



RINGKASAN

© Hak Cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ANCHIA PUTRI SHAHANDRA. 2021. Strategi Humas dalam Pengelolaan Instagram sebagai Media Pelayanan Informasi Publik di Kemenko Kemaritiman dan Investasi RI. *Public Relations Strategy in Managing Instagram as a Public Information Service Media in the Coordinating Ministry for Maritime Affairs and Investment of the Republic of Indonesia.* Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh SISKA MULYAWATY

Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi merupakan Kementerian yang memiliki tugas dalam menyelenggarakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian urusan kementerian dalam penyelenggaraan pemerintahan dibidang kemaritiman dan investasi. Humas Kemenko Kemaritiman dan Investasi memiliki peran dalam menyampaikan informasi kepada publik terkait dengan kegiatan dan kebijakan yang dijalankan oleh Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi. Penyampaian informasi oleh Humas Kemenko Kemaritiman dan Investasi dilakukan melalui berbagai media, salah satunya yaitu media sosial Instagram. Instagram memberikan layanan berbagi informasi melalui foto atau gambar sehingga dibutuhkan strategi dalam pengelolaan untuk memproses pesan yang ditampilkan secara visual.

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah menjelaskan strategi Humas serta hambatan dalam pengelolaan Instagram sebagai media pelayanan informasi publik di Kemenko Kemaritiman dan Investasi. Pengumpulan data untuk melengkapi laporan akhir ini dilaksanakan pada saat praktik kerja lapangan (PKL) terhitung sejak 1 Maret 2021 hingga 1 Mei 2021. Data yang terkumpul dalam laporan akhir ini adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan, partisipasi langsung, wawancara, dan studi pustaka.

Penyampaian informasi melalui Instagram merupakan salah satu program yang dijalankan oleh Kemenko Kemaritiman dan Investasi, sehingga dibutuhkan strategi Humas dalam pengelolaannya. Strategi yang dilakukan yaitu strategi penemuan fakta, perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Strategi penemuan fakta yang dilakukan yaitu *media monitoring* dan peliputan. Strategi perencanaan yaitu merencanakan informasi yang akan disampaikan kepada publik dan merencanakan desain konten. Strategi aksi dan komunikasi yang dilakukan adalah pengunggahan konten. Strategi evaluasi terdiri atas penilaian terhadap pengelolaan Instagram mulai dari *engagement* hingga informasi yang disampaikan pada akun Instagram Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi.

Pengelolaan dan penyampaian informasi melalui akun Instagram Kemenko Kemaritiman dan Investasi tidak selamanya lancar. Tentu terdapat berbagai hambatan yaitu, hambatan teknis dan hambatan non teknis. Hambatan teknis yang dihadapi yaitu keterbatasan alat dan kapasitas penyimpanan komputer. Terjadinya kesalahpahaman dalam berkomunikasi, manajemen waktu yang kurang baik, dan lambatnya koordinasi merupakan hambatan non teknis yang dihadapi oleh Humas Kemenko Kemaritiman dan Investasi.

Kata Kunci: informasi publik, Instagram, Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi, media sosial, strategi Humas