https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No.02, Hal:636 – 640

KONSTRUKSI CITRA PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENANGGAPI KELUHAN MASYARAKAT PADA INSTAGRAM @cakj1

[1]Galuh Sekarwangi, [2]Moh. Dey Prayogo, [3]Jupriono
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
sekarwangi.galuh05@gmail.com

Abstrak
Perkembangan media sosial telah mengubah cara pemerintah membangun citranya di ruang publik, salah satunya melalui akun Instagram @cakj1 milik Wakil Wali Kota Surabaya, Armuji, yang aktif merespons keluhan masyarakat secara terbuka dan real-time. Penelitian kualitatif ini bertujuan menganalisis konstruksi citra Pemerintah Kota Surabaya dengan metode analisis isi terhadap data unggahan periode Oktober 2025-April 2026. Melalui teknik purposive sampling, terpilih tiga konten utama untuk dianalisis menggunakan kerangka kategorisasi Holsti dan Teori Representasi Stuart Hall, yaitu kegiatan Jaring Aspirasi, mediasi konflik apartemen Trans Icon, dan sidak SPBU terkait kualitas Pertalite. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Responsif (C1) menjadi dimensi yang paling dominan di seluruh konten, dengan dukungan konsisten dari Citra Transparan (C2) serta Citra Peduli & Partisipatif (C3). Bentuk respons yang paling sering muncul adalah Solusi Langsung (B1), yang mencerminkan pola komunikasi solutif dan berorientasi pada aksi nyata. Meski demikian, ditemukan pula Limitasi Citra (C4) berupa selektivitas dalam memilih respons dan munculnya skeptisisme publik terhadap validitas prosedur sidak yang dilakukan. Secara keseluruhan, akun @cakj1 berhasil mengonstruksi citra lewat strategi Otoritatif Advokatif, yang memposisikan pemerintah bukan lagi sebagai penguasa birokratis yang kaku, melainkan sebagai pembela rakyat yang tegas dan merakyat melalui bentuk Populisme Digital yang Transformatif.
Kata kunci: Citra Pemerintah, Analisis Isi, Instagram, Komunikasi Publik Digital, Representasi

Abstract
The development of social media has transformed how the government builds its public image, as demonstrated by the Instagram account @cakj1, managed by the Vice Mayor of Surabaya, Armuji, which actively responds to public complaints openly and in real-time. This qualitative study aims to analyze the image construction of the Surabaya City Government using content analysis on posts from the October 2025 April 2026 period. Through purposive sampling, three main content areas the Aspiration Gathering activity, the Trans Icon apartment conflict mediation, and the gas station inspection regarding Pertalite quality were selected and analyzed using Holsti's categorization framework and Stuart Hall's Representation Theory. The results show that the Responsive Image (C1) is the most dominant dimension across all content, consistently supported by the Transparent Image (C2) and the Caring & Participatory Image (C3). The most prevalent form of response is the Direct Solution (B1), reflecting a solution-focused and action-oriented communication pattern. However, the study also identifies an Image Limitation (C4) in the form of response selectivity and public skepticism toward the validity of the inspection procedures. Overall, the image construction on the @cakj1 account utilizes an Authoritative-Advocative strategy, positioning the government not merely as a bureaucratic ruler, but as a firm and grassroots defender of the people, manifesting as a form of Transformative Digital Populism.

Keyword: *Government Image, Content Analysis, Instagram, Digital Public Communication, Representation*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang didukung oleh pesatnya kemajuan internet telah membawa perubahan fundamental dalam bidang komunikasi publik pemerintahan. Informasi tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan, tetapi juga mampu memengaruhi pola pikir, perilaku, serta kesejahteraan masyarakat, yang mendorong peningkatan kebutuhan informasi seiring berkembangnya media baru. Media sosial sebagai bagian dari media baru memiliki jangkauan interaksi yang luas serta kemudahan akses yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Kehadiran platform digital ini tidak lagi sekadar dimanfaatkan untuk berinteraksi pasif, melainkan secara aktif bertransformasi menjadi sarana strategis untuk membangun identitas, reputasi, kepercayaan, dan citra institusional (Adani & Setianingrum, 2024).

Perubahan pola komunikasi masyarakat di era digital menjadikan media sosial sebagai ruang publik baru yang menggantikan banyak fungsi interaksi konvensional, di mana warga bertindak sebagai aktor aktif yang menyampaikan kritik, keluhan, dan aspirasi secara terbuka. Transformasi ini memengaruhi pembentukan citra pemerintah karena persepsi publik sangat ditentukan oleh bagaimana aparatur negara merespons persoalan yang disampaikan masyarakat secara cepat dan transparan. Dalam konteks Pemerintah Kota Surabaya, praktik komunikasi publik digital tercermin secara nyata melalui aktivitas akun Instagram @cakj1 yang dikelola oleh Wakil Wali Kota Surabaya, Armuji. Akun tersebut secara konsisten menampilkan narasi visual dan teks dalam merespons berbagai keluhan pelayanan publik, infrastruktur, hingga konflik sosial perkotaan secara terbuka (Wainira et al., 2021).

Meskipun akun @cakj1 sangat aktif dalam mengelola aduan warga, kajian komunikasi publik pemerintahan daerah yang berfokus pada analisis isi pesan dan proses representasi simbolik di Instagram masih sangat terbatas (Kusuma & Sugandi, 2018). Fenomena ini menyisakan celah riset mengenai bagaimana isi komunikasi dikonstruksi agar mampu menghasilkan citra institusional yang positif. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kecenderungan isi pesan dalam respons terhadap keluhan warga pada akun @cakj1, serta bagaimana interaksi digital tersebut membentuk konstruksi makna citra Pemerintah Kota Surabaya (Priambodo, 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan fenomena komunikasi publik digital yang terjadi secara alamiah di media sosial. Menurut Moleong (2016), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena sosial secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata, bahasa, serta konteks yang berlangsung secara alami. Pendekatan ini dinilai sangat relevan karena data yang dikajise perti unggahan video, deskripsi teks (caption), serta interaksi di kolom komentar merupakan simbol-simbol bermakna yang tidak dapat direduksi ke dalam bentuk angka statistik, melainkan harus ditafsirkan dinamika ruang publiknya secara mendalam.

Subjek dalam penelitian ini adalah akun Instagram resmi Wakil Wali Kota Surabaya yaitu @cakj1, yang diposisikan sebagai dokumen media penyedia data digital primer terkait interaksi pelayanan publik. Sementara itu, objek penelitiannya adalah konstruksi citra Pemerintah Kota Surabaya yang terkandung di dalam isi pesan komunikasi respons aduan masyarakat. Bergantung pada pandangan Creswell (2016), subjek penelitian dalam analisis teks atau dokumen diarahkan pada media yang menyajikan informasi utama, sedangkan objek penelitian berfokus pada substansi konseptual yang dianalisis secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam riset ini menggabungkan metode observasi digital dan dokumentasi terhadap jejak digital pada akun @cakj1 dalam rentang waktu Oktober 2025 hingga April 2026. Data primer diperoleh secara langsung melalui pengunduhan konten unggahan berupa video sidak, caption, dan tangkapan layar komentar netizen yang merepresentasikan kasus-kasus krusial. Data sekunder dikumpulkan dari literatur ilmiah berupa buku, jurnal bereputasi, serta dokumen regulasi penanganan pengaduan publik yang berfungsi sebagai instrumen pendukung dalam kerangka triangulasi data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dijalankan melalui dua tahap analisis interpretatif yang sistematis, yaitu kerangka analisis isi objektif (Holsti, 1969) dan Teori Representasi (Stuart Hall, 1997). Pada tahap pertama, peneliti menerapkan kategorisasi pesan berdasarkan instrumen analisis isi kualitatif Holsti (1969) untuk memetakan tema pesan, bentuk respons, dan dimensi citra yang dominan muncul. Selanjutnya, pada tahap kedua, data hasil kategorisasi tersebut diinterpretasikan secara kritis menggunakan Teori Representasi Stuart Hall (1997) melalui konsep encoding dan decoding untuk menguraikan bagaimana makna citra pemerintah diproduksi oleh komunikator dan didekode oleh khalayak digital.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis isi kualitatif menggunakan kerangka Holsti (1969), ditemukan tiga konten utama yang merepresentasikan karakteristik penanganan keluhan warga oleh Wakil Wali Kota Surabaya, Armuji, pada periode Oktober 2025 hingga April 2026. Ketiga konten tersebut meliputi (1) Kegiatan Jaring Aspirasi warga secara langsung di tempat; (2) Mediasi konflik apartemen Trans Icon yang mangkrak; dan (3) Sidak SPBU Rajawali terkait keluhan kualitas Pertalite yang menyebabkan motor ojek online mogok. Hasil pengodean lintas konten menunjukkan bahwa Kategori Tema Pesan didominasi oleh Isu Pelayanan Administrasi & Pertanahan serta Isu Infrastruktur & Fasilitas Publik, dengan Isu Kinerja & Tata Kelola Pemerintahan yang konsisten muncul sebagai tema sekunder di seluruh unggahan.

Bentuk respons yang paling dominan muncul di seluruh konten adalah Solusi Langsung (B1), yang mencerminkan tindakan penyelesaian masalah di tempat kejadian (sat-set). Hal ini didukung oleh dimensi citra yang dikonstruksi secara masif, yaitu Citra Responsif (C1) dan Citra Transparan (C2). Dalam tayangan video sidak SPBU misalnya, efektivitas komunikasi akun @cakj1 mampu memicu respons kelembagaan tingkat nasional, di mana akun resmi Pertamina turut memberikan klarifikasi, permohonan maaf, serta membuka posko pengaduan fisik di lokasi SPBU. Fenomena ini membuktikan bahwa akun

@cakj1 tidak sekadar berfungsi sebagai media informasi, melainkan telah bertransformasi menjadi Pressure Group (Kelompok Penekan) yang efektif dalam menuntut akuntabilitas korporasi demi membela hak-hak warga lokal.

Namun demikian, analisis isi juga berhasil mengidentifikasi adanya Kategori Limitasi Citra (C4) yang muncul dari interaksi digital. Pada konten sidak Pertalite, peneliti menemukan adanya gelombang tanggapan kritis yang signifikan dari netizen yang merepresentasikan posisi Oppositional Reading (Pembacaan Oposisi) dalam Teori Representasi Stuart Hall. Sebagian masyarakat digital secara terbuka menyampaikan skeptisisme dan mempertanyakan validitas prosedur sidak, seperti pengambilan sampel bensin yang menggunakan botol milik warga alih-alih diambil langsung dari selang nozzle SPBU, hingga tuduhan bahwa konten tersebut merupakan rekayasa (settingan). Walaupun terdapat resistensi makna tersebut, pihak pengelola akun secara strategis memilih untuk membiarkan komentar oposisi tersebut tetap tayang tanpa dihapus, sebuah paradoks yang pada akhirnya justru memperkuat dimensi Citra Transparan (C2) di mata publik.

Jika dianalisis menggunakan Teori Representasi Stuart Hall (1997), keseluruhan produksi pesan (encoding) pada akun @cakj1 mengonstruksi sebuah citra pemerintahan yang menggunakan strategi Otoritatif-Advokatif. Representasi verbal yang didominasi kalimat imperatif seperti “Segera selesaikan!” dan representasi non-verbal melalui simbol kemeja hitam mempertegas posisi pemerintah sebagai pemegang otoritas hukum yang kuat untuk memotong jalur birokrasi yang lamban. Karakteristik ini berkelindan dengan peran Advokatif, di mana Wakil Wali Kota memosisikan dirinya sebagai pembela kelompok marginal (seperti pengemudi ojol dan konsumen apartemen) yang berhadapan dengan korporasi besar. Gaya komunikasi dengan bahasa Suroboyoan yang egaliter merepresentasikan entitas pemerintah sebagai Tribun Rakyat, sebuah manifestasi dari Populisme Digital yang Transformatif yang mengubah stigma birokrasi kaku menjadi aparatur negara yang dinamis, tanggap, dan berpihak pada rakyat.

Penutup

Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi citra Pemerintah Kota Surabaya pada akun Instagram @cakj1 berhasil dibentuk melalui strategi komunikasi Otoritatif-Advokatif. Melalui integrasi analisis isi Holsti dan teori representasi Stuart Hall, terbukti bahwa citra responsivitas yang ditampilkan bukan sekadar retorika visual (pencitraan), melainkan sebuah pola penanganan keluhan yang solutif dan mampu menghasilkan tindakan fisik yang nyata di lapangan, sekaligus memosisikan media sosial sebagai instrumen tekanan politik yang sah dalam menegakkan keadilan bagi masyarakat. Meskipun terdapat limitasi berupa skeptisisme digital dari pembaca oposisi terkait validitas teknis prosedur sidak, dominasi citra positif sebagai institusi yang tanggap dan transparan tetap terjaga secara kuat di ruang publik digital. Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi akademis diarahkan pada para peneliti selanjutnya untuk menguji diskursus ruang publik digital melalui lensa Dramaturgi Digital, guna melihat bagaimana validitas argumen kini sangat dipengaruhi oleh kekuatan mediasi konten visual. Secara praktis, direkomendasikan bagi tim pengelola akun @cakj1 untuk meningkatkan aspek validitas teknis dan objektivitas dalam setiap kegiatan sidak, seperti menampilkan proses verifikasi masalah secara lebih

saintifik , guna mengeliminasi skeptisisme atau tuduhan rekayasa dari masyarakat digital sehingga citra Sat-Set yang telah terbangun dapat didukung oleh akuntabilitas prosedural yang kuat.

Daftar Pustaka

Adani, N. S., & Setianingrum, V. M. (2024). Studi Fenomenologi Personal Branding Pendaki Gen-Z Di Media Sosial. The Commercium, 8(3), 97–107.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage publications.

Hall, S. (1997). The spectacle of the other. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, 7, 223–290.

Holsti, O. R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities. Reading. MA: Addison-Wesley (Content Analysis).

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 18–33.

Moleong, L. J. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif XXXV. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Priambodo, B. (2022). Proses Pengembangan Pariwisata Di Kota Surabaya Antara Pemerintah Dan Non Pemerintah Dalam Perspektif Tata Kelola Kolaboratif. Journal of Contemporary Public Administration (JCPA), 2(2), 35–42.

Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam membangun brand image. Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 10(2), 138–148.