

Strategi Komunikasi Persuasif Humas Diskominfo Kota Palembang dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat terhadap Visi Pembangunan Daerah

Bella Aprilia¹, Eraskaita Ginting², Sonia Nurprameswari³

^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia

Koresponding Email: apriliabella421@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi pemerintah dengan masyarakat sehingga diperlukan strategi komunikasi persuasif yang efektif untuk meningkatkan partisipasi publik terhadap program pembangunan. Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi persuasif Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palembang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap visi pembangunan daerah menggunakan perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan triangulasi untuk menjamin keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Diskominfo Kota Palembang memanfaatkan berbagai media komunikasi digital, seperti website resmi, Instagram, Facebook, YouTube, dan media massa, sebagai sarana penyampaian informasi publik. Dalam perspektif ELM, strategi komunikasi yang diterapkan mengintegrasikan *central route* melalui penyampaian informasi yang akurat, konsisten, dan berkualitas, serta *peripheral route* melalui penggunaan visual yang menarik, bahasa yang komunikatif, infografis, foto, video, dan fitur interaktif media sosial. Kombinasi kedua jalur persuasi tersebut terbukti meningkatkan efektivitas komunikasi publik, memperkuat kredibilitas pemerintah sebagai sumber informasi resmi, membangun kepercayaan masyarakat, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung visi pembangunan Kota Palembang. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif pemerintah di era digital bergantung pada kemampuan mengintegrasikan kualitas substansi pesan dengan penyajian informasi yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat.

Kata kunci: komunikasi persuasif, hubungan masyarakat pemerintah, *Elaboration Likelihood Model*, media digital, partisipasi masyarakat

ABSTRACT

The development of digital media has transformed the communication patterns between government institutions and the public, making effective persuasive communication strategies essential to enhance public participation in development programs. This study aims to analyze the persuasive communication strategies employed by the Public Relations Division of the Palembang City Department of Communication and Informatics (Diskominfo) in promoting public participation in the city's development vision through the perspective of the Elaboration Likelihood Model (ELM). This research employed a qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing, supported by data

STUDIA KOMUNIKA

triangulation to ensure validity. The findings indicate that the Public Relations Division of Diskominfo utilizes various digital communication platforms, including the official website, Instagram, Facebook, YouTube, and mass media, to disseminate public information. From the ELM perspective, the communication strategy integrates the central route by delivering accurate, consistent, and high-quality information, and the peripheral route through attractive visual designs, communicative language, infographics, photographs, videos, and interactive social media features. The integration of these two persuasive routes enhances the effectiveness of public communication, strengthens the government's credibility as an official information source, fosters public trust, and encourages community participation in supporting Palembang City's development vision. The study concludes that the effectiveness of persuasive government communication in the digital era depends on the successful integration of substantive message quality with engaging and easily accessible information delivery.

Keywords: *persuasive communication, government public relations, Elaboration Likelihood Model, digital media, public participation.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Pemanfaatan media digital memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif sehingga komunikasi publik tidak lagi bergantung pada media konvensional. Dalam konteks pemerintahan daerah, media digital menjadi sarana strategis bagi humas pemerintah untuk membangun keterbukaan informasi, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung program pembangunan. (A. R. Nugraha et al., 2020), komunikasi pemerintahan yang didukung oleh penerapan teknologi media digital menjadi alternatif utama dalam menghadapi era milenial yang kompetitif dan interaktif, karena mampu memperluas jangkauan penyebaran informasi serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, penggunaan media online oleh pemerintah terbukti dapat meningkatkan interaksi masyarakat dengan pemerintah, memperkuat nilai-nilai demokrasi, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui penyediaan informasi yang mudah diakses dan responsif terhadap kebutuhan public (Nainggolan, 2024). Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya mengubah cara pemerintah menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat peran humas pemerintah dalam membangun komunikasi publik yang transparan, partisipatif, dan akuntabel.

Meskipun transformasi digital telah membuka peluang bagi pemerintah untuk membangun komunikasi publik yang lebih efektif, keberhasilan penyampaian informasi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media digital, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah dalam menyusun strategi komunikasi yang mampu memengaruhi cara masyarakat menerima dan memproses pesan. Informasi yang disampaikan melalui berbagai platform digital perlu dikemas secara persuasif agar tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan partisipasi dalam mendukung kebijakan maupun program pembangunan daerah. Oleh karena itu, peran humas pemerintah menjadi semakin strategis sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat melalui penyampaian pesan yang informatif, edukatif, sekaligus persuasif sehingga tujuan komunikasi publik dapat tercapai secara optimal.

Dalam praktik sehari-hari, masih banyak ditemukan persoalan di tingkat lokal yang menunjukkan lemahnya pelibatan masyarakat dan kurang optimalnya peran aparat pemerintahan. Misalnya, aparat lurah yang seharusnya menjadi garda terdepan pelayanan

STUDIA KOMUNIKA

publik sering kali lalai dalam menjalankan tugas di kantor. Kondisi ini membuat masyarakat kesulitan memperoleh layanan administratif secara cepat dan tepat, sehingga menimbulkan rasa ketidakpercayaan terhadap pemerintah. Di sisi lain, fenomena sosial seperti parkir liar yang merajalela di berbagai sudut kota Palembang menambah kesemrawutan tata ruang kota dan menimbulkan keresahan bagi pengguna jalan. Tidak hanya itu, kasus begal yang masih marak terjadi di beberapa wilayah kota juga memperlihatkan lemahnya pengawasan dan koordinasi aparat dalam menjaga keamanan lingkungan.

Pemerintah Kota Palembang melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) memiliki peran penting dalam menjalankan fungsi kehumasan pemerintah. Tidak hanya sebagai penyedia informasi publik, Diskominfo juga bertugas menyosialisasikan visi pembangunan Kota Palembang melalui berbagai media komunikasi, seperti media sosial, website resmi, infografis, video, dan publikasi digital lainnya. Pemanfaatan berbagai platform digital tersebut merupakan bagian dari upaya mewujudkan keterbukaan informasi publik sekaligus memperluas jangkauan komunikasi pemerintah kepada masyarakat. Penelitian (Hasanah et al., 2025) menunjukkan bahwa Humas Diskominfo Kota Palembang mengimplementasikan strategi komunikasi melalui perpaduan media digital dan non-digital untuk mendukung keterbukaan informasi publik, meskipun masih menghadapi tantangan berupa kesenjangan literasi digital dan akses informasi yang belum merata. Strategi komunikasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap visi pembangunan "Palembang Berdaya, Palembang Sejahtera" sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat dalam mendukung pelaksanaannya. Hal ini sejalan dengan Rencana Strategis (Renstra) Diskominfo Kota Palembang yang menegaskan bahwa Diskominfo berperan sebagai organisasi perangkat daerah yang mendukung pencapaian visi dan misi Wali Kota melalui penyelenggaraan komunikasi publik, pengelolaan informasi, dan pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan kepada masyarakat.

Namun demikian, penyampaian informasi pemerintah tidak selalu menghasilkan partisipasi masyarakat yang optimal. Berdasarkan hasil penelitian, masih ditemukan beberapa hambatan, seperti rendahnya minat sebagian masyarakat terhadap informasi pemerintah, keterbatasan literasi digital pada kelompok tertentu, serta kendala koordinasi internal dalam pelaksanaan komunikasi publik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah tidak hanya ditentukan oleh intensitas penyampaian informasi, tetapi juga oleh bagaimana pesan persuasif dirancang agar mampu memengaruhi cara masyarakat menerima dan mengolah informasi. Keterlibatan masyarakat adalah cara untuk memberdayakan masyarakat sehingga masyarakat dapat menjadi pelaku dalam Pembangunan dan terlatih untuk memberikan perannya baik sebagai perencana, pelaksana atau pengawasan pembangunan. Partisipasi dalam masyarakat adalah partisipasi aktif karena masyarakat merupakan inti dari Pembangunan (Simbolon & Khairifa, 2018).

Penelitian terdahulu umumnya membahas strategi komunikasi pemerintah dalam pembangunan, kampanye digital, maupun pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Akan tetapi, sebagian besar penelitian masih berfokus pada strategi komunikasi secara umum atau pada konteks program tertentu. Belum banyak penelitian yang mengkaji komunikasi persuasif humas pemerintah daerah dengan menggunakan perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk menjelaskan bagaimana masyarakat memproses pesan pemerintah melalui jalur sentral maupun jalur perifer. Penelitian (Qordofa & Fanshoby, 2026b) menegaskan bahwa penerapan pendekatan dual-route *Elaboration Likelihood Model*

STUDIA KOMUNIKA

secara terintegrasi, yang didukung oleh personalisasi pesan berbasis teknologi, merupakan strategi relevan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik di era digital

Teori Elaboration Likelihood Model menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dipengaruhi oleh cara individu mengolah informasi. Melalui jalur sentral, masyarakat akan menilai kualitas argumen yang disampaikan, sedangkan melalui jalur perifer, penerimaan pesan lebih dipengaruhi oleh unsur-unsur pendukung seperti visual, kredibilitas sumber, maupun daya tarik penyajian pesan. Pendekatan ini relevan untuk menganalisis bagaimana Humas Diskominfo Kota Palembang membangun komunikasi persuasif melalui berbagai media digital guna meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap visi pembangunan daerah. Pemerintah kini dapat membangun hubungan dua arah dengan warga melalui konten digital, memperoleh umpan balik secara real-time, dan menyampaikan informasi dengan lebih efektif. Interaksi digital menjadi unsur penting dalam pembentukan citra sekaligus peningkatan partisipasi masyarakat (Damayanti & Permatasari, 2025).

Model ELM menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif bergantung pada cara masyarakat mengolah informasi. Humas Diskominfo Kota Palembang memanfaatkan jalur sentral dengan menyajikan data dan argumen kebijakan pembangunan, serta jalur perifer melalui visual menarik, kredibilitas sumber, dan gaya penyampaian yang mudah dipahami. Dengan kombinasi keduanya, pesan pembangunan daerah dapat diterima lebih luas dan mendorong partisipasi masyarakat terhadap visi pembangunan kota.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Diskominfo Kota Palembang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap visi pembangunan daerah dengan menggunakan perspektif *Elaboration Likelihood Model*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi publik sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis, tetapi juga manfaat praktis dalam memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui strategi komunikasi yang adaptif dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palembang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap visi pembangunan daerah "Palembang Berdaya, Palembang Sejahtera". Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu mengkaji fenomena komunikasi secara komprehensif dalam konteks yang nyata, sehingga dapat menggambarkan strategi komunikasi persuasif, hambatan yang dihadapi, serta respons masyarakat terhadap pesan yang disampaikan pemerintah.

Penelitian dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang. Pemilihan lokasi didasarkan pada peran Diskominfo sebagai pelaksana fungsi kehumasan Pemerintah Kota Palembang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi publik, media digital pemerintah, serta penyebarluasan visi dan program pembangunan kepada masyarakat. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang terdiri atas pejabat dan staf Humas Diskominfo Kota Palembang serta masyarakat sebagai penerima informasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah, publikasi, literatur

ilmiah, jurnal, serta berbagai dokumen yang relevan dengan komunikasi publik dan komunikasi persuasif pemerintah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi difokuskan pada media digital resmi Pemerintah Kota Palembang, seperti media sosial dan situs web resmi, untuk mengamati bentuk komunikasi, frekuensi publikasi, serta interaksi dengan masyarakat. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan guna memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi persuasif, pelaksanaan kampanye digital, hambatan yang dihadapi, serta evaluasi komunikasi publik. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung melalui penelaahan dokumen resmi, materi publikasi, laporan kegiatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi berdasarkan tema-tema penelitian sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan melalui proses verifikasi dan triangulasi untuk memperoleh temuan yang valid mengenai komunikasi persuasif Humas Diskominfo Kota Palembang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Analisis temuan penelitian kemudian diinterpretasikan menggunakan perspektif Elaboration Likelihood Model (ELM) untuk menjelaskan bagaimana masyarakat memproses pesan persuasif yang disampaikan pemerintah melalui jalur sentral maupun jalur perifer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Persuasif Humas Diskominfo Kota Palembang dalam Perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palembang telah memanfaatkan berbagai media komunikasi digital sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan website resmi, Instagram, Facebook, YouTube, serta media massa dilakukan secara konsisten untuk menyampaikan informasi mengenai program pemerintah, pelayanan publik, dan berbagai kegiatan pembangunan daerah. Strategi tersebut menunjukkan bahwa Humas Diskominfo tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga berupaya membangun pemahaman serta kepercayaan masyarakat terhadap visi Pemerintah Kota Palembang. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Maulvi et al., 2023) yang menyatakan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting bagi humas pemerintah karena memungkinkan penyampaian informasi yang lebih cepat, transparan, interaktif, serta mendukung pelayanan publik dan pengelolaan reputasi pemerintah. Dengan demikian, pemanfaatan berbagai platform digital oleh Humas Diskominfo Kota Palembang menunjukkan adanya upaya membangun komunikasi dua arah yang mampu meningkatkan kepercayaan dan kedekatan pemerintah dengan masyarakat.

Berdasarkan perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM), komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Diskominfo memperlihatkan adanya penerapan dua jalur persuasi, yaitu *central route* dan *peripheral route*. Jalur sentral terlihat melalui penyampaian informasi yang mengutamakan kualitas isi pesan, kejelasan informasi, serta konsistensi publikasi. Informasi mengenai program pemerintah disampaikan secara rutin melalui berbagai kanal resmi dengan substansi yang sama sehingga masyarakat memperoleh informasi yang jelas dan tidak menimbulkan perbedaan penafsiran. Selain itu, pada situasi tertentu seperti penyampaian

STUDIA KOMUNIKA

informasi krisis, Diskominfo menggunakan satu saluran resmi berupa *press release* agar informasi yang diterima masyarakat tetap akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Praktik tersebut menunjukkan bahwa kualitas argumen menjadi aspek utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi pemerintah.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo (1986) bahwa pada *central route*, individu akan memproses pesan secara mendalam dengan mempertimbangkan kualitas argumen, bukti, dan relevansi informasi sebelum membentuk sikap. Oleh karena itu, pesan yang memiliki argumentasi kuat, akurat, dan konsisten cenderung menghasilkan perubahan sikap yang lebih bertahan lama dibandingkan pesan yang hanya mengandalkan isyarat-isyarat sederhana. Temuan ini juga didukung oleh (Kitchen et al., 2014) yang menjelaskan bahwa efektivitas jalur sentral sangat bergantung pada kualitas informasi yang disampaikan karena audiens dengan motivasi dan kemampuan berpikir yang tinggi akan mengevaluasi isi pesan secara kritis sebelum menerima atau menolak pesan tersebut.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Wahyu Hidayat yang menjelaskan bahwa informasi pemerintah disampaikan secara berulang melalui berbagai media, termasuk media sosial organisasi perangkat daerah (OPD), kecamatan, serta media massa sehingga masyarakat memperoleh informasi yang sama dari berbagai saluran komunikasi. Konsistensi penyampaian pesan tersebut memperlihatkan bahwa Humas Diskominfo berusaha menjaga kesinambungan komunikasi publik agar masyarakat mampu memahami arah pembangunan daerah secara lebih mendalam. Dalam perspektif ELM, kondisi ini menunjukkan proses elaborasi melalui jalur sentral karena masyarakat terdorong untuk mengevaluasi isi pesan berdasarkan kualitas informasi yang diterima. Hal ini sejalan dengan temuan Qordofa & Fanshoby (2026) yang menegaskan bahwa jalur sentral berperan dalam membangun citra organisasi melalui argumentasi rasional dan konsistensi informasi.

Selain menekankan kualitas informasi, Humas Diskominfo juga memanfaatkan berbagai unsur pendukung yang berfungsi sebagai *peripheral cues* dalam proses persuasi. Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap informasi yang dipublikasikan melalui website resmi maupun Instagram dilengkapi dengan foto, video, infografis, serta penggunaan bahasa yang sederhana sehingga pesan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Penyajian visual yang informatif tidak hanya meningkatkan daya tarik informasi, tetapi juga membantu masyarakat memahami manfaat program pemerintah tanpa harus membaca informasi secara mendalam. Strategi ini menunjukkan bahwa aspek visual menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian masyarakat terhadap informasi pemerintah. Hasil penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. (Iwan et al., 2024) menegaskan bahwa faktor estetika visual berpengaruh signifikan terhadap interaksi publik dengan konten pemerintah.

Pemanfaatan media sosial juga memperlihatkan adanya integrasi antara jalur sentral dan jalur periferal dalam komunikasi pemerintah. Informasi yang diunggah melalui Instagram tidak hanya memuat penjelasan mengenai program pemerintah, tetapi juga dikemas menggunakan desain visual yang menarik, bahasa yang komunikatif, serta fitur *story* yang memudahkan masyarakat mengikuti perkembangan informasi secara cepat. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang masyarakat, informasi pemerintah melalui Instagram dinilai lebih mudah diakses sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai program, pelayanan publik, maupun kegiatan pemerintah tanpa harus mencari informasi melalui media lain. Kemudahan akses tersebut mendorong masyarakat untuk lebih aktif mengikuti perkembangan

STUDIA KOMUNIKA

pembangunan Kota Palembang sekaligus meningkatkan interaksi masyarakat dengan akun media sosial pemerintah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (D. A. Nugraha et al., 2025) yang menyatakan bahwa Instagram pemerintah berfungsi sebagai media komunikasi publik yang efektif untuk menyebarluaskan kebijakan, program, dan informasi kepada masyarakat secara luas. Penggunaan konten yang disesuaikan dengan karakteristik audiens digital menjadikan informasi pemerintah lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat. Selain itu, penelitian (Wulandary & Rahmawati, 2025) menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui foto, video, bahasa yang komunikatif, serta interaksi pada kolom komentar mampu membangun hubungan yang lebih dekat dan partisipatif antara instansi pemerintah dengan masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan elemen visual dan fitur interaktif pada Instagram tidak hanya memperkuat daya tarik pesan sebagai isyarat perifer, tetapi juga mendukung masyarakat untuk memproses informasi secara lebih mendalam melalui jalur sentral sebagaimana dijelaskan dalam *Elaboration Likelihood Model* (ELM).

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi persuasif Humas Diskominfo tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh kemampuan mengombinasikan penyampaian informasi yang rasional dengan penyajian pesan yang menarik. Pada satu sisi, masyarakat memperoleh informasi yang lengkap dan konsisten sehingga mampu membangun pemahaman terhadap program pemerintah melalui jalur sentral. Pada sisi lain, penggunaan media digital, visual yang menarik, serta kemudahan akses informasi menjadi isyarat perifer yang mampu menarik perhatian masyarakat untuk menerima pesan pemerintah. Kombinasi kedua jalur persuasi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan Humas Diskominfo telah menerapkan prinsip-prinsip *Elaboration Likelihood Model* secara komplementer.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kitchen et al., 2014) yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dalam lingkungan media digital tidak lagi hanya bergantung pada kekuatan argumen (jalur sentral), tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai isyarat perifer seperti desain pesan, format penyajian, dan karakteristik media yang digunakan. Selain itu, penelitian (Luna & Peracchio, 2005) menunjukkan bahwa pada media berbasis internet, kombinasi antara kualitas informasi dan unsur-unsur visual mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta mendorong penerimaan pesan secara lebih efektif. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan komunikasi publik pemerintah di era digital bergantung pada kemampuan mengintegrasikan informasi yang substantif dengan penyajian pesan yang menarik sehingga kedua jalur persuasi dalam *Elaboration Likelihood Model* dapat bekerja secara saling melengkapi.

Dari perspektif hubungan masyarakat, strategi komunikasi tersebut mencerminkan praktik *digital public relations* yang menempatkan media digital sebagai sarana membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, peningkatan transparansi, serta penguatan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Tuhana et al., 2023) yang menunjukkan bahwa *digital public relations* pada instansi pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi publik untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas serta membangun hubungan dengan publik melalui penyampaian informasi yang berkelanjutan.

STUDIA KOMUNIKA

Penyampaian informasi secara konsisten melalui berbagai platform digital memperkuat transparansi pemerintah sekaligus meningkatkan kredibilitas Diskominfo sebagai sumber informasi resmi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Yulianti et al., 2023) yang menyatakan bahwa media sosial memberikan ruang bagi humas pemerintah untuk menyampaikan informasi publik secara lebih luas dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai program pemerintah. Selain itu, penelitian (Febrianti et al., 2023) menjelaskan bahwa praktik *cyber public relations* yang memanfaatkan Instagram dan website sebagai media komunikasi dialogis mampu meningkatkan efektivitas hubungan organisasi dengan publik melalui penyediaan informasi yang mudah diakses serta mendorong keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Diskominfo Kota Palembang tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap visi pembangunan daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palembang telah memanfaatkan media komunikasi digital secara optimal dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penggunaan website resmi, Instagram, Facebook, YouTube, serta media massa menunjukkan adanya strategi komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga pada upaya membangun pemahaman, kepercayaan, dan hubungan yang berkelanjutan antara pemerintah dengan masyarakat.

Ditinjau dari perspektif *Elaboration Likelihood Model* (ELM), strategi komunikasi Humas Diskominfo Kota Palembang telah mengintegrasikan dua jalur persuasi, yaitu *central route* dan *peripheral route*. Jalur sentral diwujudkan melalui penyampaian informasi yang akurat, konsisten, dan memiliki kualitas argumentasi yang baik sehingga mendorong masyarakat memproses informasi secara rasional. Sementara itu, jalur periferal diterapkan melalui pemanfaatan desain visual yang menarik, penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif, serta penyajian foto, video, infografis, dan fitur media sosial yang mampu menarik perhatian masyarakat terhadap informasi pemerintah.

Kombinasi kedua jalur persuasi tersebut menjadikan komunikasi publik yang dilakukan Humas Diskominfo lebih efektif dalam meningkatkan penerimaan pesan, memperkuat kredibilitas pemerintah sebagai sumber informasi resmi, serta mendorong partisipasi masyarakat terhadap berbagai program pembangunan daerah. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif pemerintah di era digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas substansi pesan, tetapi juga oleh kemampuan mengemas informasi secara menarik dan mudah diakses sehingga mampu membangun hubungan yang lebih dekat, transparan, dan partisipatif antara pemerintah dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Damayanti, N. P. R., & Permatasari, N. P. I. (2025). Komunikasi Persuasif dalam Kehumasan Digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 6(2), 166–180.

- Febrianti, D. A., Kriyantono, R., & Sujoko, A. (2023). EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM AND WEBSITE NEW MEDIA IN THE PRACTICE OF CYBER PUBLIC RELATIONS AT HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN INDONESIA. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 6(2).
<https://doi.org/10.20414/sangkep.v6i2.8980>
- Hasanah, S. L., Razzaq, A., & Hati, P. C. (2025). Strategi Humas Diskominfo Kota Palembang Dalam Mengelola Keterbukaan Informasi Publik. *Komunika: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1), 37–45.
- Iwan, I., Wibowo, K. A., & Rahmawan, D. (2024). Optimizing government communication on environmental issues: Visual strategies for public engagement. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.24198/jkk.v12i2.57591>
- Kitchen, P. J., Kerr, G., Schultz, D. E., McColl, R., & Pals, H. (2014). The elaboration likelihood model: Review, critique and research agenda. *European Journal of Marketing*, 48(11–12). <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2011-0776>
- Luna, D., & Peracchio, L. A. (2005). Sociolinguistic effects on code-switched ads targeting bilingual consumers. *Journal of Advertising*, 34(2).
<https://doi.org/10.1080/00913367.2005.10639196>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1). <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Nainggolan, R. R. E. (2024). Analisis Penggunaan Website dan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(1).
<https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221–239.
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2025). Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 9(1).
<https://doi.org/10.56873/jimik.v9i1.532>
- Petty, R. E., J. T. C. (1986). *Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change*.
- Qordofa, M. Q., & Fanshoby, M. (2026a). Elaboration Likelihood Model sebagai Landasan Strategi Komunikasi Persuasif Kehumasan dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Publik. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(3), 2735–2743.
- Qordofa, M. Q., & Fanshoby, M. (2026b). Strategi Komunikasi Persuasif Humas dalam Membangun Citra Organisasi: Analisis Elaboration Likelihood Model melalui Pendekatan Studi Pustaka. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(3), 2716–2723.

STUDIA KOMUNIKA

- Simbolon, B. R., & Khairifa, F. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Darma AGUNG*, 26(1).
- Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H. L. L., & Edo, J. (2023). Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.9173>
- Wulandary, M. E., & Rahmawati, A. (2025). BPKP RI public communication through instagram social media utilization. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 9(3).
- Yulianti, A., Lubis, A. N. R., Oktaviani, A., Akbar, D. M., Novianti, I., & Hartono, T. (2023). PENGELOLAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI HUMAS SUSKA TV. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 5(3). <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v5i3.24076>