

## PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA INFORMASI PUBLIK HUMAS PUSJARSKTASNAS LAN-RI JATINANGOR

Randi Purnama Ramadan<sup>1</sup>, Arina Muntazah<sup>2</sup>  
[randipurnamaramadon27@gmail.com](mailto:randipurnamaramadon27@gmail.com)<sup>1</sup>, [arina.rtz@bsi.ac.id](mailto:arina.rtz@bsi.ac.id)<sup>2</sup>  
Universitas Bina Sarana Informatika

### ABSTRAK

Media sosial khususnya Instagram, telah menjadi platform komunikasi publik yang strategis karena mampu menyampaikan informasi secara visual, cepat, dan interaktif. Dalam konteks lembaga pemerintah, pemanfaatan Instagram oleh humas menjadi bagian dari transformasi komunikasi publik menuju era New Media yang mengedepankan transparansi, partisipasi, dan keterlibatan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor memanfaatkan Instagram sebagai sarana informasi publik di era digital. Penelitian ini menggunakan teori New Media pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PusjarSKTasnas memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti unggahan foto, video, stories, dan caption informatif untuk menyebarluaskan informasi mengenai program pelatihan, kegiatan kelembagaan, serta membangun citra positif lembaga. Meskipun belum memiliki pedoman tertulis, strategi komunikasi yang dijalankan cukup efektif dalam menjangkau ASN dan masyarakat luas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram berfungsi sebagai media baru yang mampu meningkatkan efektivitas komunikasi publik instansi pemerintah apabila dikelola secara konsisten, kreatif, dan partisipatif.

**Kata Kunci:** Instagram, Humas Pemerintah, Media Sosial, Komunikasi Publik, New Media.

### ABSTRACT

*Social media particularly Instagram, has become a strategic platform for public communication due to its ability to deliver information visually, quickly, and interactively. In the context of government institutions, the use of Instagram by Public Relations offices represents a transformation in public communication toward the New Media era, which emphasizes transparency, participation, and public engagement. This study aims to explore how the Public Relations Division of PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor utilizes Instagram as a tool for public information dissemination in the digital era. This research employs the New Media theory and uses a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings reveal that the Public Relations Division of PusjarSKTasnas utilizes various Instagram features such as photo uploads, videos, stories, and informative captions to disseminate information about training programs, institutional activities, and to build a positive institutional image. Although there is no formal written guideline, the communication strategies implemented have proven to be effective in reaching civil servants and the general public. The study concludes that Instagram serves as a New Media platform capable of enhancing the effectiveness of public communication within government institutions, provided it is managed consistently, creatively, and with public participation.*

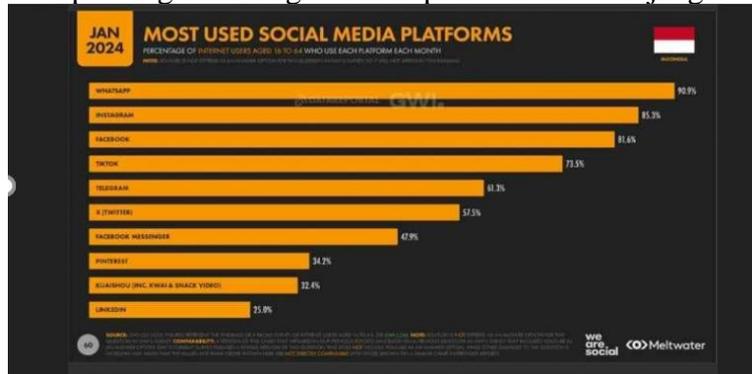
**Keywords:** Instagram, Government Public Relations, Social Media, Public Communication, New Media.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi publik, termasuk di sektor pemerintahan. Media sosial menjadi sarana penting bagi lembaga pemerintah dalam mewujudkan transparansi informasi publik sebagaimana diamanatkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Masyarakat kini lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan media konvensional, sehingga

instansi pemerintah dituntut hadir aktif di ruang digital.

Instagram, sebagai salah satu platform paling populer dengan lebih dari 100 juta pengguna aktif di Indonesia (Datareportal, 2024), menawarkan karakteristik visual yang komunikatif melalui foto, video, reels, dan infografis. Potensi ini menjadikan Instagram sebagai media strategis untuk penyebaran informasi publik. Laporan We Are Social dan Hootsuite (2025) mencatat bahwa 50,1% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, menunjukkan peluang besar bagi instansi publik untuk menjangkau masyarakat luas.



Sumber: *Datareportal.com*

Pusat Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur Negara (PusjarSKTasnas) LAN-RI Jatinangor sebagai lembaga pemerintah memiliki tanggung jawab menyebarkan informasi terkait program pelatihan, kegiatan kelembagaan, serta membangun citra positif di mata publik. Pemanfaatan Instagram oleh divisi Humas lembaga ini menjadi salah satu bentuk adaptasi komunikasi digital yang relevan dengan karakteristik masyarakat era sekarang.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis bagaimana Instagram dimanfaatkan oleh Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor sebagai sarana informasi publik dalam mendukung fungsi komunikasi digital pemerintahan.

## **METODOLOGI**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi digital yang tidak dapat diukur hanya dengan angka, tetapi perlu ditelusuri melalui pengalaman, interpretasi, serta perspektif para pelaku yang terlibat langsung. Metode deskriptif memungkinkan peneliti menggambarkan bagaimana pemanfaatan Instagram dilakukan oleh Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor, mulai dari perencanaan konten hingga interaksi dengan publik.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor, sebuah lembaga pemerintah yang berfokus pada pengembangan kompetensi aparatur sipil negara. Lokasi ini dipilih karena lembaga tersebut aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, sebagai saluran utama penyebaran informasi publik. Pemilihan lokasi juga didasari pada keterjangkauan akses dan relevansi tema penelitian dengan bidang kehumasan digital. Penelitian dilakukan pada bulan Februari hingga Juni 2025, bertepatan dengan periode aktif kegiatan pelatihan dan publikasi program kelembagaan.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan keterlibatan langsung dengan aktivitas media sosial lembaga.

Terdapat tiga informan kunci:

1. Budi Permana – Koordinator Humas Protokol, yang berperan dalam penentuan kebijakan komunikasi serta arah strategis pemanfaatan Instagram.
2. Brian Ibrahim, S.Hub.Int – Social Media Specialist, yang bertanggung jawab atas teknis pengelolaan akun, termasuk perencanaan unggahan, copywriting, serta monitoring interaksi publik.
3. Bunga – Staf Kreatif, yang terlibat dalam desain visual, produksi konten grafis, serta pengembangan ide kreatif agar penyampaian informasi lebih menarik.

Pemilihan ketiga informan ini dianggap representatif karena mereka memiliki peran penting dalam siklus manajemen komunikasi digital, mulai dari level kebijakan hingga teknis produksi konten.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Tiga teknik utama digunakan dalam penelitian ini:

1. Wawancara mendalam → dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan kunci, namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan secara bebas. Wawancara ini menghasilkan data mengenai strategi, pengalaman, kendala, dan evaluasi penggunaan Instagram.
2. Observasi → dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas publikasi melalui akun Instagram @pusjarsktasnaslanri. Observasi mencakup jenis konten yang diunggah, frekuensi, gaya komunikasi, serta respon publik dalam bentuk like, komentar, dan share.
3. Dokumentasi → berupa pengumpulan arsip unggahan Instagram, laporan kegiatan humas, serta catatan internal yang relevan. Dokumentasi ini berfungsi memperkuat data dari wawancara dan observasi.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan dengan mengacu pada model interaktif Miles & Huberman yang meliputi tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data – memilih, menyederhanakan, serta memfokuskan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi agar relevan dengan tujuan penelitian.
2. Penyajian Data – menampilkan data dalam bentuk narasi, tabel, atau kutipan wawancara sehingga memudahkan dalam memahami pola pemanfaatan Instagram.
3. Penarikan Kesimpulan – merumuskan temuan yang menjawab fokus penelitian, baik terkait strategi, efektivitas, maupun tantangan penggunaan Instagram oleh Humas.

### **Uji Keabsahan Data**

Untuk menjamin validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari tiga informan, observasi langsung, serta data dokumentasi. Selain itu, dilakukan diskusi dengan sejawat untuk meminimalisasi subjektivitas peneliti, serta member checking dengan mengkonfirmasi kembali data kepada informan utama agar sesuai dengan konteks sebenarnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Temuan Penelitian**

Penelitian mengenai pemanfaatan Instagram oleh Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor menunjukkan bahwa media sosial ini telah menjadi sarana strategis dalam mendukung fungsi komunikasi publik. Temuan penelitian dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama: pengelolaan konten, interaksi dengan audiens, serta tantangan yang dihadapi.

### **Strategi Pengelolaan Konten**

Humas PusjarSKTasnas LAN-RI memanfaatkan Instagram secara konsisten dengan

melakukan perencanaan konten mingguan. Jenis unggahan yang dipublikasikan terdiri dari flyer kegiatan, dokumentasi pelatihan, konten motivasi aparatur, serta informasi kelembagaan lainnya. Format yang digunakan beragam, mulai dari feed, stories, hingga reels, sehingga pesan yang disampaikan lebih bervariasi dan mampu menjangkau audiens yang luas.

Koordinator Humas, Budi Permana, menegaskan pentingnya konsistensi konten dalam menjaga kredibilitas lembaga. Ia menyatakan:

“Kami selalu berusaha agar setiap unggahan yang keluar dari akun resmi lembaga memiliki nilai edukatif dan informatif. Konten bukan hanya sekadar informasi kegiatan, tapi juga harus mencerminkan identitas lembaga.”

Social Media Specialist, Brian Ibrahim, menambahkan bahwa variasi format unggahan dilakukan agar audiens tidak merasa jenuh. Ia menjelaskan:

“Kami biasanya membuat perencanaan konten mingguan. Feed untuk informasi utama, stories untuk update cepat, dan reels untuk konten singkat yang lebih atraktif.”

Sementara itu, Bunga selaku staf kreatif menekankan aspek visual sebagai daya tarik utama:

“Desain harus sederhana, jelas, dan mudah dipahami semua orang. Kalau desain terlalu rumit, pesan bisa hilang dan audiens tidak tertarik untuk membaca.”

Observasi pada akun Instagram menunjukkan adanya konsistensi unggahan 3–4 kali per minggu, meliputi flyer kegiatan, dokumentasi pelatihan, serta konten motivasi aparatur.

### **Interaksi dengan Audiens**

Pemanfaatan Instagram tidak berhenti pada penyampaian informasi satu arah, melainkan juga membuka ruang partisipasi publik. Hal ini terlihat dari adanya balasan komentar, respon terhadap pesan langsung (direct message), serta pemanfaatan fitur interaktif seperti polling pada stories. Aktivitas interaksi tersebut berfungsi untuk memperkuat engagement, sehingga publik tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat menyampaikan masukan dan pertanyaan.

Brian menekankan bahwa engagement audiens meningkat signifikan setelah pemanfaatan reels:

“Konten reels biasanya lebih banyak ditonton dan dibagikan. Dari data insight, reach konten reels bisa dua kali lipat lebih tinggi dibanding feed biasa.”

Budi Permana juga menambahkan bahwa interaksi di media sosial membuka ruang dialog antara lembaga dan publik:

“Kami tidak ingin hanya menyampaikan informasi satu arah. Melalui Instagram, kami bisa mendengar pertanyaan, keluhan, bahkan masukan dari masyarakat.”

Observasi juga memperlihatkan bahwa unggahan berbentuk reels cenderung mendapatkan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan format feed statis.

### **Tantangan dalam Pemanfaatan Instagram**

Meskipun pemanfaatan Instagram cukup efektif, terdapat sejumlah kendala yang masih dihadapi. Pertama, keterbatasan sumber daya manusia di bidang desain grafis dan editing video membuat variasi konten belum sepenuhnya optimal. Kedua, infrastruktur jaringan internet yang tidak stabil pada saat kegiatan lapangan seringkali menghambat publikasi secara real-time. Ketiga, kebutuhan evaluasi berkelanjutan masih perlu ditingkatkan, meskipun upaya pemantauan insight Instagram sudah mulai dilakukan oleh tim humas.

### **Staf kreatif, Bunga, menyoroti keterbatasan SDM dalam proses produksi:**

“Kadang ide banyak, tapi keterbatasan tenaga membuat kami tidak bisa menggarap semua konsep. Apalagi untuk konten video, butuh waktu dan keahlian khusus.”

### **Kendala jaringan juga diakui oleh Brian:**

“Saat kegiatan di lapangan, jaringan sering tidak stabil, jadi publikasi real-time tidak selalu bisa dilakukan. Biasanya konten baru bisa diunggah setelah kegiatan selesai.”

### **Pembahasan**

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep New Media, yang menekankan bahwa komunikasi digital bersifat interaktif, fleksibel, dan partisipatif. Instagram sebagai media berbasis visual telah membantu Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor menyampaikan informasi publik secara lebih menarik dan mudah dipahami. Variasi format konten yang digunakan mencerminkan upaya adaptasi lembaga terhadap perilaku audiens digital.

Jika ditinjau dari perspektif model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), strategi pengelolaan konten oleh humas telah memenuhi tahapan awal dalam menarik perhatian (attention) dan membangun ketertarikan (interest) publik. Pemanfaatan reels dan stories misalnya, terbukti mampu menarik perhatian audiens lebih efektif dibandingkan konten statis. Selain itu, interaksi dengan publik melalui komentar dan direct message mencerminkan adanya proses komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan audiens.

Dari sisi komunikasi pemerintahan, hasil penelitian ini menunjukkan pergeseran pola komunikasi dari yang semula satu arah (top-down) menjadi komunikasi partisipatif. Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan institusi, tetapi juga sebagai fasilitator dialog dengan publik. Hal ini mendukung teori komunikasi publik modern yang menekankan pentingnya partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi kelembagaan.

Namun demikian, tantangan seperti keterbatasan SDM dan infrastruktur membuktikan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada media sosial itu sendiri, tetapi juga pada kesiapan organisasi dalam mengelola konten secara berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi penguatan kapasitas SDM di bidang desain dan teknologi, serta peningkatan dukungan infrastruktur, menjadi prasyarat penting untuk memaksimalkan pemanfaatan Instagram sebagai sarana informasi publik.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi media strategis bagi Humas PusjarSKTasnas LAN-RI Jatinangor dalam menjalankan fungsi komunikasi publik di era digital. Melalui strategi pengelolaan konten yang konsisten, variasi format unggahan (feed, stories, reels), serta penyajian visual yang sederhana namun menarik, lembaga berhasil memanfaatkan Instagram sebagai sarana informasi publik yang efektif. Hal ini memperkuat posisi Instagram bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi kelembagaan yang mampu menjangkau audiens lebih luas dan beragam.

Dari aspek interaksi publik, penelitian ini menemukan adanya pergeseran pola komunikasi dari satu arah menjadi partisipatif. Balasan komentar, pesan langsung, hingga penggunaan fitur interaktif dalam stories menjadi bukti bahwa humas tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membuka ruang dialog dengan masyarakat. Temuan ini menegaskan relevansi teori New Media dan model AISAS dalam praktik komunikasi digital pemerintah, di mana interaktivitas dan keterlibatan publik menjadi kunci keberhasilan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan. Keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang desain dan editing, serta kendala teknis seperti akses jaringan internet, menjadi hambatan yang mengurangi efektivitas publikasi. Tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan

oleh pemilihan platform, tetapi juga oleh kesiapan organisasi, kapasitas SDM, dan dukungan infrastruktur.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi digital pemerintahan dengan menekankan peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi publik. Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi humas lembaga pemerintah lain agar dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan transparansi, partisipasi, dan kepercayaan publik.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah informan yang terbatas dan fokus pada satu lembaga tertentu, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh instansi pemerintah. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pada aspek strategi komunikasi dan interaksi publik, tanpa menilai secara mendalam efektivitas jangka panjang dalam perubahan perilaku audiens.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas objek kajian dengan melibatkan lebih banyak lembaga pemerintah, serta menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif. Selain itu, penelitian longitudinal diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang pemanfaatan Instagram terhadap kualitas komunikasi publik dan citra kelembagaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber, dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Arifin, A. (2017). *Komunikasi publik: Konsep dan aplikasi*. Graha Ilmu.
- Broom, G. M. (2008). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. Pearson.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Bungin, B. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam kontemporer*. RajaGrafindo Persada.
- Ikhasnto, R. (2023). Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemerintah dalam melakukan prosedur dan edukasi kepada masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik praktis riset komunikasi (Cet. 6)*. Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2014). *Public relations dan komunikasi korporat: Strategi membangun dan mengelola reputasi perusahaan*. Kencana.
- Liliweri, A. (2020). *Komunikasi publik: Mengembangkan strategi dan praktik komunikasi untuk kepentingan publik*. Rosda.
- 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>
- McQuail, D. (2011). *Mass communication theory (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Mondry, M. S. (2008). *Pemahaman teori dan praktik jurnalistik*. Ghalia Komunika.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Prasasti, & I. (2005). *Media dalam proses komunikasi*. Pustaka Komunika.
- Pratiwi, R. (2021). Komunikasi digital pada sektor publik masih terpusat pada efektivitas kampanye layanan publik. *Jurnal Komunikasi Digital*.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*.

- RajaGrafindo Persada.
- Satori, K. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.
- Susanti, E. (2015). Media dan media baru. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syahadatina, V. D. (2018). Bias perempuan dalam postingan akun Instagram (Analisis semiotik pada akun Indozonelife). *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*.
- Ulfa, N. F. (2019). Dampak penggunaan Instagram terhadap gaya hidup remaja. Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 8(1), 1–76.
- Zumrotus, S. (2018). Metode penelitian kualitatif dalam ilmu sosial. STIA Barunawati.