

Strategi Kehumasan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Sebagai Pilar Keterbukaan Publik Melalui Instagram @kkpgoid

*Public Relations Strategy of the Ministry of Marine Affairs and
Fisheries of the Republic of Indonesia as a Pillar of Public
Transparency through Instagram @kkpgoid*

Aulia Herlita¹

Amiruddin Saleh²

Program Studi Komunikasi Digital dan Media¹

Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia²

Sekolah Vokasi, IPB University¹

Lembaga Kepemimpinan dan Pendidikan Eksekutif, IPB University²

Jl. Kumbang No.14, Kota Bogor, 16128, Indonesia¹

Jl. Raya Padajaran, Kota Bogor, 16153, Indonesia²

herlitaaulia14@gmail.com

Dikirim:21 November 2025, Direvisi: 8 Desember 2025, Diterima:16 Desember 2025, Terbit: 18 Desember 2025. Sitasi: Herlita, Aulia, dkk (2025), Strategi Kehumasan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Sebagai Pilar Keterbukaan Publik Melalui Instagram @kkpgoid. Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi, 11 (2), 444-472.

Abstract

This study was prompted by the increasing demand for transparency and public participation in the digital age, which has encouraged government agencies to optimize social media as a means of two-way communication. This study aims to analyze the communication strategies implemented by the Public Relations of the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries of the Republic of Indonesia (KKP RI) in optimizing Instagram @kkpgoid to improve public information transparency, and the challenges faced in managing Instagram as a medium for conveying public information transparently. The research method used is descriptive qualitative through direct observation of the Instagram account @kkpgoid, active participation, literature study, and interviews with KKP RI public relations staff. The results of the

study show that KKP RI Public Relations implements informative, participatory, and persuasive strategies by utilizing educational visual content, interactive features, and visual narratives. The main challenges identified include limited human resources, suboptimal coordination between units, and the dynamics of social media algorithms. This study recommends the development of an integrated content management system (CMS), capacity building for public relations staff through continuous digital training, the use of social media data analysis as a basis for communication strategy planning, and the strengthening of coordination mechanisms between units to ensure a faster and more effective.

Keywords: *Communication Strategy, Instagram, KKP, Public Relations, Public Transparency*

Abstraksi

Penelitian ini didorong oleh meningkatnya permintaan akan transparansi dan partisipasi publik di era digital, yang telah mendorong lembaga pemerintah untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (KKP RI) dalam mengoptimalkan Instagram @kkpgoid untuk meningkatkan transparansi informasi publik, dan tantangan yang dihadapi dalam mengelola Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi publik secara transparan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi langsung akun Instagram @kkpgoid, partisipasi aktif, studi literatur, dan wawancara dengan staf Humas KKP RI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas KKP RI menerapkan strategi informatif, partisipatif, dan persuasif dengan memanfaatkan konten visual edukatif, fitur interaktif, dan narasi visual. Tantangan utama yang diidentifikasi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, koordinasi yang kurang optimal antar unit, dan dinamika algoritma media sosial. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan sistem manajemen konten terintegrasi (CMS), peningkatan kapasitas staf Humas melalui pelatihan digital berkelanjutan, penggunaan

analisis data media sosial sebagai dasar perencanaan strategi komunikasi, dan penguatan mekanisme koordinasi antar unit untuk memastikan komunikasi yang lebih cepat dan efektif.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Instagram, KKP, strategi komunikasi, transparansi public

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat menjadikan kebutuhan akan transparansi dan keterbukaan publik semakin penting, terutama bagi institusi pemerintahan. Kementerian Kelautan dan Perikanan RI sebagai lembaga negara yang berperan strategis dalam mengelola, mengawasi, serta mengembangkan potensi kelautan dan perikanan nasional, dituntut untuk lebih proaktif dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat. Humas KKP RI memegang peranan penting sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan publik. Kehumasan yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan, kredibilitas, partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya kelautan dan perikanan secara berkelanjutan. Peran media sosial, khususnya Instagram, sangat strategis dalam memperkuat sistem kehumasan KKP RI. Platform ini menjadi jembatan komunikasi dengan masyarakat sekaligus sarana membangun kepercayaan dan kredibilitas publik, bukan sekedar penyebaran informasi. Menurut Agusalim, pelatihan komunikasi yang efektif dapat meningkatkan keterampilan komunikasi, terutama dalam konteks negosiasi yang penting dalam

menyelesaikan konflik dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. (Agusalim, 2024)

Instagram memungkinkan KKP RI untuk memperkuat citra dan transparansi lembaga melalui tampilan visual yang jelas dan mudah diakses, serta menjadikan platform tersebut sebagai ruang untuk memperlihatkan sisi positif dari kegiatan dan program KKP RI yang terkadang kurang terekspos oleh media *mainstream*. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh lembaga pemerintah terbukti efektif dalam meningkatkan keterbukaan dan partisipasi publik. (Firmana & Subekti, 2024) menjelaskan bagaimana akun Instagram @humas_jabar berfungsi sebagai sumber informasi publik yang dikelola secara strategis, dengan konten visual dan interaktif yang berhasil menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda. Senada dengan itu, (Ikhsanto & Rahmawati, 2024) menegaskan bahwa Instagram tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media dialogis dan partisipatif yang memungkinkan interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat, sehingga transparansi dan kedekatan dengan publik semakin meningkat.

Terdapat kesenjangan penelitian yang belum terjawab secara spesifik dalam kajian sebelumnya. Penelitian (Firmana & Subekti, 2024) serta (Ikhsanto & Rahmawati, 2024) menunjukkan bahwa Instagram efektif sebagai sarana komunikasi pemerintah, namun keduanya hanya menyoroti aspek fungsi dan efektivitas secara umum. Belum ada penelitian yang menjelaskan secara mendalam

bagaimana strategi komunikasi pemerintah dirancang, dijalankan, serta diintegrasikan dengan proses perencanaan konten dan mekanisme koordinasi internal lembaga. Selain itu, belum ada kajian yang meneliti secara khusus pengelolaan Instagram @kkpgoid sebagai kanal resmi KKP RI, termasuk bagaimana tantangan operasional, proses verifikasi pesan, dan hambatan lintas unit mempengaruhi transparansi informasi publik. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi gap tersebut dengan menganalisis strategi komunikasi Humas KKP RI secara menyeluruh mulai dari perencanaan konten, implementasi, hingga evaluasi digital serta mengidentifikasi tantangan yang memengaruhi efektivitas komunikasi publik melalui Instagram.

Selain itu, publik juga menuntut adanya ruang partisipasi untuk menyampaikan aspirasi serta memahami kebijakan yang ditetapkan, sejalan dengan prinsip *good governance* yang menekankan keterbukaan, partisipasi, dan akuntabilitas. Oleh karena itu, penguatan sistem kehumasan KKP RI menjadi hal mendesak untuk memenuhi kebutuhan komunikasi publik sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah di bidang kelautan dan perikanan.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada efektivitas Instagram sebagai media informasi pemerintah secara umum. Sementara penelitian ini memposisikan diri pada kajian komunikasi pemerintah yang menekankan aspek proses internal, seperti mekanisme koordinasi lintas unit,

perencanaan konten, dan verifikasi pesan yang belum dibahas dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini berada pada posisi baru dalam peta kajian, yaitu analisis strategis komunikasi digital pemerintah berbasis proses manajerial dan operasional.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa pemetaan strategi komunikasi pemerintah yang terintegrasi pada level operasional dan manajerial, serta mengisi kekosongan kajian yang belum menyoroti proses internal pengelolaan Instagram @kkpgoid sebagai kanal transparansi publik.

II. KAJIAN TEORI

Perkembangan teori Public Relations digital menunjukkan pergeseran besar dalam praktik komunikasi pemerintah. Menurut (Macnamara, 2020), PR digital berfokus pada prinsip transparansi, keterlibatan publik, dan pengambilan keputusan berbasis data. Perubahan ini menegaskan bahwa pemerintah tidak lagi sekadar menyebarkan informasi, tetapi harus membuka ruang dialog, merespons isu secara cepat, serta memahami kebutuhan audiens digital. Sejalan dengan itu, (Bertot et al., 2020) menjelaskan bahwa komunikasi pemerintah di media sosial berperan dalam memperkuat kepercayaan publik melalui fungsi informasional, partisipatif, dan kolaboratif. Media sosial seperti Instagram menjadi alat penting untuk mempermudah publik memahami

kebijakan sekaligus memberikan akses interaksi langsung dengan instansi pemerintah.

Konsep komunikasi dua arah juga mengalami perkembangan. (Valentini, 2021) memperkenalkan konsep *digital dialogic communication* yang menekankan interaksi real-time, keterlibatan aktif audiens, dan mekanisme umpan balik cepat dalam ruang digital. Pendekatan ini memperkuat gagasan bahwa keberhasilan komunikasi pemerintah bergantung pada sejauh mana masyarakat dilibatkan melalui fitur interaktif seperti komentar, polling, dan sesi siaran langsung.

Konteks strategi, penelitian terbaru yang dilakukan (Johnston & Taylor, 2022) mengelompokkan strategi komunikasi pemerintah di media sosial ke dalam tiga kategori utama, yakni strategi informatif, partisipatif, dan persuasif. Ketiga strategi ini dipandang efektif karena mampu menggabungkan edukasi publik, interaksi dua arah, serta pembentukan citra lembaga secara visual dan naratif.

Di sisi internal organisasi, teori *content governance* menjadi salah satu aspek penting dalam lima tahun terakhir. (Ocampo & Chen, 2023) menekankan bahwa organisasi publik membutuhkan mekanisme tata kelola konten yang sistematis untuk memastikan konsistensi pesan, validasi informasi, serta proses persetujuan yang jelas sebelum konten dipublikasikan. Mekanisme ini sangat relevan bagi instansi pemerintah yang harus menjaga akurasi

informasi sekaligus kecepatan respons terhadap isu publik yang berkembang.

Selain itu, dinamika media sosial menuntut pemerintah memahami teori komunikasi krisis digital. (Eriksson, 2020) menyatakan bahwa krisis di ruang digital memiliki kecepatan eskalasi tinggi, sehingga organisasi harus mampu memberikan klarifikasi secara cepat, akurat, dan strategis untuk mencegah misinformasi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan Humas pemerintah untuk menavigasi perubahan algoritma, penyebaran isu liar, dan meningkatnya tuntutan publik terhadap keterbukaan informasi.

Akhirnya, proses evaluasi performa konten menjadi bagian penting dari strategi komunikasi modern. Menurut (Alalwan et al., n.d.), evaluasi berbasis data meliputi jangkauan, impresi, dan engagement rate berperan dalam menentukan strategi konten berikutnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi pemerintah tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh analisis data insight yang berkelanjutan. Dengan demikian, teori-teori PR digital terbaru ini menjadi landasan konseptual yang relevan dalam menganalisis strategi komunikasi Humas KKP RI di Instagram.

Meskipun penelitian ini menggunakan perspektif PR digital modern, prinsip dasar model komunikasi dua arah (Grunig & Hunt, 1984) tetap menjadi fondasi dalam melihat proses interaksi Humas KKP RI dengan publik.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu

Lokasi pengambilan data penelitian dilaksanakan di Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia untuk waktu pengumpulan data selama dua bulan, yaitu 1 September sampai dengan 3 November 2025.

B. Kriteria Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih satu informan kunci (*key informant*) yang memiliki kewenangan langsung dalam pengelolaan akun Instagram @kkpgoid. Informan ini dipilih Staf Humas KKP RI yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram @kkpgoid.

1. Berperan sebagai pengelola utama media sosial KKP RI.
2. Memahami proses perencanaan konten, verifikasi informasi, dan koordinasi lintas unit.
3. Memiliki pengalaman lebih dari satu tahun di bidang kehumasan digital KKP RI.

Meskipun jumlah informan hanya satu orang, keabsahan data tetap terjaga melalui triangulasi data berupa observasi langsung, analisis konten Instagram, serta studi dokumentasi dari Humas KKP RI.

C. Data dan Instrumen

Data yang diperlukan dalam proses pembuatan penelitian ini yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Menurut Lukas *et Al.* (2020:12). Data primer ini diperoleh dengan mengikuti secara langsung kegiatan Humas di KKP RI dan melakukan observasi secara langsung melalui akun Instagram KKP RI.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau diperoleh dari hasil studi pustaka. Menurut (Sari & Zefri, 2019), Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung seperti melalui jurnal, buku, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan KKP RI.

D. Teknik Pengumpulan Data

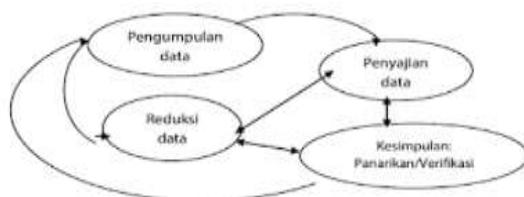
Proses pengumpulan data dalam menyelesaikan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis interaktif (Miles & Huberman, 2014) yang terdiri dari proses (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan secara simultan.

Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber (informan, dokumen, dan konten media sosial), triangulasi metode (wawancara, observasi, dan dokumentasi), serta triangulasi waktu dengan melakukan pengecekan data secara berulang selama periode observasi.

Melalui proses tersebut, data penelitian kemudian dikategorikan, dianalisis, dan diinterpretasikan untuk melihat pola, hubungan antar temuan, serta implikasinya terhadap strategi komunikasi digital Humas KKP RI melalui Instagram @kkpgoid.

Gambar 1. Model Analisis Interaktif oleh Miles *et Al.*

Sumber : Dewanto dan Santoso (2025)



Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi konten Instagram, dan matriks analisis dokumen. Pedoman wawancara mencakup indikator seperti proses perencanaan konten, mekanisme verifikasi, strategi komunikasi, serta kendala operasional. Lembar observasi digunakan untuk mencatat jenis konten, format visual, interaksi publik, dan frekuensi unggahan. Matriks analisis dokumen digunakan untuk menilai rubrikasi konten, SOP kehumasan, dan laporan insight media sosial.

Secara garis besar, hasil penelitian dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu (1) strategi komunikasi yang diterapkan Humas KKP RI, dan (2) tantangan dalam pengelolaan media sosial pemerintah. Masing-masing kategori dianalisis secara mendalam dengan menghubungkan data lapangan, teori, serta penelitian terdahulu untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif.

IV. PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Humas KKP RI melalui Instagram

Berdasarkan hasil observasi konten, wawancara dengan informan kunci, serta dokumentasi berupa rubrikasi content planning, ditemukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Humas KKP RI melalui Instagram dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok besar, yaitu strategi informatif, strategi partisipatif, dan strategi persuasif. Pembagian kategori ini tidak hanya menggambarkan jenis konten yang diproduksi, tetapi juga memperlihatkan peran Instagram sebagai media komunikasi publik yang melibatkan unsur edukasi, interaksi, dan pembentukan citra.

A.1. Strategi Informatif: Penyederhanaan Pesan Kebijakan Berbasis Visual

Strategi informatif terlihat dari pola penggunaan konten edukatif seperti infografis, video ringkas, dan reels bertema kebijakan. Berdasarkan dokumentasi, Humas KKP RI secara konsisten mengolah informasi teknis dari unit teknis menjadi format visual yang sederhana dan mudah dipahami publik.

Tabel 1. *Rubrikasi Content Planning* Humas KKP RI

Sumber: Humas KKP RI, 2025

EDITORIAL PLAN (@knmp_indonesia)

<i>Berdayakan Pesisir Untuk Indonesia Raya</i> <i>#KNMP #KampungNelayanMerahPutih #KisahKNMP</i>		
Rubrikasi	<i>September</i>	
	<i>W1 / W2</i>	<i>W3/ W4</i>
<i>Suara Nelayan #KisahKNMP</i>	<i>VoxPop "Apa Kata Mereka" by Nelayan Batam</i>	
<i>Progres Pembangunan KNMP</i>		<i>Infografis : Update pembangunan fasilitas kampung nelayan</i>
<i>Tahu kah kamu?</i>	<i>FEED-Carousel Kenalan dengan KNMP</i> - Slide 1: Logo + tagline → “Berdayakan Pesisir untuk Indonesia Raya”. - Slide 2: Foto suasana kampung nelayan (anak-anak main di pantai, nelayan berangkat melaut). - Slide 3: Fakta singkat: 65 lokasi kampung, dari Sabang sampai Merauke. - Slide 4: Ajakan follow akun.	

Proses ini tidak bersifat spontan, melainkan melalui alur kerja yang sistematis sebagaimana dijelaskan informan:

“Kami punya kalender konten bulanan yang menentukan topik, jadwal unggahan, sampai formatnya. Semua materi

harus diverifikasi pejabat terkait sebelum dipublikasikan.”

(ND, Pranata HAP, P).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi informatif tidak sebatas memilih format konten yang menarik, tetapi juga memastikan kesesuaian isi dengan kebijakan resmi lembaga. Hal ini sejalan dengan (Fitri & Muhtadi, 2022) yang menegaskan bahwa kredibilitas sumber dan akurasi pesan merupakan elemen mendasar dalam komunikasi pemerintah.

Observasi terhadap konten menunjukkan bahwa Humas KKP RI menggunakan pendekatan *data-driven communication*, dimana pesan disusun berdasarkan isu yang sedang berkembang, kebutuhan publik, serta performa konten pada periode sebelumnya.

Strategi informatif yang dilakukan Humas KKP RI efektif karena mampu menjembatani kesenjangan informasi antara unit teknis dan publik. Informasi kebijakan KKP umumnya bersifat teknis, kompleks, dan menggunakan bahasa birokratis. Penyederhanakan pesan melalui infografis, video pendek, dan visual edukatif, Humas dapat menerjemahkan kebijakan menjadi format yang mudah dipahami publik. Inilah alasan mengapa strategi informatif berhasil meningkatkan keterbacaan dan keterjangkauan pesan.

Dari sisi mekanisme, efektivitas strategi ini terwujud melalui alur kerja yang sistematis, seperti perencanaan konten bulanan, verifikasi berlapis, serta pemanfaatan insight media sosial untuk

menentukan format unggahan. Proses ini sejalan dengan konsep *data-driven communication* yang memungkinkan konten disesuaikan dengan isu aktual dan kebutuhan publik. Dengan demikian, strategi informatif tidak bekerja secara spontan, tetapi dihasilkan melalui *workflow* yang terstruktur sehingga memastikan konten konsisten, akurat, dan relevan.

A.2. Strategi Partisipatif: Membangun Dialog melalui Fitur Interaktif

Kategori kedua adalah strategi partisipatif, yaitu upaya Humas KKP RI melibatkan publik melalui fitur interaktif Instagram. Bentuk partisipasi yang ditemukan meliputi:

- penggunaan *question box* pada *stories*,
- menyelenggarakan sesi *live streaming*,
- merespons komentar masyarakat,
- membuat *polling* berkaitan dengan isu maritim.

Dalam wawancara, informan menegaskan bahwa indikator keberhasilan komunikasi bukan hanya jumlah pengikut, tetapi tingkat interaksi:

“Kami tidak hanya melihat jumlah pengikut, tapi bagaimana orang berinteraksi dengan konten kami. Kalau banyak komentar positif atau dibagikan ulang, artinya pesan kami sampai ke publik.” (ND, Pranata HAP, P).

Hal ini mencerminkan bahwa Humas KKP RI mengadopsi model komunikasi dua arah yang menekankan *public engagement*.

Strategi tersebut relevan dengan konsep komunikasi dialogis yang dijelaskan Kohar et al. (2025) mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana mempercepat respon publik dan membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan masyarakat.

Analisis data juga menunjukkan bahwa strategi partisipatif memberikan dampak signifikan pada peningkatan engagement rate, khususnya pada konten Q&A dan konten video edukatif.

Strategi partisipatif efektif karena memberikan ruang dialog yang selama ini kurang tersedia dalam komunikasi pemerintah tradisional. Publik kini menuntut akses interaksi dua arah, tidak hanya menerima informasi satu arah. Instagram menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan terjadi percakapan langsung seperti komentar, Q&A, polling, dan live session. Hal ini menjelaskan mengapa strategi partisipatif mampu meningkatkan engagement publik.

Cara kerja strategi ini terlihat dari implementasi fitur dialogis secara konsisten. Respons cepat terhadap komentar, pemilihan isu yang dekat dengan kebutuhan publik, serta pembuatan konten interaktif memungkinkan publik merasa “didengar”. Mekanisme ini selaras dengan teori *digital dialogic communication* (Valentini, 2021) yang menekankan bahwa interaksi real-time membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, strategi partisipatif bekerja melalui interaksi langsung yang memicu kepercayaan dan partisipasi publik.

A.3. Strategi Persuasif: Penguatan Citra melalui Visual Storytelling

Strategi persuasif terlihat dari penggunaan *visual storytelling*, yaitu penyampaian pesan kebijakan melalui narasi visual yang memiliki alur, emosi, dan pesan persuasif. Observasi terhadap beberapa cuplikan video menunjukkan bahwa konten dirancang untuk menampilkan sisi positif program KKP RI, capaian lembaga, serta nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan kepada publik.

Gambar 2. Cuplikan Video Visual *Storytelling KKP RI*

Sumber: Humas KKP RI, 2025



Informan menjelaskan bahwa narasi visual dipilih karena karakteristik audiens Instagram yang cenderung menyukai informasi ringkas dan menarik secara visual. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Firmana & Subekti, 2024) yang menyatakan bahwa konten visual dapat meningkatkan engagement sekaligus memperkuat citra lembaga pemerintah di ruang digital.

Dari sisi analitis, strategi persuasif berfungsi memperkuat pesan inti organisasi, membangun kepercayaan publik, serta meningkatkan persepsi positif terhadap kinerja pemerintah. Dengan demikian, Instagram tidak hanya digunakan sebagai media

penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan citra kelembagaan.

Strategi ini menyesuaikan dengan karakteristik audiens utama Instagram, yaitu masyarakat muda berusia produktif yang lebih menyukai informasi ringan namun bernilai edukatif. Menurut Firmana dan Subekti (2024:266) pendekatan visual dalam komunikasi pemerintah terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement* serta memperkuat citra positif lembaga di ruang digital.

Strategi berikutnya adalah penguatan kredibilitas informasi melalui proses verifikasi yang ketat sebelum publikasi. Semua materi harus mendapatkan persetujuan dari pejabat terkait agar informasi yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga valid dan sesuai dengan kebijakan resmi KKP RI.

Proses ini sesuai dengan pandangan (Firmana & Subekti, 2024) bahwa kredibilitas sumber dan konsistensi pesan menjadi elemen penting dalam membentuk opini publik yang positif. Segi evaluasi, KKP RI menerapkan sistem monitoring digital dengan memantau *insight* Instagram, seperti jumlah tayangan, interaksi, dan *engagement rate*.

Gambar 3. Cuplikan Data Analitik Media Sosial KKP RI

Sumber: Humas KKP RI, 2025



Hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan strategi komunikasi di periode berikutnya. Secara keseluruhan, strategi komunikasi Humas KKP RI melalui Instagram dapat dirumuskan ke dalam tiga pendekatan utama, yaitu:

1. Strategi informatif, menyampaikan kebijakan, program, dan capaian KKP RI dengan bahasa sederhana dan visual menarik.
2. Strategi partisipatif, membuka ruang dialog publik melalui fitur interaktif dan kampanye kolaboratif.
3. Strategi persuasif, membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah melalui narasi yang konsisten dan humanis.

Kombinasi ketiga strategi tersebut, Humas KKP RI berhasil mengoptimalkan Instagram sebagai medium komunikasi publik yang tidak hanya menyebarluaskan informasi, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang transparan dan responsif di sektor kelautan dan perikanan.

Strategi persuasif efektif karena publik cenderung lebih mudah menerima pesan yang dikemas dalam narasi visual

dibandingkan pesan tekstual. Audiens Instagram didominasi generasi muda yang lebih responsif terhadap konten singkat, menarik, dan emosional. Inilah alasan strategi persuasif relevan bagi lembaga pemerintah: narasi visual mampu membangun citra positif sekaligus meningkatkan hubungan emosional antara publik dan institusi.

Dari sisi mekanisme, strategi ini bekerja melalui kombinasi antara storytelling, desain visual, dan penentuan alur narasi yang menonjolkan sisi positif program. Konten dirancang agar memuat pesan inti kelembagaan, menunjukkan keberhasilan, dan menghadirkan figur atau aktivitas yang dekat dengan publik. Integrasi unsur humanis ini secara langsung memperkuat persepsi publik terhadap kinerja KKP RI. Dengan demikian, storytelling bekerja sebagai alat pembentuk citra dan penguat kredibilitas Lembaga.

B. Tantangan dan Kendala Pengelolaan Media Sosial

Selain strategi, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi Humas KKP RI dalam mengelola Instagram sebagai media komunikasi publik. Hasil analisis menunjukkan adanya dua kategori besar tantangan, yaitu tantangan internal dan tantangan eksternal.

B.1. Tantangan Internal: SDM Terbatas dan Koordinasi Lintas Unit

Temuan lapangan menunjukkan bahwa tim pengelola media sosial KKP RI berjumlah terbatas, sementara tuntutan publikasi konten semakin meningkat. Informan menyatakan:

“Tim kami tidak besar, padahal setiap hari ada tuntutan untuk membuat konten baru, menjawab komentar, dan memantau tanggapan publik.” (ND, Pranata HAP, P).

Keterbatasan ini berdampak pada beban kerja yang tidak seimbang, keterlambatan produksi konten, dan potensi kelelahan kerja. Kondisi ini juga memperlihatkan adanya kesenjangan antara kebutuhan organisasi dengan kapasitas yang tersedia.

Secara teoretis, temuan ini mendukung gagasan (Miles & Huberman, 2014) bahwa faktor internal organisasi sangat menentukan efektivitas proses komunikasi dan kualitas implementasi strategi.

Koordinasi antar unit teknis menjadi tantangan signifikan karena setiap informasi harus melalui verifikasi berlapis. Proses ini memakan waktu dan sering menyebabkan keterlambatan publikasi informasi aktual, terutama yang bersifat sensitif.

Pendalaman data menunjukkan bahwa tantangan ini bersifat struktural dan langsung memengaruhi kecepatan Humas dalam merespons isu publik. Hal ini sejalan dengan (Fitri & Muhtadi, 2022) yang menemukan bahwa birokrasi internal menjadi hambatan utama dalam manajemen Humas pemerintah.

Keterbatasan SDM menjadi tantangan utama karena beban kerja produksi konten, interaksi publik, monitoring, dan

verifikasi tidak sebanding dengan jumlah personel. Humas KKP RI memiliki agenda publikasi harian, namun tim yang terbatas mengakibatkan beban kerja tinggi dan potensi keterlambatan produksi konten. Inilah mengapa tantangan internal sangat berpengaruh terhadap efektivitas strategi komunikasi.

Dari sisi mekanisme bagaimana keterbatasan ini diperparah oleh struktur birokrasi verifikasi yang berlapis. Setiap konten harus melewati tahapan approval pejabat teknis dan pimpinan, sehingga proses publikasi menjadi lebih panjang. Ketika isu publik berkembang cepat, keterlambatan verifikasi menyebabkan Humas tidak dapat memberikan klarifikasi tepat waktu. Hambatan ini menunjukkan bahwa birokrasi internal berdampak langsung pada performa komunikasi digital.

B.2. Tantangan Eksternal: Dinamika Algoritma dan Tuntutan Transparansi

Perubahan algoritma Instagram mengharuskan Humas untuk terus beradaptasi dengan jenis konten yang relevan, frekuensi unggahan, serta strategi penyebaran pesan. Hal ini memengaruhi jangkauan konten dan efektivitas komunikasi digital.

Masyarakat kini menuntut informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses. KKP RI menghadapi ekspektasi publik untuk memberikan penjelasan rinci mengenai kebijakan dan capaian lembaga. Temuan ini mendukung konsep *digital accountability*

(Ikhsanto & Rahmawati, 2024) yang menuntut pemerintah untuk responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat.

Selain itu, tantangan lain berasal dari proses koordinasi lintas unit di dalam kementerian. Setiap informasi yang akan dipublikasikan harus melalui tahap verifikasi dan persetujuan pejabat terkait, sehingga proses publikasi sering kali memerlukan waktu lebih lama. Kondisi ini dapat menimbulkan keterlambatan dalam penyampaian informasi, terutama pada isu yang bersifat aktual dan membutuhkan respons cepat.

“Salah satu tantangan terbesar bagi kami adalah memastikan setiap informasi dapat disajikan secara cepat, akurat, dan selaras antarunit, sehingga kebutuhan publik terhadap informasi yang transparan dapat terpenuhi”. (ND, Pranata HAP, P).

Secara keseluruhan, tantangan dan kendala tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis publikasi, tetapi juga dengan aspek strategis seperti koordinasi lintas unit, dan pengelolaan waktu.

Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, optimalisasi perencanaan konten, serta penguatan mekanisme monitoring digital agar Humas KKP RI dapat terus menjaga efektivitas komunikasi publik melalui Instagram @kkpgoid secara profesional dan berkelanjutan.

Perubahan algoritma Instagram menjadi tantangan eksternal karena algoritma menentukan visibilitas konten, sehingga pesan pemerintah dapat tidak menjangkau publik meskipun kontennya informatif. Inilah mengapa dinamika algoritma mempengaruhi efektivitas komunikasi pemerintah.

Cara tantangan ini memengaruhi kinerja bagaimana dapat dilihat dari perubahan tren konten yang disukai platform, penurunan reach ketika algoritma berubah, serta kebutuhan untuk memproduksi konten yang sesuai pola algoritmik. Selain itu, meningkatnya tuntutan transparansi dari masyarakat membuat Humas harus menyampaikan informasi lebih cepat dan lebih detail. Ketika publik membutuhkan klarifikasi instan tetapi konten harus melalui proses birokrasi, terjadi kesenjangan respons yang dapat menurunkan kepercayaan publik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil menganalisis kehumasan di Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia adalah sebagai berikut:

Strategi komunikasi yang ditetapkan meliputi strategi informatif, partisipatif, dan persuasif melalui penyajian konten visual yang edukatif, kredibel, serta konsisten dengan identitas kelembagaan. Humas KKP RI berhasil membangun citra positif lembaga dan meningkatkan interaksi publik melalui pengelolaan

konten yang menarik dan berbasis data (*data driven communication*).

Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, koordinasi lintas unit yang belum optimal. Diperlukan penguatan kapasitas SDM kehumasan, pengembangan sistem manajemen konten terpadu (*content management system*), serta mekanisme komunikasi lintas unit yang lebih efektif dan terukur.

B. Saran

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Kementerian Kelautan dan Perikanan RI adalah:

1. Mengembangkan sistem manajemen konten terpadu (CMS) yang mempercepat proses verifikasi dan publikasi informasi antar unit kerja tanpa mengurangi akurasi pesan
2. Memanfaatkan analisis data media sosial (*insight analytics*) untuk merancang strategi komunikasi berbasis data yang lebih tepat sasaran sesuai kebutuhan publik.
3. Memperkuat komunikasi partisipatif dan kolaboratif dengan membuka ruang dialog publik yang lebih luas melalui fitur interaktif seperti *live session*, *Q&A*, dan kampanye kolaboratif dengan komunitas maritim.
4. Meningkatkan kapasitas SDM kehumasan melalui pelatihan komunikasi digital, manajemen konten, serta analisis data media sosial

5. Membangun mekanisme koordinasi lintas unit yang efektif dan terstruktur melalui pembentukan sistem komunikasi formal dan nonformal antarunit kerja. Humas pusat berperan sebagai *hub coordinator* yang mengoordinasikan setiap rencana publikasi dari unit teknis melalui forum koordinasi mingguan dan *dashboard monitoring*.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Agusalim, Lestari. 2024. “Pelatihan membangun komunikasi efektif untuk meningkatkan keterampilan bernegosiasi bagi pelaku hubungan industrial”, dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Volume I No 4, halaman 328-340.
- Alalwan, Ali, Abdallah., Rana, Nripendra, P., Dwivedi, Yogesh, Kumar., & Algharabat, Raed, Salah. “Social media marketing and engagement: A review and research agenda. dalam *International Journal of Information Management*, 66, 102552.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. 2020. Using social media to engage citizens: Government communication in the digital era. *Government Information Quarterly* Volume 37 No 3, halaman 101457.
- Dewanto, Berlian, Rahma., Santoso, Hudi. 2025. “Optimasi penggunaan kata kunci untuk meningkatkan relevansi konten artikel media online”, dalam *EduTIK: Jurnal pendidikan teknologi informasi dan komunikasi* Volume V No 4 halaman 866-876.
- Eriksson, M. 2020. Crisis communication in a digital world: New methods and challenges. *Journal of Contingencies and Crisis Management* Volume 28 No 3, halaman 435-447.
- Firmania, Vina, Salsabila., & Subekti, Priyo. 2024. ”Pemanfaatan media sosial instagram @humas_jabar sebagai sumber informasi masyarakat Jawa Barat”, dalam *Harmoni: Jurnal ilmu komunikasi dan sosial* Volume II No 3 halaman 262-272.
- Fitri, Farhan, Kurnia., & Muhtadi, Asep, Saeful. 2022. ”Manajemen humas pemerintah Kota Bekasi dalam mewujudkan program digital PR”, dalam *Reputation: Jurnal ilmu hubungan masyarakat* Volume VI No 4 halaman 443-462.

- Grunig, J. E., & Hunt, T. 1984. *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Ikhsanto, Fauzan, Nur., & Rahmawati, Dian, Eka. 2024. "Penggunaan instagram sebagai media komunikasi pemerintah dalam sosialisasi prosedur pembuatan paspor: Kantor imigrasi kelas 1 TPI Yogyakarta", dalam *NeoRespublica: Jurnal ilmu pemerintahan* Volume V No 2 halaman 545-561.
- Johnston, K. A., & Taylor, M. 2022. Social media strategy and public sector communication: A model for engagement. *Public Relations Review* Volume 48 No 1, halaman 102176
- Kohar, Abdul., Nurhaliza, Eva., Rahma, Siti, Ghina., Puspitasari, Yulia., & Ferdiana, Riska. 2025. "Strategi komunikasi digital dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah", dalam *Jurnal teknik informatika, sains dan ilmu komunikasi* Volume III No 2 halaman 90-98.
- Lukas, Kifli., Pasoreh, Yuriewaty., & Golung Anthonius, M. 2020. "Peranan komunikasi pemerintahan dalam membangun citra kepemimpinan di Desa Ponompiaan Kecamatan Dumoga Kabupaten Bolaang-Mongondow", dalam *Jurnal acta diurna komunikasi* Volume II No 1 halaman 1-15.
- Macnamara, J. 2020. The evolution of public relations: Digital communication, engagement, and data. *Public Relations Inquiry* Volume 9 No 2, halaman 113-132.
- Ocampo, L., & Chen, Z. 2023. Content governance in public organizations: A strategic framework for digital communication. *Journal of Public Affairs* Volume 23 No 4, e3021.
- Saputra, Andre, Defrian., & Rahmawati, Lilla. 2025. "Implementasi seo on-page pada artikel website skill academy untuk menempati halaman 1 google", dalam *Innovative: Journal of social science research* Volume V No 1 halaman 2957-2968.
- Sari, Meita, Sekar, & Zefri, Muhammad. 2019. "Pengaruh akuntabilitas, pengetahuan, dan pengalaman pegawai negeri sipil beserta kelompok masyarakat (Pokmas)

terhadap kualitas pengelola dana Kelurahan di lingkungan Kecamatan Langkapura”, dalam *Jurnal ekonomi* Volume XXI No 3 halaman 308-316.

Syarifudin, Rajwa, Shaliha, Permata., Dharmawan, Leonard. 2025. ”Efektivitas pemanfaatan instagram @kominfobogor sebagai media informasi untuk publik”, dalam *Jurnal sarjana ilmu komunikasi (j-sikom)* Volume VI No 1 halaman 87-101.

Valentini, C. 2021. Digital dialogic communication: Rethinking two-way communication in the social media era. *Journal of Communication Management* Volume 25 No 3, halaman 287–302.

BUKU

Miles M.B, Huberman A.M, Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage publications.