

Pola komunikasi digital pemerintah dalam menanamkan identitas nasional: Studi pada kampanye media sosial

Muhammad Irfan rasyadan

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: irfanrasyadan1@gmail.com

Kata Kunci:

Identitas nasional, komunikasi digital, media sosial, pemerintah, budaya lokal

Keywords:

National identity, communication, social media, government, local culture

ABSTRAK

Identitas nasional merupakan fondasi kebangsaan yang harus ditanamkan secara adaptif dalam era digital. Pemerintah Indonesia dan sejumlah figur publik telah memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi strategis dalam menyampaikan nilai-nilai kebangsaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi digital pemerintah dalam menanamkan identitas nasional melalui media sosial, serta menilai efektivitas dan tantangannya. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka dan analisis isi konten dari akun media sosial resmi pemerintah dan figur publik seperti Dedi

Mulyadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol nasional, budaya lokal, dan narasi kebangsaan menjadi elemen utama dalam kampanye identitas nasional, namun belum sepenuhnya efektif karena keterbatasan partisipasi publik dan kurangnya konsistensi pesan.

ABSTRACT

National identity is the foundation of nationality that must be instilled adaptively in the digital era. The Indonesian government and several public figures have utilized social media as a strategic communication channel to convey national values. This study aims to analyze the digital communication patterns of the government in strengthening national identity through social media and to assess its effectiveness and challenges. The approach used is descriptive qualitative with literature study and content analysis methods on official government social media accounts and public figures such as Dedi Mulyadi. The results show that national symbols, local culture, and national narratives are the main elements in national identity campaigns, but they are not yet fully effective due to limited public participation and inconsistent messaging.

Pendahuluan

Latar Belakang

Identitas nasional adalah pilar penting dalam membentuk kesadaran kolektif suatu bangsa. Di Indonesia, identitas nasional diwujudkan melalui simbol negara, bahasa persatuan, Pancasila, dan keberagaman budaya yang menyatu dalam semboyan Bhinneka Tunggal Ika (Faslah, 2024). Namun demikian, era globalisasi dan transformasi digital menghadirkan tantangan serius terhadap eksistensi identitas tersebut, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terpapar budaya luar melalui media sosial.



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang diskursus publik yang sangat berpengaruh dalam membentuk nilai, sikap, dan bahkan konstruksi identitas. Di samping itu, media sosial juga menghadirkan efisiensi dalam penyampaian pesan, terutama dari sisi biaya dan jangkauan. Dibandingkan dengan kampanye konvensional, kampanye digital melalui media sosial membutuhkan sumber daya yang lebih rendah, tetapi berpotensi menjangkau khalayak yang jauh lebih luas secara cepat dan masif (Nasrullah, 2015).

Oleh karena itu, peran pemerintah dan tokoh masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan kebangsaan melalui media sosial menjadi sangat krusial untuk mempertahankan jati diri bangsa sekaligus memanfaatkan efisiensi komunikasi digital yang ditawarkan oleh teknologi informasi saat ini.

Rumusan Masalah

Bagaimana pola komunikasi digital pemerintah dan figur publik dalam menanamkan identitas nasional melalui media sosial?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi digital pemerintah serta figur publik, khususnya melalui media sosial, dalam menanamkan nilai-nilai identitas nasional kepada masyarakat, serta menilai efektivitas dan tantangan dari strategi tersebut.

Tinjauan Singkat Penelitian Sebelumnya

(Nasrullah, 2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang baru untuk komunikasi budaya dan ideologi. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa komunikasi digital pemerintah cenderung bersifat formal dan kurang melibatkan interaksi emosional dengan audiens. Sebaliknya, figur publik yang mengangkat nilai budaya lokal justru berhasil membangkitkan rasa nasionalisme.

Dalam konteks literasi digital, (Prastyo & Inayati, 2022) menegaskan pentingnya internalisasi nilai moderasi beragama melalui media digital di lingkungan pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dapat digunakan untuk kampanye formal pemerintah, tetapi juga mampu menanamkan nilai kebangsaan yang bersifat spiritual dan sosial melalui pendekatan edukatif komunitas.

Selain itu, (Thasya & Mufidah, 2022) membuktikan bahwa pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan YouTube telah efektif digunakan dalam mendukung pembelajaran Maharah Kalam. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial adalah ruang produktif yang tidak hanya berfungsi hiburan, tetapi juga edukasi dan penguatan nilai budaya.

(Bahruddin et al., 2021) bahkan mengembangkan pendekatan konstruktivisme menggunakan media Instagram dalam kuliah bahasa Arab. Strategi ini menggambarkan bahwa penyampaian nilai-nilai identitas nasional juga dapat berjalan paralel dengan

pembelajaran berbasis budaya dan bahasa, khususnya melalui platform visual yang menarik bagi generasi muda.

Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka dan analisis isi. Data dikumpulkan dari konten media sosial akun pemerintah seperti @indonesiabaik.id dan kanal YouTube serta TikTok milik figur publik Dedi Mulyadi. Analisis difokuskan pada narasi, simbol, dan gaya komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan identitas nasional.

Pembahasan

Strategi Komunikasi Digital Pemerintah

Pemerintah Indonesia melalui akun resmi seperti @indonesiabaik.id, @kemkominfo, dan akun lembaga pendidikan menggunakan pendekatan formal dan informatif. Konten yang disampaikan berupa infografis, video edukatif, dan kampanye bertema nasional seperti Hari Pancasila, Sumpah Pemuda, dan Hari Kemerdekaan. Narasi yang digunakan bersifat deskriptif dan informatif dengan mengedepankan simbol negara seperti bendera merah putih dan lambang Garuda.

Namun, komunikasi satu arah yang minim interaksi menjadi kelemahan utama dari pendekatan ini. Pesan-pesan yang disampaikan sering kali tidak viral karena kurang menyentuh sisi emosional audiens. Ini berdampak pada rendahnya partisipasi aktif pengguna media sosial dalam menyebarluaskan atau mendiskusikan isu-isu kebangsaan.

Pendekatan Naratif oleh Figur Publik: Studi Kasus Dedi Mulyadi

Dedi Mulyadi sebagai figur publik menggunakan pendekatan berbasis budaya lokal dan nilai kemanusiaan dalam menyampaikan pesan kebangsaan. Melalui akun TikTok dan YouTube-nya, ia memproduksi konten dokumenter yang merekam langsung kehidupan masyarakat desa. Ia tidak hanya mengangkat budaya Sunda, tetapi juga menarasikan nilai-nilai Pancasila seperti keadilan sosial, gotong royong, dan kemanusiaan.

Strategi ini terbukti lebih efektif menjangkau audiens muda karena memanfaatkan storytelling, penggunaan bahasa sehari-hari, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Video-video tersebut memancing komentar, dukungan, dan partisipasi emosional dari penonton, menunjukkan bahwa identitas nasional dapat ditanamkan melalui pendekatan yang kontekstual dan emosional.

Representasi Nilai-Nilai Identitas Nasional dalam Konten Digital

Baik pemerintah maupun figur publik memuat elemen identitas nasional dalam kontennya. Pemerintah lebih fokus pada simbol-simbol negara, sedangkan figur publik menyampaikan nilai identitas nasional melalui tindakan nyata, bahasa lokal, dan keseharian masyarakat. Pendekatan figur publik memiliki kelebihan dalam menjembatani nilai-nilai formal dengan realitas sosial masyarakat.

Hal ini menguatkan temuan (Nasrullah, 2015) bahwa media sosial bukan hanya ruang komunikasi, tetapi arena pembentukan identitas sosial. Identitas nasional dalam

konteks digital bukan hanya tentang pengetahuan formal, melainkan pengalaman dan partisipasi kultural.

Efektivitas dan Tantangan

Strategi komunikasi digital berbasis media sosial memiliki potensi besar, namun juga menghadapi tantangan. Efektivitas kampanye identitas nasional ditentukan oleh gaya penyampaian, relevansi konten, dan kemampuan menjangkau audiens target. Tantangan utama antara lain:

1. Minimnya literasi digital di sebagian kalangan
2. Dominasi konten hiburan yang menyisihkan pesan kebangsaan
3. Kurangnya kolaborasi antara lembaga pemerintah dan komunitas kreatif

Meski demikian, strategi naratif yang dilakukan oleh figur publik seperti Dedi Mulyadi menunjukkan bahwa komunikasi digital dapat menjadi alat yang kuat dalam membentuk dan menguatkan identitas nasional apabila disampaikan secara tepat dan dekat dengan realitas masyarakat.

Efisiensi dan Penghematan Biaya dalam Kampanye Digital

Dibandingkan metode komunikasi konvensional seperti iklan cetak, siaran televisi, atau penyuluhan langsung, media sosial memberikan alternatif kampanye yang lebih hemat biaya. Konten digital dapat diproduksi dengan anggaran yang relatif kecil namun menjangkau audiens secara nasional hingga global. Hal ini menjadi keunggulan utama bagi pemerintah maupun tokoh masyarakat dalam mengkomunikasikan pesan kebangsaan secara konsisten dan berkelanjutan.

Menurut Wahab (2020), transformasi digital dalam komunikasi pemerintahan menjadi langkah penting untuk efisiensi anggaran dan peningkatan transparansi. Dalam konteks identitas nasional, efisiensi ini memungkinkan pemerintah untuk memproduksi konten edukatif dalam volume tinggi, memperkuat eksistensi simbol-simbol kebangsaan, dan menjawab tantangan persebaran informasi yang kompetitif.

Dimensi Citra dan Kepentingan Personal dalam Komunikasi Figur Publik

Perlu dicermati bahwa di balik konten-konten positif yang diunggah oleh figur publik, terdapat potensi munculnya dimensi pencitraan pribadi. Dalam studi komunikasi politik, pencitraan (image building) sering kali menjadi strategi yang digunakan untuk mendapatkan dukungan publik atau memperkuat posisi dalam ranah sosial maupun politik (Kriyantono, 2014).

Dedi Mulyadi yang juga merupakan tokoh politik, memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk menanamkan nilai-nilai budaya dan nasionalisme, tetapi juga membentuk citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, sederhana, dan peduli terhadap masyarakat kecil. Penggunaan kamera yang menyorot sisi human interest, narasi yang menggugah, serta framing visual yang menyentuh emosi merupakan strategi komunikasi yang cenderung diarahkan untuk membentuk persepsi publik yang positif.

Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak sepenuhnya netral, melainkan bisa sarat kepentingan. Oleh karena itu, penting bagi audiens untuk memiliki kesadaran kritis dalam mengonsumsi informasi digital, termasuk memahami motif komunikasi di balik konten yang menyentuh nilai kebangsaan sekalipun. Analisis ini memperkuat pemahaman bahwa identitas nasional tidak berdiri dalam ruang hampa, tetapi dibentuk, disampaikan, dan kadang juga dimodifikasi oleh aktor-aktor sosial yang memiliki kepentingan strategis.

Kesimpulan dan Saran

Media sosial merupakan sarana yang sangat potensial dalam membentuk dan memperkuat identitas nasional, khususnya di era digital yang sarat akan arus informasi global. Penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi digital pemerintah cenderung bersifat formal dan terpusat, dengan dominasi simbol negara dan narasi edukatif. Meski demikian, kurangnya partisipasi publik dan minimnya pendekatan emosional membuat kampanye pemerintah tidak selalu berdampak luas.

Kampanye media sosial juga terbukti memberikan keuntungan dari sisi efisiensi biaya dan jangkauan pesan yang lebih luas. Namun, penggunaannya harus tetap memperhatikan etika komunikasi agar tidak bergeser menjadi sekadar alat pencitraan. Maka dari itu, diperlukan prinsip keseimbangan antara substansi nilai dan strategi visual dalam menyampaikan pesan kebangsaan.

Sebaliknya, pendekatan naratif yang dilakukan oleh figur publik seperti Dedi Mulyadi terbukti lebih efektif dalam menjangkau masyarakat, terutama generasi muda. Strategi penyampaian pesan kebangsaan melalui konten berbasis budaya lokal, storytelling, serta interaksi emosional telah menciptakan ikatan yang kuat antara nilai nasionalisme dan keseharian masyarakat. Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi partisipatif dan berbasis nilai kontekstual dalam memperkuat identitas nasional.

Pemerintah disarankan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih humanis dan partisipatif dalam komunikasi digital, termasuk menjalin kolaborasi dengan figur publik, komunitas kreatif, dan masyarakat sipil. Selain itu, konten media sosial yang bersifat edukatif sebaiknya dikemas dalam bentuk yang lebih menarik dan relatable dengan realitas masyarakat, tanpa kehilangan esensi pesan kebangsaan.

Upaya memperkuat identitas nasional juga harus dibarengi dengan peningkatan literasi digital masyarakat agar lebih kritis terhadap informasi, serta mampu membedakan konten positif dan negatif dalam ruang digital. Pendidikan kewarganegaraan dan nilai-nilai Pancasila perlu diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi digital secara menyeluruh, tidak hanya melalui institusi formal, tetapi juga dalam ekosistem digital yang dinamis.

Daftar Pustaka

- Bahruddin, U., Amrullah, A. M. K., & Audina, N. A. (2021). Constructivism in Maharah Kalam lecture using the Instagram media: The implementation, problems, and

- tertiary students' perceptions in Indonesia. *Arabiyatuna: Jurnal Bahasa Arab*, 5(1), 127–140. <https://repository.uin-malang.ac.id/8316/1/8316.pdf>
- Faslah, R. (2024). Identitas Nasional, Geostrategi, dan Geopolitik. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. <http://repository.uin-malang.ac.id/20872>
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016, 2017.
- Prastyo, A. T., & Inayati, I. N. (2022). Implementasi budaya literasi digital untuk menguatkan moderasi beragama bagi santri (studi kasus di mahad uin maulana malik ibrahim malang). *Incare, International Journal of Educational Resources*, 2(6), 665–683. <https://repository.uin-malang.ac.id/10590/7/10590.pdf>
- Thasya, T., & Mufidah, N. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai salah satu sarana pembelajaran maharah kalam bagi mahasiswa International Class Program (ICP) 2021 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang selama masa pandemi Covid-19. *Armala: Jurnal Pendidikan Dan Sastra Bahasa Arab*, 3(2), 1–21. <https://repository.uin-malang.ac.id/13468/3/13468.pdf>