

Pendayagunaan Platform Media Sosial oleh Kementerian Pekerjaan Umum

<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.342>

Candra Anggraini¹, Eli Jamilah Mihadja¹

¹Universitas Bakrie

Rasuna Office Park, Jl. Taman Rasuna Tim. No.1 17, Jakarta 12960 - Indonesia

Email Korespondensi: candraanggraini@gmail.com

Submitted: 14/04/2025, **Revised:** 13/05/2025, **Accepted:** 25/05/2025

Accredited by Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024

Abstract - This study explores the use of information and communication technology by the Ministry of Public Works in supporting the execution of its institutional duties, particularly in disseminating its roles and responsibilities to the public. The research focuses on Instagram as a social media platform used for public communication, along with the challenges encountered during its implementation. This study fills a gap in the literature by examining the effectiveness of Instagram use by technical government agencies in delivering interactive and sustainable public information. It is assumed that the effective use of social media requires innovation and relevant content strategies to achieve optimal communication outcomes. This research aims to explain the rationale behind the Ministry's use of Instagram and to identify the challenges it faces. A qualitative approach with a descriptive design is employed to provide an in-depth understanding of the communication phenomena observed. Theories of public communication and digital engagement are used as analytical frameworks. The findings reveal that while Instagram helps the Ministry extend its outreach, the institution faces several issues, including a lack of innovation in content creation and a noticeable decline in Instagram's active users in Indonesia since August 2024. The study concludes by stressing the need for more creative and adaptive communication strategies aligned with the evolving trends of social media use.

Keywords: Public Communication; Ministry of Public Works; Information Technology; Social Media; Instagram

Abstrak - Penelitian ini mengkaji tentang pendayagunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh Kementerian Pekerjaan Umum dalam mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi kelembagaan, khususnya dalam menyosialisasikan peran dan tanggung jawabnya kepada masyarakat luas. Peneliti berfokus pada pemanfaatan platform media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik dan kendala yang dihadapi dalam implementasinya. Studi ini mengisi kesenjangan pada kurangnya kajian mengenai efektivitas penggunaan Instagram oleh lembaga pemerintahan teknis dalam menyampaikan informasi secara interaktif dan berkelanjutan. Dalam riset ini, peneliti berasumsi bahwa pemanfaatan media sosial memerlukan inovasi dan strategi konten yang relevan agar dapat mencapai efektivitas komunikasi yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan alasan penggunaan Instagram oleh Kementerian PU serta mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam pemanfaatannya. Penelitian

ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif guna menggambarkan secara mendalam fenomena komunikasi yang terjadi. Teori komunikasi publik dan konsep engagement digital digunakan sebagai dasar analisis untuk menginterpretasi data yang dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Instagram mampu memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat, Kementerian PU menghadapi kendala berupa kurangnya inovasi dan improvisasi dalam pembuatan konten, serta menurunnya jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia sejak Agustus 2024. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya strategi komunikasi yang lebih kreatif dan adaptif terhadap perubahan tren media sosial.

Kata kunci: Komunikasi Publik; Kementerian PU; Teknologi Informasi; Media Sosial; Instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan sebuah negara sangat ditentukan dari kemampuan mengakses dan mengelola informasi dan komunikasi. Informasi dan komunikasi merupakan aset utama dalam mendorong perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat. Di tengah arus globalisasi dan teknologi informasi serta komunikasi yang cepat, penguasaan informasi saja tidaklah cukup, kecepatan dan akurasi juga sangat diperlukan. Informasi yang sudah ketinggalan zaman akan kehilangan nilai, karena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat menyebabkan informasi cepat menjadi usang.

Setiap kementerian di berbagai negara membutuhkan sarana dan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi guna menjalankan peran dan fungsinya tersebut. Termasuk melaksanakan sosialisasi ke segenap masyarakat terkait kementerian yang bersangkutan. Maka, mencermati perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, sarana yang umum digunakan guna penyebaran informasi tersebut adalah melalui platform media sosial yang merupakan jaringan digital berwujud internet atau dunia maya.

Menurut Littlejohn informasi merupakan hasil dari pengolahan dan pengorganisasian data sehingga memiliki arti serta relevansi bagi individu maupun kelompok. Ia juga menyatakan, informasi memiliki peran penting dalam mengurangi ketidakpastian dan mendukung proses pengambilan keputusan (Utari, Pramana, & Ramadhani, 2024). Pendayagunaan teknologi informasi dan komunikasi digital dewasa ini merupakan langkah yang paling optimal. Karena dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada melalui jaringan telekomunikasi modern.

Teknologi ini juga merupakan fenomena historis, sosial dan kultural di masyarakat, sehingga memiliki hubungan dengan masyarakat dan segala aspek-aspek lainnya di kehidupan masyarakat (De Poel, 2020). Aspek-aspek dalam kehidupan masyarakat yang dimaksud meliputi segenap dunia dan bidang komunikasi di masyarakat. Komunikasi mulai dari interaksi sosial antara sesama masyarakat, hingga antara instansi pemerintahan seperti suatu Kementerian dengan khalayak luas.

Lebih lanjut, Littlejohn menambahkan, aspek sosial dan budaya di mana informasi dikomunikasikan sangat berpengaruh terhadap cara informasi tersebut dipahami dan ditafsirkan. Oleh karena itu, informasi tidak hanya terbatas pada penyampaian fakta, tetapi juga mencakup makna yang bersifat interpretatif dan mendalam (Littlejohn, 2021). Dalam penyampaian makna melalui platform media sosial di dunia maya ini, pemahaman aetiap masyarakat tentu berbeda antara daerah yang satu dengan lainnya.

Informasi yang berkaitan dengan komunikasi tersebut di atas tidak terlepas dari peradaban manusia. Dewasa ini, aspek komunikasi memiliki suatu era terbaru peradaban tersebut melalui teknologi internet. Suatu teknologi sebagai sarana aktivitas dunia maya yang meminimalisir kehadiran fisik seseorang dalam berkomunikasi dan menjalankan aktivitas sosialnya sehari-hari. Eksistensi kecanggihan teknologi tersebut seharusnya dapat diupayakan untuk memaksimalkan kinerja setiap Kementerian di Indonesia, termasuk, Kementerian Pekerjaan Umum (PU) itu sendiri tentunya. Pada poin inilah maka, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mencapai suatu tahap yang dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin melalui dunia maya tersebut.

Pendayagunaan sumber daya teknologi komunikasi di atas harus dimanfaatkan Kementerian PU melalui platform media sosial guna memaksimalkan peran dan fungsinya dalam memberikan

akses komunikasi dengan masyarakat. Pada poin ini, salah satu platform media sosial yang dimanfaatkan Kementerian PU tersebut adalah Instagram.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan secara singkat sebelumnya maka, permasalahan penelitian ini adalah: Mengapa Kementerian PU menggunakan platform media sosial Instagram, dan bagaimana kendala Kementerian Pekerjaan Umum dalam pemanfaatan platform media sosial Instagram tersebut.

KERANGKA TIORI

Komunikasi merupakan bagian penting dari peradaban manusia yang terus berkembang sepanjang sejarah. Dari masa lampau hingga era modern, komunikasi mengalami peningkatan yang begitu pesat melalui keragaman teknologi yang diciptakan oleh manusia mulai dari bentuk paling sederhana hingga ke teknologi komunikasi tingkat lanjut. Dalam fase awalnya, komunikasi ditopang oleh teknologi analog yang memproses dan menyampaikan informasi melalui sinyal kontinu, seperti gelombang suara, tegangan listrik, atau intensitas cahaya (Berger, 2023).

Teknologi analog ini terwujud dalam bentuk seperti piringan hitam, kaset, televisi tabung, dan telepon konvensional memiliki keterbatasan seperti kerentanan terhadap degradasi sinyal dan gangguan suara selama transmisi informasi (Berger, 2023).

Seiring berjalannya waktu, teknologi komunikasi mengalami transformasi besar dari sistem analog ke digital, yang disebut dengan proses digitalisasi. Menurut Zulvikri dan Agnia Amani (2024), digitalisasi bukan hanya berarti konversi dari sinyal analog menjadi digital, tetapi juga mencerminkan transformasi mendalam dalam proses ekonomi, sosial, dan komunikasi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Salah satu manifestasi dari digitalisasi adalah lahirnya teknologi seluler, yang memungkinkan perangkat seperti ponsel dan tablet terkoneksi secara mobile untuk melakukan panggilan, mengirim pesan, hingga mengakses internet secara fleksibel (Fujiyama, 2024).

Teknologi seluler kemudian berkembang menjadi teknologi *mobile* yang menekankan efisiensi dan mobilitas dalam komunikasi melalui aplikasi digital. Contohnya adalah penggunaan API (*Application Programming Interface*) yang memungkinkan aplikasi media sosial dapat beroperasi secara lancar diperangkat *mobile* (Boucher, 2020). Instagram sebagai aplikasi media sosial berbasis *mobile* memungkinkan kemudahan akses dan komunikasi sosial secara *real-time* melalui ponsel, memungkinkan aktivitas komunikasi sosial terjadi secara *real-time*. Bahkan, teknologi *mobile* merambah ke ranah finansial melalui inovasi *mobile banking*, yang memungkinkan transaksi dilakukan hanya dalam gengaman tangan (Obeidat et al., 2020).

Kemajuan ini mencapai puncaknya pada pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), yang ditandai dengan kemampuan sistem untuk menganalisis lingkungan dan bertindak secara otonom untuk mencapai tujuan tertentu (Boucher, 2020). AI tidak hanya mengotomatisasi proses komunikasi, tetapi juga mengubah pola pikir dan perilaku manusia dalam memanfaatkan teknologi, termasuk dalam konteks komunikasi digital di media sosial (Wajcman, 2022). Melalui internet dan media sosial, manusia kini dapat berinteraksi lintas batas ruang dan waktu, menciptakan ruang komunikasi baru yang global dan instan (Tendi, 2016).

Dalam konteks pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah seperti Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), Instagram dipilih sebagai sarana untuk menyosialisasikan program-program dan peran institusi kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan pandangan Van Dijk (2013) dan Fuchs dalam Nasrullah (2015) bahwa media sosial adalah platform yang menekankan keterhubungan individu dan mendukung partisipasi kolaboratif.

Media sosial memperkuat hubungan sosial digital, memungkinkan pengguna untuk memberikan komentar, berbagi informasi, dan berpartisipasi secara aktif dalam komunikasi publik (Kusumawati, 2021). Menurut Van Dijk (2013), media sosial merepresentasikan transformasi komunikasi ke arah jaringan sosial yang interaktif, di mana pengguna berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi.

Lebih lanjut, McQuail dalam Aliyah (2017) menegaskan bahwa media sosial merepresentasikan perubahan dalam pola penyampaian informasi dengan memanfaatkan teknologi

web. Dalam hal ini, media sosial khususnya Instagram berfungsi sebagai saluran efektif untuk menjalin komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat, menyampaikan informasi secara visual dan naratif, serta mendorong keterlibatan audiens secara aktif dan terbuka (Arini & Lasso, 2024).

Berdasarkan teori partisipatif Van Dijk (2013), maka dalam konteks penelitian ini diturunkan tiga indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi publik melalui Instagram diantaranya sebagai berikut: (1) interaktivitas; (2) partisipasi; (3) dan konektivitas sosial. Ketiga elemen tersebut menjadi indikator utama yang akan diterapkan dalam analisis pemanfaatan Instagram oleh Kementerian PUPR sebagai saluran komunikasi publik.

Adapun indikator yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi: Interaktivitas: Dilihat dari seberapa aktif akun Instagram Kementerian PUPR berinteraksi dengan pengikutnya melalui komentar, balasan, fitur polling, atau story interaktif. Partisipasi pengguna: Diukur dari tingkat keterlibatan publik dalam menyukai, membagikan, atau mengomentari unggahan Instagram yang berkaitan dengan program-program kementerian. Konektivitas sosial: Ditelusuri dari bagaimana akun tersebut menjalin kolaborasi digital dengan mitra eksternal, influencer, atau tokoh publik untuk memperluas jangkauan pesan komunikasi.

Dengan menggunakan teori dari Van Dijk dan indikator yang telah dijabarkan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana teknologi komunikasi khususnya melalui Instagram dimanfaatkan secara strategis oleh institusi pemerintah dalam membangun komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan relevan di era digital.

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya akan menjelaskan bagaimana teknologi komunikasi digunakan oleh lembaga pemerintah, tetapi juga akan menganalisis sejauh mana pemanfaatan media sosial dapat menciptakan keterlibatan publik yang bermakna dalam era komunikasi digital yang semakin kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci situasi, kondisi, dan fenomena yang dialami oleh individu atau kelompok tertentu dalam konteks tertentu (Creswell, 2014; Denzin & Lincoln, 2018). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna subjektif, pengalaman sosial, serta dinamika komunikasi secara mendalam dan holistik (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Menurut John W. Creswell (2014), penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman makna yang dibangun oleh individu terhadap suatu masalah sosial, dengan fokus pada konteks alami dan pendekatan interpretatif. Penelitian deskriptif kualitatif sangat cocok digunakan dalam studi komunikasi publik melalui media sosial, karena memungkinkan pengungkapan strategi, pola komunikasi, serta hambatan-hambatan yang muncul dari perspektif aktor yang terlibat.

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji pemanfaatan platform media sosial Instagram oleh Kementerian Pekerjaan Umum sebagai sarana komunikasi publik. Fokus utama adalah pada bagaimana akun resmi kementerian membangun narasi, menyampaikan pesan-pesan institusional, serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Mengingat keterbatasan waktu dan akses, penelitian ini bersifat eksploratif dan berusaha merekam praktik komunikasi digital kementerian secara deskriptif berdasarkan data yang tersedia selama periode waktu tertentu.

HASIL PENELITIAN

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan, setiap badan publik diwajibkan untuk menyediakan serta melayani permintaan informasi secara cepat, tepat waktu, mudah diakses, dan dengan biaya terjangkau. Prinsip ini mempertegas bahwa informasi publik merupakan hak warga negara yang wajib difasilitasi oleh pemerintah melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial. Dalam konteks ini, media sosial berperan penting sebagai alat komunikasi publik yang strategis dan responsif terhadap kebutuhan zaman (Kusumawati, 2021).

Penelitian ini menunjukkan, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) telah memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media sosial utama dalam menyampaikan informasi

kelembagaan dan pelaksanaan program kerja kepada masyarakat. Pemanfaatan platform ini merupakan bagian dari transformasi komunikasi pemerintah menuju pola yang lebih terbuka, partisipatif, dan adaptif terhadap dinamika komunikasi digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Hidayat & Wenggi (2022) yang menyatakan bahwa media sosial membuka ruang komunikasi dua arah secara simultan antara pemerintah dan publik, dengan fitur-fitur interaktif seperti komentar, pesan langsung, unggahan visual, dan lainnya.

Secara teoretis, penggunaan media sosial oleh institusi publik mencerminkan pergeseran dari komunikasi birokratis menuju komunikasi digital berbasis budaya siber. Budaya siber, menurut Tendi (2016), merupakan bentuk komunikasi budaya yang lahir dari integrasi teknologi digital dan internet, yang menciptakan pola interaksi baru antarindividu maupun antara lembaga dengan masyarakat. Dalam konteks ini, Kementerian PU tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga menciptakan ruang dialog dan partisipasi publik melalui media digital.

Data penelitian menunjukkan, tahun 2021 Kementerian PU mengelola setidaknya 574 akun media sosial yang tersebar di berbagai unit organisasi. Namun demikian, hanya 44 akun (sekitar 7%) yang telah diawasi atau diaudit secara sistematis. Akun-akun ini berasal dari 8 unit organisasi dan 2 balai (Kusumawati, 2021). Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan serius dalam hal standarisasi identitas digital kelembagaan, termasuk penggunaan logo, penamaan akun, hingga penyusunan narasi dan visual yang seragam. Misalnya sebagian besar akun tidak mencantumkan kata “PU” sebagai penanda identitas resmi. Nama-nama akun seperti @pjn, @bbws, @randal, dan lainnya tidak memiliki keterhubungan langsung yang jelas bagi masyarakat awam terhadap lembaga Kementerian PU. Demikian pula dengan penggunaan logo yang bervariasi bahkan dimodifikasi sendiri oleh pengelola akun yang mengakibatkan lemahnya konsistensi brand institusional dalam komunikasi digital.

Temuan ini menggarisbawahi pentingnya strategi komunikasi digital yang terstruktur dan berbasis teori komunikasi organisasi dan media baru. Dalam teori komunikasi organisasi, identitas korporat (*corporate identity*) menjadi elemen penting dalam membangun persepsi publik. Ketika identitas tidak konsisten, maka kepercayaan dan efektivitas komunikasi akan tereduksi (Cornelissen, 2020). Dalam konteks media baru, penggunaan media sosial tidak hanya memerlukan keterampilan teknis, tetapi juga perencanaan konten berbasis narasi visual dan strategi agenda *building*.

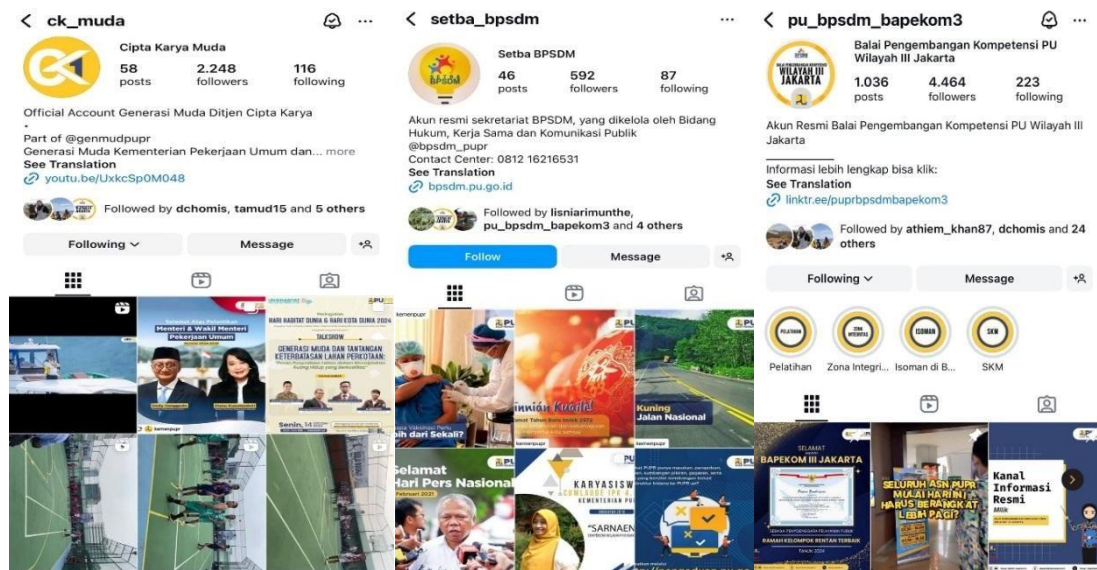
Lebih lanjut, pemanfaatan Instagram oleh Kementerian PU mencerminkan karakteristik platform itu sendiri sebagai media visual yang memungkinkan penyampaian pesan secara estetik dan naratif. Instagram tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi, tetapi juga membentuk pengalaman pengguna melalui *storytelling* visual dan desain interaktif. Menurut Pangkey et al. (2023), Instagram adalah platform yang efektif dalam membangun keterlibatan publik karena kemampuannya menampilkan foto, video, geotag, serta caption yang dapat dikurasi secara strategis.

Namun, efektivitas komunikasi digital ini sangat tergantung pada kualitas konten, konsistensi visual, dan interaktivitas yang dijalin dengan pengguna. Di sinilah peran strategi komunikasi digital menjadi krusial. Tanpa adanya kurasi konten yang terarah dan standar identitas visual yang kuat, maka kampanye digital cenderung kehilangan kekuatan simbolik dan kesatuan pesan. Padahal, komunikasi digital yang berhasil justru bertumpu pada kohesi visual dan narasi yang terintegrasi, sebagaimana ditekankan dalam pendekatan multimodal dan literasi media digital (Jewitt et al., 2016).

Dari temuan lapangan, terlihat bahwa akun resmi Instagram BPSDM Kementerian PU telah berfungsi sebagai kanal utama untuk menyampaikan berbagai program pelatihan, karyasiswa, hingga dokumentasi kegiatan. Namun, tingkat *engagement* atau interaksi publik masih tergolong rendah, mengindikasikan bahwa optimalisasi strategi konten dan pemanfaatan fitur interaktif belum sepenuhnya dimaksimalkan. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia (SDM) di bidang komunikasi digital, kurangnya pelatihan, serta belum adanya panduan strategis yang baku dalam pengelolaan akun media sosial kelembagaan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa kampanye digital melalui Instagram oleh Kementerian PU merupakan upaya revolusioner dalam komunikasi publik, namun masih memerlukan penguatan dari aspek manajerial, strategi komunikasi, serta integrasi identitas visual

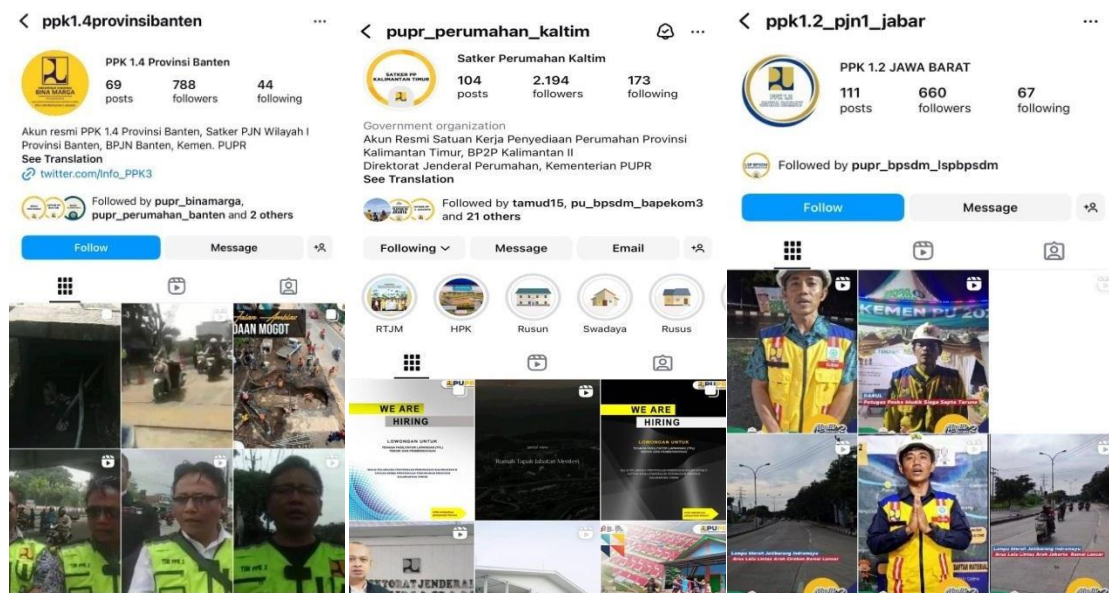
kelembagaan. Potensi besar yang dimiliki oleh media sosial belum sepenuhnya direalisasikan secara efektif karena kendala koordinasi antarunit, variasi standar, dan keterbatasan kontrol atas penyebaran informasi digital dan ketidakseragaman logo. Ilustrasi seperti Gambar 1 berikut:



Gambar 1. ketidakseragaman logo PU.
Sumber: Kusumawati, 20

Pada sisi lainnya ditemukan bahwa, pengelolaan akun-akun media sosial tersebut masih belum optimal. Karena, minimnya jumlah unggahan, frekuensi posting yang tidak rutin atau konsisten, serta kualitas konten yang kurang menarik.

Interaksi dari pengguna juga cenderung rendah karena komentar dari netizen jarang ditanggapi, sebagaimana ilustrasi Gambar 2 berikut :



Gambar 2, contoh akun dengan konten kurang menarik dan jumlah unggahan atau postingan yang rendah.
Sumber: Kusumawati, 2021.

Kondisi tersebut menggambarkan adanya paradoks antara pengakuan eksternal terhadap kinerja media sosial Kementerian PU dengan realitas penerimaan dan pemahaman masyarakat terhadap keberadaan serta fungsi kelembagaan tersebut. Di satu sisi, keberhasilan memperoleh penghargaan seperti “Pengelolaan Media Sosial Terbaik” dari Tempo Media Award 2022 dan “Gold Winner Sub Kategori Media Sosial” dari PR Indonesia Award menandai adanya apresiasi dari kalangan profesional terhadap upaya Kementerian dalam membangun kanal komunikasi digital. Namun di sisi lain, keterbatasan jangkauan platform Instagram secara demografis dan infrastruktur digital menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas aktual dari kampanye digital yang dijalankan.

Ketimpangan antara akses platform dan cakupan target audiens mencerminkan pentingnya pendekatan komunikasi lintas kanal (*cross-platform communication strategy*) yang lebih inklusif. Dalam perspektif komunikasi strategis, keberhasilan komunikasi institusional tidak semata diukur dari keberadaan saluran komunikasi, melainkan pada sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menjangkau, diterima, dan dipahami oleh khalayak sasaran (Cutlip, Center & Broom, 2012). Dengan hanya mengandalkan satu platform dominan seperti Instagram, sementara penetrasi pengguna menurun menjadi sekitar 31,6% dari populasi Indonesia pada Agustus 2024 (Garuda.website, 2024), maka efektivitas penyebaran pesan menjadi terbatas, terutama terhadap kelompok masyarakat yang tidak aktif di media sosial berbasis visual tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa Kementerian PUPR menghadapi tantangan dalam mengelola fragmentasi audiens digital, di mana tidak semua warga negara terlibat secara aktif dalam kanal komunikasi yang sama. Kondisi tersebut diperkuat oleh pernyataan Nasrullah (dalam Aliyah, 2017), yang menjelaskan bahwa meskipun media sosial memungkinkan komunikasi luas dan terbuka, namun perbedaan literasi digital, preferensi media, serta keterjangkauan infrastruktur masih menjadi kendala struktural dalam membangun komunikasi publik yang merata.

Dalam konteks ini, pendekatan teori Uses and Gratifications menjadi relevan. Teori ini menggarisbawahi bahwa pengguna media akan memilih platform berdasarkan kebutuhan spesifik, seperti informasi, hiburan, interaksi sosial, atau identitas personal (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Maka, keberadaan masyarakat yang tidak menggunakan Instagram bukan semata karena kendala teknis, tetapi juga karena kebutuhan dan preferensi komunikasi mereka tidak selaras dengan karakteristik media tersebut. Oleh karena itu, strategi komunikasi Kementerian seharusnya diarahkan pada pemetaan kebutuhan audiens lintas demografi dan penyusunan konten yang sesuai dengan perilaku penggunaan media mereka.

Lebih jauh, konsep media *ecology* dari Neil Postman (1970) juga dapat digunakan untuk menjelaskan dinamika ini. Postman menekankan bahwa setiap medium membawa logikanya sendiri dalam menyampaikan pesan, dan perubahan medium akan membawa perubahan dalam struktur sosial dan cara manusia memahami realitas. Dalam hal ini, Instagram sebagai media yang sangat visual menuntut strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga estetik, cepat, dan mudah dikonsumsi dalam format visual. Jika konten yang disajikan oleh akun-akun Kementerian PU tidak memenuhi ekspektasi visual dan tempo konsumsi media digital modern, maka wajar jika engagement yang dihasilkan pun rendah, meskipun jumlah pengikut cukup tinggi.

Dengan kata lain, permasalahan yang dihadapi Kementerian PUPR bukan hanya tentang kuantitas kanal atau jumlah pengguna media sosial, melainkan bagaimana substansi konten, strategi komunikasi, serta inklusivitas distribusi informasi dapat disesuaikan dengan keragaman publik yang menjadi sasarannya. Ke depan, perlu ada reformulasi strategi kampanye digital yang menekankan pada pemanfaatan multi-platform (Facebook, YouTube, WhatsApp Channel, X/Twitter, TikTok, dan Telegram) dengan format konten yang sesuai dengan segmentasi demografis dan sosiokultural masyarakat Indonesia.

Sebagai contoh, platform WhatsApp dan Facebook memiliki penetrasi pengguna yang lebih tinggi di wilayah rural dan menengah ke bawah, sementara Instagram dan TikTok cenderung dominan di kalangan urban, profesional muda, dan pelajar (We Are Social, 2024). Maka dari itu, desentralisasi strategi komunikasi yang berbasis pada data audiens dan pola konsumsi media digital perlu dikembangkan agar penyebaran informasi publik tidak timpang dan bersifat elitis.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa kendala pemahaman masyarakat terhadap Kementerian PU tidak bisa dilepaskan dari tantangan struktural dan kultural dalam komunikasi digital pemerintah. Diperlukan kebijakan yang menempatkan komunikasi sebagai instrumen strategis pemerintahan, bukan hanya sebagai fungsi pelengkap, agar keberhasilan kampanye digital tidak hanya dilihat dari indikator simbolik seperti penghargaan, tetapi dari keberdayaan masyarakat dalam memahami dan berpartisipasi aktif dalam agenda-agenda pembangunan nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dapat disimpulkan bahwa Kementerian Pekerjaan Umum telah memanfaatkan platform media sosial Instagram sebagai bagian dari strategi komunikasi publik digital. Pemilihan Instagram sebagai media utama didasari oleh karakteristiknya yang visual, cepat, dan interaktif dalam menyampaikan informasi kelembagaan dan pembangunan infrastruktur kepada masyarakat. Hasil temuan menunjukkan bahwa meskipun Kementerian PU telah memiliki ratusan akun media sosial, hanya sebagian kecil (44 dari 574 akun) yang terkelola secara optimal, dan sebagian besar mengalami kendala dalam konsistensi identitas visual, rendahnya interaksi, serta kurangnya strategi konten berbasis audiens.

Penurunan jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Agustus 2024 turut mempersempit jangkauan kampanye digital kementerian, yang hanya mampu menjangkau sekitar 31,6% dari total populasi. Hal ini memperlihatkan adanya kebutuhan mendesak untuk mengembangkan strategi komunikasi lintas platform guna memperluas partisipasi publik. Temuan ini menegaskan bahwa keberadaan akun media sosial tidak menjamin efektivitas komunikasi institusional. Dibutuhkan tata kelola media sosial yang baik, strategi konten yang inovatif, serta pelatihan SDM yang kompeten agar media sosial benar-benar mampu menjadi ruang komunikasi publik yang partisipatif dan inklusif.

Dalam kerangka teori uses and gratifications, media ecology, dan komunikasi organisasi, komunikasi digital yang efektif memerlukan kesesuaian antara media yang digunakan, kebutuhan audiens, dan konteks sosial-budaya yang dihadapi. Dengan demikian, riset ini memberikan kontribusi penting bagi penguatan strategi komunikasi digital institusi pemerintah, khususnya melalui pembenahan aspek visual, strategi konten berbasis audiens, serta diversifikasi kanal komunikasi yang terintegrasi dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, Y.D.S., Septi, & Lasso, A.H. (2024). Pemanfaatan Promosi Media Instagram Untuk Keberlanjutan Desa Budaya Kertalangu, Bali. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(1), 86-98.
- Berger, A.A. (2023). Analog and Digital. *Journal of Cyberspace Studies*, 7(2), 105-114.
- Boucher, P. (2020). *Artificial Intelligence: How does it work, Why does it matter, and What can we do about it*. Brussels: Scientific Foresight Unit (STOA).
- De Poel, Ibo Van. (2020). Three Philosophical Perspectives on the Relation Between Technology and Society, and How They Affect the Current Debate about Artificial Intelligence. *Human Affairs*, 30. 499-511. DOI: 10.1515/humaff-2020-0042. <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-instagram-2024-indonesia>.
- Fujiyama. (2024, Augt 15). *Teknologi 4G dan 5G: Pengertian, Kelebihan, dan Manfaat*. <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/teknologi-4g-dan-5g-pengertian-kelebihan-pmanfaat/>.
- Hidayat, M., Ryan, R & Wenggi, I.R.. (2022). Kualitas Pelayanan Publik Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Twitter @DKIJakarta). *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 14(2), 233-246. DOI: <https://doi.org/10.33701/jiapt.v14i2>.
- Kusumawati, M.A. (2021). *Peningkatan Kualitas Layanan Informasi Publik Melalui Pengelolaan Media Sosial yang Terpadu dan Efektif*. Laporan Implementasi Aksi Perubahan, Pelatihan Kepemimpinan Administrator Balai Pengembangan Kompetensi PUPR Wilayah III Jakarta Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.

- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2020). *Theories of Human Communication* (12th ed), Waveland Press, Inc. MILLER, K. (2005).
- Nurimansyah, R., Ulhaq, M.D., Thariq, B.M., & Rahmawati, T. (2024). Audit Komunikasi Media Sosial Instagram PU @KEMENPU. *Jurnal Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba*, 6(5), 2220-2234. DOI: 10.47476/reslaj.v6i5.1208.
- Obeidat, M., Whitney, P & Jackson. L. (2020). Mobile Technology Innovation. *International Management Review*, 16(1).
- Pangkey, D. E., Tulung, L. E., & Lotulung, L. J. H. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Desa Wisata di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 5(1), 110-120. <https://doi.org/10.3129/jipikom.v5i1.1584>.
- Tendi. (2016). Sosiologi Digital: Suatu Paradigma Baru dalam Kajian Ilmu Sosial. *Jurnal Sosio Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(2), 135-146.
- Utari, P., Pramana, P., & Ramadhani, A. (2024). Beyond Human Communication: The Artificial Intelligence Phenomenon in the Perspective of Communication Theory. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 135-151. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.135-151>
- Wajcman, J. (2022). *Technology and Time. The Oxford Handbook of Digital Media Sociology*. New York: Oxford University Press.
- Zulfikri, M & Amani, A. (2024). Transformasi Digital: Menggali Potensi Teknologi Terkini Dalam Pengelolaan Dokumen Dan Informasi Kantor Pada Perusahaan PT. Victory Prima Abadi. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(3). 01-12. DOI : <https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i2.107>