



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini, teknologi terus berkembang pesat dan mengubah kondisi manusia dalam memenuhi kebutuhannya untuk mengakses informasi. Menurut Sujanto (2021:30) Teknologi komunikasi telah berkembang menjadi sebuah komunitas interaktif. Perkembangan dan pengaruh teknologi komunikasi ini tentu menjadi sebuah tantangan baru bagi Hubungan Masyarakat (Humas), tidak hanya dituntut menguasai teknologi, tapi juga bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mengelola informasi dan berkomunikasi dengan publik.

Setiap individu memiliki hak untuk memperoleh informasi, hal tersebut diatur dalam Undang-undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Dalam hal ini masyarakat memberikan haknya untuk diwakilkan kepada orang-orang pemerintahan agar bisa disuarakan dengan sebaiknya.

Penyampaian informasi pada suatu pemerintahan tidak terjadi begitu saja, divisi yang bertanggung jawab untuk mengelola dan menyampaikan informasi kepada khalayak biasanya dilakukan oleh Humas. Cara dan strategi yang tepat digunakan oleh Humas dalam menciptakan dan membangun hubungan yang baik dengan publik. Pada era sekarang ini dengan teknologi yang terus berkembang, Humas memanfaatkan media internet untuk menyampaikan suatu informasi kepada publiknya.

Publikasi hingga penyampaian informasi yang dilakukan melalui media internet merupakan kegiatan kehumasan *cyber public relations* (Sujanto 2021:211). Mayoritas pengguna media internet saat ini menggunakan media sosial, sehingga Humas harus dapat melakukan kegiatan kehumasan seperti menyampaikan suatu informasi kepada publik secara *online*.

Media sosial adalah platform berbasis internet yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial, yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial mengubah pola penyampaian informasi yang bersifat media monolog (satu ke banyak) menjadi *social media monologue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah 2016:13). Terdapat berbagai macam media sosial seperti Facebook, Youtube, Tiktok, dan Instagram.



Menurut Atmoko (2012:3) Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Media sosial seperti Instagram ini dapat diakses di mana saja dan kapan saja, baik menggunakan laptop maupun *mobile phone* yang terhubung dengan internet. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 73,7% dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna. Hasil survei tersebut menyebutkan platform media sosial favorit pengguna adalah Facebook, Twitter, dan Instagram.

Humas Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi menggunakan media sosial Instagram (@kemenkomarves) untuk menjangkau publiknya. Melalui Instagram tersebut Humas Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi dapat menyalurkan informasi kepada publik sekaligus memperkenalkan Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi serta beberapa kementerian teknis lainnya.

Akun Instagram @kemenkomarves memiliki 235.000 pengikut dengan jumlah 3.441 unggahan foto dan video per Juli 2021. Instagram Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi menyampaikan informasi seputar kebijakan dan kegiatan yang dilakukan oleh Menteri dan para Deputi Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi. Instagram tersebut juga menyampaikan fakta unik dan melakukan tanya jawab dengan publik melalui unggahan.

Humas Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi tentu melakukan berbagai strategi. Humas mulai dari penemuan fakta, perencanaan, aksi dan komunikasi, dan evaluasi (Cutlip *et al.* 2017: 321), sehingga tercapainya penemuan informasi kepada publik. Humas Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi harus dapat meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan Instagram agar tercapainya tujuan utama Humas dalam penggunaan Instagram.

Penggunaan Instagram juga dapat menambah peningkatan *engagement*. Instagram merupakan media sosial yang bersifat interaktif, publik dapat menyampaikan pendapat secara langsung baik melalui kolom komentar maupun pesan pribadi. Diperlukan interaksi secara langsung antara Humas Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi dengan publiknya sehingga *engagement* antara instansi dengan publik menjadi lebih tinggi.

Penyampaian informasi melalui Instagram pun tidak selamanya lancar, tentu banyak hambatan baik teknis maupun non teknis yang terjadi serta bagaimana cara tim mencari solusi untuk mengatasinya. Kerja sama, koordinasi, dan komunikasi yang baik merupakan kunci utama sehingga tercapainya tujuan utama Humas Kemenko Maritim dan Investasi. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka laporan akhir ini berjudul *Strategi Humas dalam Pengelolaan Instagram sebagai Media Pelayanan Informasi Publik di Kemenko Kemaritiman dan Investasi RI*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi Humas dalam pengelolaan Instagram sebagai media pelayanan informasi publik di Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi RI?
- 2) Apa hambatan dan solusi dari strategi Humas dalam pengelolaan Instagram sebagai media pelayanan informasi publik di Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi RI?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan strategi Humas dalam pengelolaan Instagram di Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi RI.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi strategi Humas dalam pengelolaan Instagram di Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi RI.

METODE

Lokasi dan Waktu PKL

Lokasi pengumpulan data untuk melengkapi laporan akhir ini dilaksanakan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang terletak di Gedung Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi Lt. 6, Jalan M.H. Thamrin No. 8, Menteng, Jakarta Pusat, 10340, DKI Jakarta, Indonesia. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia tepatnya di Biro Komunikasi bagian Hubungan Masyarakat mulai dari tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 1 Mei 2021 selama empat puluh hari kerja dengan menggunakan sistem *offline* dan *online*, lima hari masa kerja dan dua hari libur.

Data dan Instrumen

Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis yaitu data primer dan data sekunder sebagai sumber penguat dalam menyusun penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut :

- 1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapatkan langsung oleh pengumpul data (Sugiyono 2018:213). Data tersebut dikumpulkan dan didapatkan secara langsung dengan keterlibatan penulis dalam pengelolaan Instagram. Hasil dari keterlibatan tersebut, penulis dapat mengetahui beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam mengelola akun Instagram Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi RI. Penulis juga melakukan pengamatan secara langsung serta melakukan kegiatan wawancara terhadap pembimbing lapangan dan staf humas Kemenko Maritim sebagai penguat penulisan laporan akhir.