SKRIPSI

PENGELOLAAN KONTEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KEMENKUMKALBAR

Program Studi Ilmu Komunikasi
Kajian Hubungan Masyarakat

Oleh:

Siti Rohmah
E1101211022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

SKRIPSI

PENGELOLAAN KONTEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KEMENKUMKALBAR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Ilmu Komunikasi
Kajian Hubungan Masyarakat

Oleh:

Siti Rohmah
NIM. E1101211022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGELOLAAN KONTEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KEMENKUMKALBAR

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Siti Rohmah
NIM. E1101211022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Netty Herawati, M.Si
NIP. 196510291990022001

Tanggal 1 Juli 2025

Dosen Pembimbing Pendamping

Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos., M.Si
NIP. 198104232005012002

Tanggal 7 Juli 2025

HALAMAN PENGESAHAN

PENGELOLAAN KONTEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KEMENKUMKALBAR

Oleh:

Siti Rohmah

E1101211022

Dipertahankan di :

Pada Hari/Tanggal : Rabu/23 Juli 2025

Waktu : 13.00 - 15.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang R-2 FISIP UNTAN

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
Dr. Netty Herawati, M.Si	Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos., M.Si
NIP. 196510291990022001	NIP. 198104232005012002
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si	Dea Varanida, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 196209291989032001	NIP. 199108092019032012

Disahkan Oleh:

Dekan FISIP UNTAN

Dr. Herlan, S.Sos, M.Si

NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Skripsi ini beranjak dari permasalahan kurang optimalnya penyebaran konten edukasi pada akun Instagram @kemenkumkalbar milik Kementerian Hukum Kalimantan Barat (Kemenkum Kalbar). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan konten Instagram Kemenkum Kalbar dengan menggunakan *The Circular of SoMe* oleh Regina Luttrell, yang mencakup empat tahap yaitu: *share, optimize, menage, dan engage*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, *focus grup discussion*, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap *share*, Kemenkum Kalbar aktif membagikan informasi, namun kurangnya perencanaan strategis menyebabkan konten edukasi tidak tersebar secara optimal. Pada tahap *optimize*, Kemenkum Kalbar belum memanfaatkan *tools* analitik untuk memantau percakapan publik. Di tahap *manage*, *media monitoring* masih dilakukan secara manual, *quick response* belum maksimal karena beberapa komentar diabaikan, dan interaksi *real-time* terhambat karena keterbatasan SDM. Sementara itu pada tahap *engage*, penentuan influencer dan target audiens belum spesifik karena tidak menggunakan *social media tools*. Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan kepada tim humas Kemenkum Kalbar adalah agar menyusun rencana konten yang lebih sistematis dan responsif, memanfaatkan *social media tools* untuk mengoptimalkan analisis percakapan publik (*listen and learn*), beralih dari metode manual ke *digital media monitoring* agar data lebih akurat dan efisien, serta menetapkan target audiens yang lebih spesifik dan membangun komunikasi dua arah yang autentik untuk meningkatkan keterlibatan publik.

Kata Kunci: Pengelolaan Konten, Instagram, *The Circular Model of SoMe.*

ABSTRACT

This study originated from the inadequate dissemination of educational content on the Instagram account @kemenkumkalbar, associated with the Ministry of Law and Human Rights of West Kalimantan. This study aims to describe the management of the Ministry of Law and Human Rights of West Kalimantan's Instagram content using Regina Luttrell's Circular Model of Social Media (SoMe), which includes four stages: share, optimize, manage, and engage. The method used in this study was a descriptive qualitative approach, with data collection conducted through observation, interviews, focus group discussions, and documentation. The findings of this study indicate that during the share phase, the Ministry of Law and Human Rights of West Kalimantan disseminated information actively; yet, insufficient strategic planning leads to suboptimal distribution of instructional content. In the optimize stage, the Ministry of Law and Human Rights of West Kalimantan has not utilized analytical tools to monitor public conversations. In the manage stage, media monitoring is still done manually, quick response is not optimal because some comments are ignored, and real-time interaction is hindered due to limited human resources. Meanwhile, in the engage stage, the determination of influencers and target audiences is not specific because social media tools are not used. Based on the findings, the recommendations for the Ministry of Law and Human Rights of West Kalimantan's public relations team include the formulation of a more systematic and responsive content strategy, the employment of social media tools to enhance public discourse analysis (listen and learn), the transition from manual techniques to digital media monitoring for improved accuracy and efficiency in data collection, and the establishment of more defined target audiences alongside the cultivation of genuine two-way communication to augment public engagement.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
UPA BAHASA

Keywords: *Content Management, Instagram, The Circular Model of SoMe*

RINGKASAN SKRIPSI

Penelitian yang berjudul ”Pengelolaan Konten pada Akun Media Sosial Instagram @kemenkumkalbar” ini beranjak dari permasalahan, kurangnya penyebaran konten edukasi pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar. Sebagai instansi pemerintah, Kemenkum Kalbar memiliki kewajiban untuk menyebarkan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi masyarakat sesuai UU No. 14 Tahun 2008. Media sosial Instagram ini dipilih berdasarkan data dari Statistica.com mengenai tingginya pengguna Instagram di Indonesia yaitu sebanyak 100,9 juta pada 2024 dan potensinya sebagai sarana komunikasi interaktif. Akun resmi @kemenkumkalbar aktif sejak 2017 dan dikelola oleh humas untuk mempublikasikan program, kebijakan, pelayanan publik, serta pencapaian instansi dalam bentuk foto, infografis, dan video *reels*. Namun, observasi penulis menunjukkan dominasi konten kegiatan internal seperti rapat, kunjungan kerja, atau ucapan dibanding konten edukasi hukum. Sedangkan berdasarkan pedoman pengelolaan media sosial Kemenkum Nomor M.HH-02.HH.01.03 tahun 2021, menekankan pentingnya edukasi melalui program dan kebijakan pemerintah dan/atau Kementerian Hukum atau informasi apapun yang dianggap perlu disebarluaskan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat tahap dalam pengelolaan konten menurut Regina Luttrell. Pada tahap *share,* aspek *participate* Humas Kemenkum Kalbar telah berupaya untuk berpartisipasi secara aktif dalam penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Meskipun telah menyadari pentingnya konten yang menarik, proses

penentuan kriteria konten masih bersifat reaktif dan kurang terencana. Hal ini mengakibatkan penyebaran konten edukasi dan isu-isu aktual belum mencapai potensi maksimalnya. Pada aspek *connect*, Humas Kemenkum Kalbar telah memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menjangkau audiens. Sementara itu, dalam aspek *build trust*, Humas Kemenkum Kalbar menempatkan transparansi sebagai prinsip utama dalam membangun kepercayaan publik. Tahap *optimize* menunjukkan bahwa humas Kemenkum Kalbar belum sepenuhnya memanfaatkan alat analisis digital untuk memantau percakapan publik *(listen and learn*). Humas Kemenkum Kalbar mengandalkan komentar manual, tanpa menggunakan *tools* seperti *Social Mention* atau *Sprout Social* untuk mengukur sentimen audiens. Selain itu, keterlibatan dalam percakapan publik *(take part in authentic conversation)* masih terbatas pada unggahan harian tanpa strategi waktu yang sesuai dengan algoritma Instagram. Dalam proses *manage*, humas Kemenkum Kalbar melakukan pemantauan media secara manual tanpa memanfaatkan *social media tools* seperti Sprout Social, Google Analytics, atau Keyhole untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap *content performance* dan opini publik. Respons cepat *(quick response)* seringkali tertunda atau diabaikan karena keterbatasan SDM dan beban tugas lain. Interaksi *real-time* juga sulit diwujudkan karena tim humas harus membagi waktu antara pengelolaan media sosial dan tugas lapangan seperti liputan kegiatan. Pada proses *engage,* humas Kemenkum Kalbar pernah bekerja sama dengan influencer lokal seperti Kamil Onte untuk kampanye Kekayaan Intelektual, tetapi kolaborasi ini terhenti akibat efisiensi anggaran pasca-restrukturisasi kementerian. Penentuan

target audiens belum spesifik, dan upaya menjangkau masyarakat lebih banyak dilakukan melalui kegiatan *offline* seperti survei dan lomba. Humas Kemenkum Kalbar menyadari pentingnya keterlibatan audiens secara digital, tetapi belum memiliki strategi yang sistematis untuk meningkatkan interaksi di media sosial.

Saran yang dapat penulis berikan kepada humas Kemenkum Kalbar dalam mengelola konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar yaitu: pada proses *share*, diharapkan agar humas Kemenkum Kalbar dapat menyusun strategi konten yang lebih terencana, proaktif melakukan riset informasi edukatif agar penyebaran konten edukasi dapat lebih maksimal. Peningkatan kapasitas SDM dan kreativitas dalam penyampaian pesan juga diperlukan untuk memperluas jangkauan dan menjaga kepercayaan publik melalui konsistensi penyebaran informasi. Pada proses *optimize*, penggunaan alat analisis digital seperti *Sprout* untuk membantu humas memantau opini publik secara lebih menyeluruh. Selain itu, penyesuaian frekuensi dan waktu unggahan konten sesuai algoritma Instagram akan meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens. Pada proses *manage*, disarankan agar humas Kemenkum Kalbar beralih dari metode manual ke sistem pemantauan digital seperti *Google Analytics* atau *Sprout Social* guna mendapatkan data yang akurat dan efisien dalam melakukan *media monitoring*. Humas Kemenkum Kalbar juga perlu menetapkan prioritas dalam merespons audiens secara cepat dan tepat agar keterlibatan audiens tetap terjaga meskipun dengan keterbatasan sumber daya manusia. Proses *engage*, riset audiens yang mendalam juga diperlukan guna menentukan target yang lebih spesifik, serta memanfaatkan *tools* digital untuk memilih *influencer* yang tepat. Selain itu,

kampanye interaktif dan komunikasi dua arah yang autentik perlu dioptimalkan untuk meraih audiens dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens di *platform* digital.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Seperti peluk yang mengizinkanku
lebih luas dan tak gundah. Seperti doa yang menjagaku dari rusak dan tak cukup"

-Nadin Amizah-

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Saleh dan Ibu Martini, kedua orang tua saya tercinta, yang tanpa lelah selalu memberikan doa serta dukungan dengan penuh kasih sayang pada anak sulungnya ini untuk semua hal dalam hidupnya. Terima kasih besar untuk doa yang senantiasa dipanjatkan, atas semua nasihat yang selalu diberikan, dan kebesaran hati untuk menerima baik buruk, besar kecil bentuk anak sulungnya ini.
2. Ifthita Hidayah dan Fahira Elsa Bela, adik-adik yang selalu menjadi teman sekaligus *support system*. Semoga adik-adik dapat menemukan hal baik dari kakak jika memang ada hal yang dapat kalian contoh.
3. Helmalia Putri, sahabat sejak sekolah menengah pertama, yang senantiasa menjadi pendengar dan *support system* untuk banyak hal dalam setiap langkah-langkah kecil saya.
4. Nissa, Dea, dan seluruh orang-orang terdekat yang tidak bisa dituliskan satu persatu, yang turut serta membantu memberikan dukungan dan tempat cerita yang menyenangkan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini berlangsung.
5. Terakhir untuk diriku sendiri yang selalu bersama-sama bertumbuh, melangkah, merengkuh, dan memeluk segala bentuk, keadaan, dan perasaan untuk dilalui dan dipelajari bersama.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas nikmat berupa hidayah, rahmat, kesehatan, akal pikir yang sehat, serta rezeki yang baik, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengelolaan Konten pada Akun Media Sosial Instagram @kemenkumkalbar".

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Herlan, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura
2. Dr. Netty Herawati, M.Si selaku pembimbing utama dan Ibu Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos, M.Si selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan saran, masukan, kritik, pembelajaran, ilmu, dan motivasi yang tidak terkira selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si selaku penguji utama dan Ibu Dea Varanida, S.I.Kom, M.I.Kom selaku penguji kedua yang telah memberikan masukan kepada penulis untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini.
4. Dewi Utami, S.IP, M.S selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang selama ini telah banyak sekali membantu, membimbing, dan memotivasi penulis selama mengenyam pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.
5. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pembelajaran kepada penulis. Semoga Tuhan membalas kebaikan Bapak dan Ibu di dunia dan di akhirat.

6. Wakil dekan, serta staf tata usaha dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Tanjungpura yang telah membantu, baik selama masa proses perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.
7. Semua teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Tanjungpura terutama angkatan 2021 yang senantiasa memberikan support sejak awal perkuliahan hingga akhir, terima kasih. Semoga kita semua selalu diberkahi Tuhan Yang Maha Esa dan semoga kita semua menjadi orang yang bermanfaat bagi banyak orang.
8. Dosen Ilmu Komunikasi, Bang Rezqy, serta teman-teman tim media IKOM UNTAN yang sudah memberikan penulis banyak sekali pengalaman, kesempatan dan pembelajaran selama penulis berada dalam tim ini, walaupun sumbangsih yang dapat penulis berikan belum maksimal.
9. Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Hukum Kalimantan Barat yang telah memberikan ijin dalam penelitian ini dan memberikan seluruh kebutuhan data penulis selama melakukan penelitian.
10. Bagian Program dan Humas Kemenkumham Kalbar yang sudah memberikan kesempatan, ilmu, dan pengalaman berharga selama penulis melaksanakan magang.
11. Dr. Phil. Dian Ekawati, M. A., Teh Yusri, teman-teman L42, serta teman-teman kost pink yang telah menjadi teman sekaligus keluarga selama penulis menjalani program pertukaran mahasiswa di Universitas Padjadjaran.

Akhir kata, penulis sangat berterima kasih untuk setiap orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu di sini. Semoga hasil karya yang penulis lakukan ini dapat memberikan sumbang pemikiran serta manfaat yang berarti bagi kita semua. Aamiin.

Pontianak, 14 Juni 2025

Siti Rohmah
E1101211022

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa	: Siti Rohmah
Nomor Induk Mahasiswa	: E1101211022
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang Studi	: Strata Satu (S-1)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari karya saya sendiri (bukan hasil jiplakan maupun menyuruh orang lain dalam mengerjakannya) dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diatur dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam keadaan sadar tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Pontianak, 6 Juli 2025



Siti Rohmah
NIM. E1101211022

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN.....**Error! Bookmark not defined.**
ABSTRAK iv
RINGKASAN SKRIPSI ..... v**i**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN x
KATA PENGANTAR..... xi**i**
PERNYATAAN KEASLIAN.....**Error! Bookmark not defined.i**
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB I PENDAHULUAN..... 1
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian..... 8
1.3. Fokus Penelitian..... 8
1.4. Rumusan Masalah..... 9
1.5. Tujuan Penelitian..... 9
1.6. Manfaat Penelitian 9
1.6.1. Manfaat Teoritis 9
1.6.2. Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 10
2.1. Definisi Konsep..... 10
2.2. Teori 16
2.3. Hasil Penelitian yang Relevan 20
2.4. Alur Pikir Penelitian..... 20
2.5. Pertanyaan Penelitian..... 23
BAB III METODE PENELITIAN 24
3.1. Jenis Penelitian..... 24
3.2. Langkah-langkah Penelitian..... 24

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian 27
3.3.1. Lokasi Penelitian 27
3.3.2. Waktu Penelitian 27
3.4. Subjek dan Objek Penelitian 28
3.4.1. Subjek Penelitian 28
3.4.2. Objek Penelitian 28
3.5. Teknik Pengumpulan Data 28
1. Observasi 29
2. Wawancara 29
3. Dokumentasi 30
4. Focus Grup Discussion 30
3.6. Instrumen Atau Alat Pengumpulan Data 31
3.7. Analisis Data 31
3.7.1. Keabsahan Data 32
3.7.2. Teknik Analisis Data 33
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 36
4.1. Profil Kementerian Hukum Kalimantan Barat 36
4.2. Tugas Pokok dan Fungsi 37
4.3. Struktur Organisasi 39
4.4. Profil Sosial Media 39
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45
a. Hasil Penelitian 45
i. Tahap *share* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 46
ii. Tahap *Optimize* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 54
iii. Tahap *Manage* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial instagram @kemenkumkalbar 58
iv. Tahap *Engage* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 61
b. Analisis 66

i. Analisis Tahap *Share* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 66

ii. Analisis Tahap *Optimize* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 73

iii. Analisis tahap *manage* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 78

iv. Analisis tahap *engage* dalam pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar 82

BAB VI PENUTUP 86

6.1. Simpulan 86

6.2. Saran..... 89

6.3 Keterbatasan Penelitian..... 90

DAFTAR PUSTAKA..... 92

LAMPIRAN..... 95

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan 20
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian..... 27

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Profil media sosial Instagram Kemenkum Kalbar 2
Gambar 1. 2 Unggahan instagram kegiatan dan acara internal Kemenkum Kalbar 4
Gambar 1. 3 Unggahan Konten Edukasi 6
Gambar 2. 1 The Circular of Some 16
Gambar 2. 2 Skema Alur Pikir Penelitian 22
Gambar 3. 1 Bagan Interactive Model Miles dan Huberman 33
Gambar 4. 1 Logo Kementerian Hukum 36
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Kementerian Hukum 39
Gambar 4. 3 Tampilan halaman akun Facebook Kemenkum Kalbar 40
Gambar 4. 4 Tampilan halaman akun Instagram Kemenkum Kalbar 41
Gambar 4. 5 Tampilan halaman akun TikTok Kemenkum Kalbar 42
Gambar 4. 6 Tampilan halaman akun YouTube Kemenkum Kalbar 43
Gambar 4. 7 Tampilan halaman utama website Kemenkum Kalbar 44
Gambar 5. 1 Konten Reels Kecanduan Judi Online 49
Gambar 5. 2 Konten Videografis Dokumentasi Kegiatan Instansi 51
Gambar 5. 3 Konten Infografis mengenai Merek 52
Gambar 5. 4 Konten Reels Konferensi Pers Pemberantasan Narkotika 53
Gambar 5. 5 Screenshoot kolom komentar Instagram Kemenkum Kalbar 60
Gambar 5. 6 Screenshoot Kamil Onte sebagai influencer 63
Gambar 5. 7 Keterlibatan masyarakat pada acara Kekayaan Intelektual 65
Gambar 5. 8 Konten Infografis Hari Pendidikan Nasional 71
Gambar 5. 9 Fitur Sprout Social 76
Gambar 5. 10 Fitur Reports pada Sprout Social 79

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara 95
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara 97
Lampiran 3 : Pedoman Observasi 107
Lampiran 4 : Hasil Focus Grup Discussion 108

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

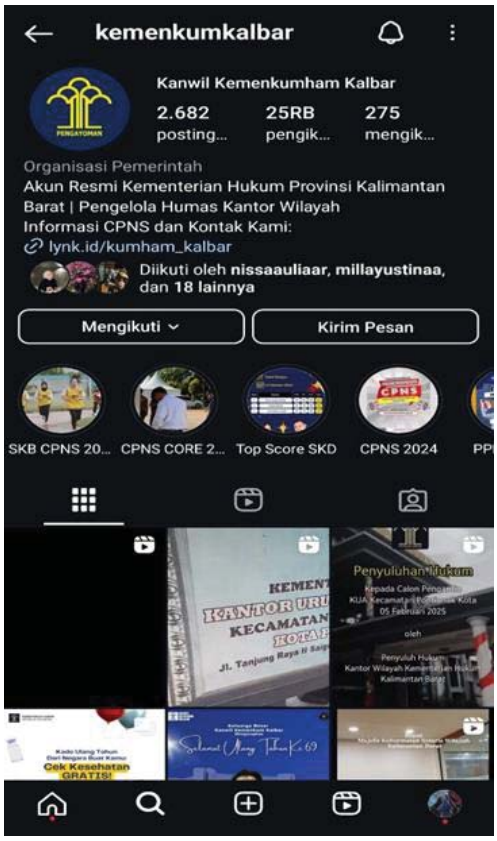
Kementerian Hukum Kalimantan Barat (Kemenkum Kalbar) adalah salah satu kementerian dari pembagian fungsi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) yang terstruktur kembali menjadi empat kementerian, termasuk Kementerian Koordinator, Kementerian Hukum, Kementerian Hak Asasi Manusia (HAM), dan Kementerian Imigrasi serta Lembaga Pemasyarakatan. Proses restrukturisasi ini dimulai setelah Presiden Prabowo Subianto dilantik pada 21 Oktober 2024.

Dalam menjalankan tugasnya, Kemenkum Kalbar memiliki tanggung jawab untuk memberikan dan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, sesuai yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai keterbukaan informasi publik. Baik pemerintah pusat maupun daerah memiliki tanggung jawab serta kewajiban dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan media penyebaran informasi, kecuali jenis informasi yang dikecualikan oleh Undang-Undang. Sehingga kemenkum Kalbar dapat berfungsi sebagai jembatan informasi antara pemerintah dan masyarakat terkait isu hukum.

Statistica.com melaporkan jumlah pengguna instagram di dunia dengan tajuk *Leading countries based on instagram audience size as of January* 2024. jumlah pengguna Instagram di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 100.9 juta, dengan rata-rata waktu yang digunakan 16 jam 10 menit. Hal ini menunjukkan tingginya ketertarikan masyarakat terhadap media sosial instagram, terutama dalam konteks komunikasi dan interaksi sosial.

Dalam era digitalisasi seperti saat ini, Kemenkum Kalbar telah menggunakan platform media sosial sebagai sarana komunikasi yang relevan untuk menyebarkan informasi dan menjangkau masyarakat dengan lebih luas, yang memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih cepat dan terbuka. Salah satu platform media sosial yang digunakan adalah Instagram.

Gambar 1. 1 Profil media sosial Instagram Kemenkum Kalbar



Sumber: Akun Instagram @kemenkumkalbar tahun, 2025

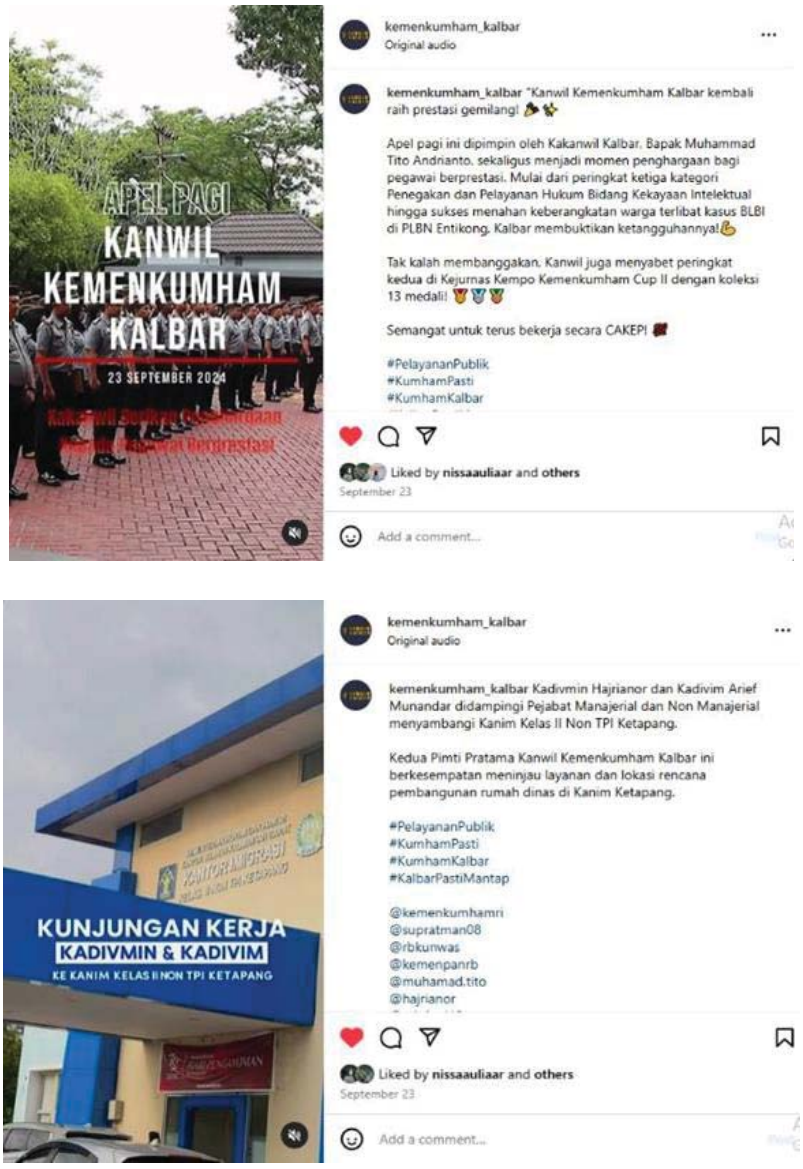
Akun instagram @kemenkumkalbar, merupakan media informasi resmi milik Kemenkum Kalbar yang mulai aktif sejak tahun 2017. Instagram tersebut dikelola oleh humas Kemenkum Kalbar. Konten yang dipublikasikan mencakup informasi seputar program dan kebijakan yang dijalankan oleh Kemenkum, pelayanan publik,

kinerja, pencapaian dan prestasi. Selain itu, Kemenkum Kalbar juga berfokus pada penguatan penegakan hukum melalui berbagai program dan sosialisasi di masyarakat. Informasi-informasi tersebut dikemas dengan konten-konten berbentuk foto, infografis dan juga video berupa *reels*.

Pengamatan penulis pada unggahan instagram @kemenkumkalbar memiliki jumlah keseluruhan unggah konten lebih dari 2.600 konten. Konten yang diunggah cukup konsisten setiap harinya, termasuk juga di hari libur. Dalam satu hari lebih dari lima konten yang diunggah. Hal tersebut menunjukkan dedikasi humas Kemenkum Kalbar dalam memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai saluran untuk menyampaikan informasi dari instansi kepada masyarakat.

Namun jika dilihat lebih menyeluruh, konten-konten yang diunggah di laman instagram Kemenkum Kalbar adalah konten berbentuk *reels* (video) dengan durasi kurang lebih 60 detik. Isi dari konten-konten tersebut umumnya adalah informasi terkait kegiatan internal instansi atau acara-acara yang diinisiasi oleh Kemenkum Kalbar seperti rapat koordinasi, apel pagi, pelantikan pejabat, kunjungan kerja pimpinan, serta kegiatan peringatan hari besar keagamaan.

Gambar 1. 2 Unggahan instagram kegiatan dan acara internal Kemenkum Kalbar





Sumber: Akun Instagram @kemenkumkalbar tahun,2024

Meskipun transparansi informasi mengenai kegiatan instansi dan pimpinan merupakan aspek penting dalam membangun citra instansi, pendekatan yang terlalu sempit dapat mengakibatkan kurangnya interaksi dan partisipasi masyarakat. Sehingga komunikasi satu arah tanpa umpan balik dari masyarakat dapat membatasi efektivitas platform sebagai sarana interaksi dan aspirasi publik.

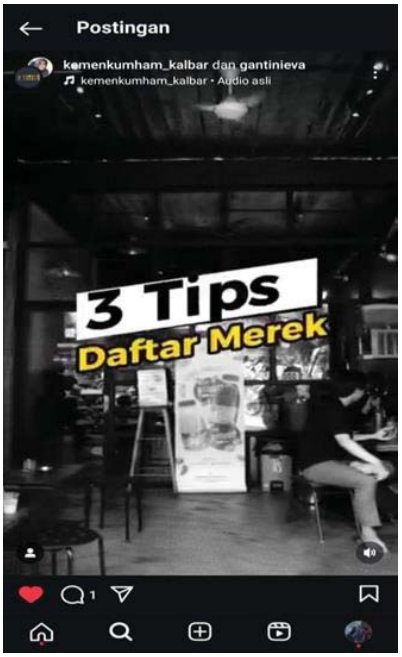
Konten edukasi terkait hukum membantu masyarakat memahami berbagai aspek hukum yang berlaku. Dengan adanya informasi yang jelas dan mudah dipahami, masyarakat dapat lebih sadar akan hak dan kewajiban mereka, serta paham akan cara mengakses layanan hukum yang tersedia.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan oleh penulis, didapatkan bahwa pada Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Kementerian Hukum Nomor M.HH-02.HH.01.03 tahun 2021, tujuan pengelolaan media sosial adalah salah satunya sebagai edukasi melalui program dan kebijakan pemerintah dan/atau

Kementerian Hukum atau informasi apapun yang dianggap perlu disebarluaskan kepada masyarakat dari Kementerian Hukum.

Edukasi yang dibagikan meliputi beberapa aspek, seperti mensosialisasikan aturan-aturan baru dari pemerintah, menjelaskan tentang program-program yang sedang berjalan, pemahaman tentang hak dan kewajiban warga negara sesuai dengan undang-undang yang berlaku, serta membangun kesadaran hukum dalam aktivitas sehari-hari.

Gambar 1. 3 Unggahan Konten Edukasi



Sumber: Akun Instagram @kemenkumkalbar tahun, 2024

Konten panduan mendaftarkan merek merupakan upaya Kementerian Hukum untuk menyebarluaskan informasi hukum yang bermanfaat bagi masyarakat. Konten panduan ini memberikan masyarakat panduan yang sederhana dan mudah dipahami tentang prosedur pendaftaran merek, persyaratan yang diperlukan, dan

keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian, konten panduan mendaftarkan merek menjadi salah satu sarana edukasi yang efektif dalam mewujudkan tujuan pengelolaan media sosial Kementerian Hukum dalam memberikan informasi hukum yang relevan dan aplikatif bagi masyarakat.

Namun dibandingkan konten informasi mengenai kegiatan internal instansi, konten edukasi ini masih sangat sedikit dan jarang diunggah oleh Humas Kemenkum Kalbar. Berdasarkan hasil observasi penulis, selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025, tidak lebih dari tiga konten edukasi yang diunggah oleh humas Kemenkum Kalbar.

Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU No. 14 Tahun 2008), pemerintah diharuskan untuk memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat untuk masyarakat, serta mendengarkan umpan balik dari publik. Apabila komunikasi hanya berlangsung satu arah berupa informasi mengenai kegiatan internal instansi, maka tujuan transparansi dan akuntabilitas pemerintah menjadi sulit tercapai.

Di era media sosial dan juga digitalisasi saat ini, dapat memberikan dampak positif serta memudahkan instansi pemerintah untuk melakukan penyebaran informasi kepada publik secara cepat, efektif, dan efisien. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, humas Kemenkum Kalbar juga sudah memanfaatkan digitalisasi dan media sosial tersebut dalam mendukung tugas dan tanggung jawabnya yaitu menyebarkan informasi publik melalui instagram. Namun penyebaran informasi yang bersifat edukatif melalui instagram terlihat belum

menyeluruh serta masih ada hal-hal yang dapat ditingkatkan sehingga menyempurnakan informasi yang disebarkan.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk mengamati proses pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar yang dikelola oleh humas Kemenkum Kalbar dengan mengacu pada *The Circular of Some* oleh Regina Luttrell dengan judul penelitian "Pengelolaan Konten pada Akun Media Sosial Instagram @kemenkumkalbar".

1.2.Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi adanya masalah yang dapat dijadikan bahan penelitian, sebagai berikut:

1. Konten yang diunggah oleh Kemenkum Kalbar cenderung berfokus pada dokumentasi kegiatan internal instansi, dan kurang memberikan ruang untuk menyebarkan konten edukasi.
2. Rendahnya tingkat responsivitas Kemenkum Kalbar dalam merespon pertanyaan audiens di kolom komentar Instagram.

1.3.Fokus Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini pada pengelolaan konten di akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar dari bulan Januari 2024 hingga Januari 2025.

1.4.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar?"

1.5.Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram @kemenkumkalbar.

1.6.Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah kontribusi bagi akademisi dan masyarakat umum untuk menyelesaikan masalah di bidang komunikasi dan menjadi referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya terkait dengan humas pemerintah dalam mengelola konten di media sosial. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi gagasan atau memperkaya konsep-konsep serta teori-teori yang relevan dengan ilmu pengetahuan dan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai adalah untuk memberikan kontribusi pada praktisi humas, terutama dalam melaksanakan tugas humas di sektor pemerintahan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan saran kepada Humas Kemenkum Kalbar, sehingga mendukung instansi pemerintah ini untuk menjalankan fungsi humas dalam mengelola konten media sosial, agar dapat menyajikan informasi yang memberikan manfaat secara langsung bagi masyarakat.