga lingkungan kota Jakarta.

Dinas Pertamanan dan Hutan Kota DKI Jakarta perlu mengoptimalkan *engagement* publik dengan mengembangkan konten interaktif yang mendorong komunikasi dua arah, seperti menggunakan fitur polling, tanya jawab, atau *storytelling* berbasis pengalaman petugas lapangan untuk memperkuat kedekatan emosional dengan publik. Strategi distribusi konten yang perlu diperluas melalui kolaborasi digital dengan akun komunitas atau tokoh lingkungan agar jangkauan konten tidak hanya terbatas pada pengikut tetap tapi mampu menjangkau audiens *eksternal* yang lebih luas. *Caption* dan *visual* sebaiknya terus dikembangkan agar tidak berulang untuk menghindari kejenuhan audiens dan terakhir perlu adanya evaluasi performa konten secara berkala menggunakan data insight untuk mengukur efektivitas dan menyesuaikan pendekatan komunikasi yang lebih relevan terhadap kebutuhan audiens digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2025, March 7). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Bertambah Awal 2025*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologitelekomunikasi/Statistik/67caadfd2abd9/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Bertambah-Awal-2025>.
- Andi Dwi Riyanto. (2025, February 28). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Data-Digital-Indonesia-2025/>.
- Argarini, F., & Andamisari, D. (2021). *Jurnal Mahardika Adiwidya Strategi Cyber Public Relations PT Gojek Indonesia* (Vol. 01, Issue 1).

- Arief, M., Chrisovero, E., & Dewi, Y. R. (2023). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Cyber Public Relations Trans Media Sosial. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 3, Issue 1).
- Azhara, L. R., & Sitorus, A. A. (2024). Strategi Cyber PR Polda Metro Jaya Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram. *Indonesian Journal of Science*, 2(2).
- Deny, I., Aji, K., Kalalo, B. D., & Rahmawati, K. D. (2023). Interaksi Hiperpersonal dalam Penerapan Computer-Mediated Communication Akun Instagram @anneavantieheart. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 5, Issue 1).
- Destanaya, V., Cantika, A., Lituhayu, D., & Djumiarti, T. (2023). *RESPONSIBILITAS SUKU DINAS PERTAMANAN DAN HUTAN KOTA DALAM PEMELIHARAAN RUANG TERBUKA HIJAU TAMAN PUBLIK DI KECAMATAN DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR*.
- Fansuri, H., Sartika, I., Ismiyarto, D., Pendayagunaan, K., Negara, A., & Birokrasi, R. (2024). *Inovasi Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah: Studi pada Tingkat Kementerian/Lembaga*. <https://doi.org/10.33701/jmb.v6i1.4235>
- Filifin, P., Astra, I. M., & Budiaman, B. (2023). Analisis Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau di Jakarta. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(2), 152. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.1966>
- Hardani MSi, A., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hasan, M., Tuti Khairani Harahap, Mp., Syahrial Hasibuan, Ms., Iesyah Rodliyah, M., Sitti Zuhaerah Thalbah, Mp., Cecep Ucu Rakhman, Mp., Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, M., Inanna, Mh., Andi Aris Mattunruang, Mp. S., Nursaeni, Mp., Yusriani, Mp., Nahriana, Mk., Dumaris Silalahi, Mp. E., Dra Sitti Hajerah Hasyim, Mp., Azwar Rahmat, Ms., Yetty Faridatul Ulfah, Mtp., & Nur Arisah, Mh. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Mimi Silvia, D. R. F. D. G. T. I. (2022). Application of Computer-Mediated Communication Theory in Online Learning. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v11i2.1032>
- Nasrullah, R. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DIGITAL Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi* (R. & K. L. Suwito, Ed.; Edisi Pertama). Kencana.
- Nurfaiza, R. (2024). *Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora>
- Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta (Pergub) Nomor 24 Tahun 2021, Pub. L. No. 24 (2021). https://pertamananpemakaman.jakarta.go.id/assets/data/data-peraturan/PERGUB-24_TAHUN_2021-TENTANG_PENGELoAAN_DAN_PERLINDUNGAN_POHON.pdf
- Rohman, M. M., Bani, M. D., Antonny, G., Aryasatya, B., & Muri, D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF: TEORI DAN PRAKTIK GET PRESS INDONESIA*. <https://www.researchgate.net/publication/377329440>
- Rorencia, V. A., & Wijaya, L. S. (2025). Strategi Public Relations Muscle First dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 13–23. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v8i1.4114>
- Siena Gita Rahman, & Lilik Sumarni. (2025). Fungsi Cyber Public Relations Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 271–281. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1610>
- Zulfah, Mumtahanah, & Husnusaadah. (2022). *Analisis Data Kualitatif Teori dan Terapan* (Y. F. Cemerling, Ed.). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. www.sttjaffray.ac.id