

ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI PADA HUMAS KABUPATEN BARITO UTARA DALAM PENGELOLAAN INSTAGRAM @HUMAS_BARUT

Norwahidin Aditama¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia,
norwahidinaditama@student.telkomuniversity.ac.id

² Dosen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia,
muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Social media is essential for government communication. The Instagram account @humas_barut, managed by the Public Relations Department of Barito Utara Regency, aims to enhance transparency, participation, and public engagement through interactive and visual content. However, limited staff and expertise impact the quality of audience interactions. This study uses a qualitative descriptive approach, involving interviews and organizational theory analysis by Littlejohn & Foss (2017), focusing on structure, management, and organizational culture. The findings reveal that despite resource limitations, the Public Relations team effectively maintains a high engagement rate by prioritizing relevant and appealing content. Collaboration within the organization and leveraging tools like Canva facilitate the production of quality visual content. This study highlights practical insights into implementing efficient organizational communication strategies for social media management in government contexts, demonstrating success even with constrained resources.

Keywords: Digital Strategy, Instagram, Organizational Communication, Social Media, Transparency

Abstrak

Media sosial menjadi elemen penting dalam komunikasi pemerintah. Akun Instagram @humas_barut, yang dikelola oleh Humas Kabupaten Barito Utara, bertujuan meningkatkan transparansi, partisipasi, dan keterlibatan masyarakat melalui konten interaktif dan visual. Namun, keterbatasan jumlah staf dan keahlian berdampak pada kualitas interaksi dengan audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan wawancara dan analisis teori organisasi Littlejohn & Foss (2017), yang mencakup dimensi struktur, manajemen, dan budaya organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sumber daya manusia terbatas, Humas Kabupaten Barito Utara mampu mempertahankan tingkat keterlibatan yang tinggi dengan mengutamakan strategi komunikasi yang relevan dan menarik. Kolaborasi internal dan pemanfaatan alat sederhana seperti Canva berhasil mendukung pembuatan konten visual berkualitas. Penelitian ini memberikan wawasan praktis tentang strategi komunikasi organisasi yang efisien dalam pengelolaan media sosial pemerintah, bahkan dengan keterbatasan sumber daya.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Organisasi, Media Sosial, Strategi Digital, Transparansi

I. PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi publik di era digital telah menjadi kebutuhan penting bagi instansi pemerintahan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial seperti Instagram memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan pesan-pesan mereka secara lebih cepat, interaktif, dan visual, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan media sosial oleh pemerintah dapat meningkatkan transparansi, partisipasi, dan keterlibatan masyarakat dalam program-program yang dijalankan. Namun, akun Instagram @humas_barut milik Humas Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah masih menghadapi

tantangan dalam pengelolaannya. Fenomena permasalahan yang muncul adalah kurangnya tim Media Komunikasi Publik yang terampil, khususnya dalam hal desain grafis dan pengolahan data untuk infografis. Situasi ini berdampak pada kurangnya variasi dan kualitas konten yang dihasilkan, yang pada akhirnya mempengaruhi efektivitas komunikasi publik dari akun tersebut.

Saat ini, akun @humas_barut hanya dikelola oleh 1 hingga 2 orang yang bertanggung jawab atas berbagai tugas mulai dari membuat konten, mendesain grafis, hingga memproses data infografis. Minimnya jumlah personel ini menyebabkan beban kerja yang tinggi dan kurangnya spesialisasi menyebabkan konten yang diproduksi sering kali kurang optimal, terutama dalam hal infografis yang seharusnya dapat membantu menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Keterbatasan jumlah dan keahlian tim pengelola mempengaruhi kualitas interaksi pemerintah dengan audiens di media sosial, khususnya Instagram, di mana fitur interaktif seperti komentar dan polling seharusnya dapat meningkatkan keterlibatan publik. Namun, dengan sumber daya yang terbatas, respons terhadap umpan balik masyarakat menjadi lambat, mengurangi partisipasi aktif. Beban kerja yang tinggi juga menghambat kreativitas dalam pembuatan konten, menghasilkan materi yang monoton dan kurang variatif, serta mengabaikan proses revisi dan evaluasi yang penting untuk memastikan akurasi informasi. Minimnya tenaga ahli dalam desain grafis mengakibatkan tampilan visual yang kurang menarik, sehingga mengurangi ketertarikan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan fitur-fitur kreatif seperti Instagram Stories dan Reels terabaikan karena fokus pengelola pada tugas utama. Meskipun infografis diakui sebagai alat strategis untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, keahlian dalam pengolahan data dan desain grafis masih menjadi tantangan dalam pengelolaan akun Instagram @humas_barut.

Adanya keterbatasan sumber daya manusia biasanya menghambat efektivitas pengelolaan media sosial. Namun, Humas Kabupaten Barito Utara mampu mempertahankan bahkan meningkatkan engagement rate dengan rata-rata like sebanyak 65,44 dan komentar sebesar 0,25 per unggahan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tim @humas_barut kekurangan tenaga ahli, mereka mampu mengelola konten dengan baik sehingga tetap menarik perhatian dan partisipasi pengguna, terlihat seperti pada Tabel 1.1 di bawah.

Table 1 Perbandingan Instagram @humas_barut, @diskominfo_barsel, dan diskominfomurakab

Akun Instagram	Followers	Media Uploads	Engagement Rate	Average Likes	Average Comments
@diskominfo_barsel	1.567	1.428	0.40%	11.55	0.02
@diskominfomurakab	2.533	2.802	0.67%	17.19	0.06
@humas_barut	9.201	4.488	0.70%	65.44	0.25

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Akun @humas_barut dari Kabupaten Barito Utara menonjol dengan jumlah pengikut tertinggi dan engagement rate yang lebih baik dibandingkan akun lainnya. Hal ini menunjukkan efektivitas akun ini dalam menarik perhatian dan partisipasi dari audiens, meskipun terdapat keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaannya. Sementara itu, @diskominfo_barsel dan @diskominfomurakab juga aktif dalam memanfaatkan Instagram, tetapi keduanya memiliki jumlah pengikut dan engagement rate yang lebih rendah. Ini menunjukkan bahwa meskipun sama-sama mengelola media sosial, pendekatan dan hasil yang dicapai oleh setiap akun berbeda.

Dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi, Humas Pemerintahan Kabupaten Barito Utara telah menunjukkan komitmen yang nyata. Meskipun dengan adanya kekurangan sumber daya manusia dalam bidang tertentu akan tetapi kerja keras seluruh tim @humas_barut menunjukkan keberhasilan yang cukup signifikan dibandingkan akun Instagram pemerintah lainnya. Hal ini tercermin dari jumlah pengikut Instagram terbanyak dan engagement rate dibandingkan akun-akun pemerintah kabupaten lainnya, dan jumlah ini terus mengalami peningkatan sejak penelitian ini dimulai

Melalui penjabaran di atas dapat dilihat bahwa Instagram_humas_barut dapat memperoleh engagement tinggi meskipun dengan keadaan sumber daya yang terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi organisasi pada Humas Kabupaten Barito Utara dalam pengelolaan Instagram humas_barut. Penelitian ini mengacu pada Teori Organisasi oleh Littlejohn dan Foss(2017). Adapun pendekatan kualitatif dilakukan dengan metode menganalisis dokumen, melakukan wawancara mendalam, dan mengamati peristiwa (observasi) selama melakukan penyusunan datanya digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui bagaimana Humas Kabupaten Barito Utara

Dalam Mengelola Instagram @humas_barut. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dengan melihat adanya peluang instansi memanfaatkan komunikasi digital melalui platform Instagram.

II. TINJAUAN LITERATUR

Teori Organisasi

Menurut Littlejohn dan Foss (2017), Teori ini membagi kajian organisasi ke dalam tiga dimensi utama: struktur, bentuk, dan fungsi organisasi; manajemen, kontrol, dan kekuasaan; serta budaya organisasi. Dimensi struktur menyoroti hierarki, pembagian kerja, serta mekanisme koordinasi antar unit yang memengaruhi kinerja dan efisiensi organisasi. Sementara itu, dimensi manajemen berfokus pada pengambilan keputusan, mekanisme kontrol, dan distribusi kekuasaan, baik secara formal maupun melalui dinamika interpersonal. Budaya organisasi melengkapi kerangka ini dengan menyoroti nilai-nilai, norma, dan praktik yang memengaruhi perilaku individu serta kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan.

Dalam pengelolaan akun Instagram @humas_barut oleh Humas Kabupaten Barito Utara, teori ini relevan untuk mengevaluasi tantangan dan strategi pengelolaan sumber daya manusia. Dimensi struktur mengungkapkan bagaimana keterbatasan personel dan kurangnya spesialisasi berdampak pada tingginya beban kerja serta kualitas konten yang dihasilkan. Dimensi manajemen membantu menganalisis kebijakan pengembangan keterampilan, seperti pelatihan desain grafis dan analisis data untuk infografis. Adapun dimensi budaya organisasi, dengan fokus pada nilai kerja tim, dapat memberikan wawasan dalam menciptakan budaya kolaboratif yang mendukung efektivitas komunikasi publik melalui media sosial.

Media Sosial Dalam Humas Pemerintahan

Media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam komunikasi pemerintah, terutama untuk keperluan humas (hubungan masyarakat) yang bertujuan membangun keterbukaan, partisipasi publik, dan memperkuat kepercayaan masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Suryani (2020), media sosial memungkinkan pemerintah untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat, memberikan informasi terbaru, serta mengklarifikasi isu-isu yang mungkin dapat menimbulkan kesalahpahaman. Dalam konteks pemerintahan Indonesia, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memberikan peluang besar untuk menyebarluaskan informasi kebijakan dan program pemerintah kepada khalayak yang lebih luas dengan cara yang lebih cepat dan interaktif dibandingkan media konvensional.

Humas Pemerintahan

Humas pemerintahan atau Government Public Relations adalah fungsi komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk menyebarluaskan informasi publik, membangun hubungan dengan masyarakat, dan menciptakan citra positif bagi instansi pemerintah. Menurut Santoso (2019), humas pemerintahan bertugas menyampaikan kebijakan dan program pemerintah secara transparan kepada masyarakat, sekaligus memastikan bahwa masyarakat memahami maksud dan tujuan dari kebijakan tersebut. Di Indonesia, humas pemerintahan memegang peran strategis dalam menghubungkan pemerintah dengan masyarakat, terutama dalam merespons berbagai isu publik dan mengelola krisis. Humas pemerintah yang efektif dianggap mampu membangun komunikasi yang kredibel dan dipercaya publik, yang merupakan pondasi penting dalam mengelola kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang menawarkan fitur-fitur interaktif, seperti Stories, Reels, dan Live, yang memungkinkan organisasi untuk menyampaikan pesan dengan lebih kreatif dan menarik (Agung & Santoso, 2021). Menurut Social Blade (2024), Instagram sangat populer di Indonesia, menjadikannya media efektif untuk menjangkau khalayak yang luas, terutama generasi muda yang menjadi pengguna dominan platform ini. Studi Kearney (2018) menggarisbawahi bahwa fitur-fitur Instagram, seperti infografis dan Stories, efektif dalam menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi visual yang mudah dipahami. Fitur Instagram Stories, misalnya, dapat digunakan oleh organisasi pemerintah untuk memberikan update secara berkala tentang kebijakan atau program, sementara Reels dapat membantu memvisualisasikan data atau informasi dalam bentuk yang lebih menarik dan informatif (We Are Social & Hootsuite, 2024).

New Media

New media merujuk pada media berbasis digital yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet untuk menyebarkan informasi serta memungkinkan interaksi langsung antara pengguna. Menurut McQuail (2010), new media mencakup berbagai platform digital seperti situs web, blog, email, media sosial, dan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna berperan aktif dalam produksi dan distribusi konten. Di Indonesia, perkembangan new media sangat pesat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dan penetrasi perangkat digital. Hal ini, menurut Kurniawati (2018), membuat new media menjadi sarana yang efektif untuk komunikasi modern, terutama dalam menyampaikan pesan dengan cepat dan luas kepada publik.

Digital PR

Digital Public Relations (Digital PR) adalah bentuk pengembangan dari public relations tradisional yang menggabungkan teknologi digital dalam penyampaian pesan dan membangun hubungan dengan publik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lisa Rosalina (2023), Digital PR bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan melalui media digital dan sosial, serta memanfaatkan platform-platform ini untuk menyebarkan informasi secara lebih cepat dan luas. Dalam konteks diseminasi informasi, Digital PR memiliki peran penting karena dapat menyebarluaskan pesan yang lebih terarah kepada audiens tertentu melalui analitik dan teknologi yang tersedia. Hal ini memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan proses penyebaran informasi sehingga lebih efektif dan efisien dalam menjangkau audiens.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma interpretif menekankan pemahaman mendalam tentang bagaimana individu membentuk makna melalui interaksi sosial dan pengalaman pribadi. Menurut Toni. A (2017), pendekatan interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan kontekstual, dengan makna yang beragam tergantung pada perspektif individu. Menurut Toni. A(2017), Penelitian dengan paradigma interpretif menganggap bahwa fenomena sosial dapat memiliki makna berbeda berdasarkan konteksnya. Pendekatan ini bersifat induktif, dimulai dari pengamatan spesifik menuju generalisasi yang lebih abstrak, dan idiografis, berupaya memahami realitas melalui simbol atau narasi deskriptif. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dipilih untuk menganalisis komunikasi organisasi Humas Kabupaten Barito Utara dalam mengelola akun Instagram @humas_barut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami berbagai makna yang muncul dari perspektif para narasumber terkait pengelolaan media sosial tersebut.

Subjek penelitian ini adalah Bapak Rafsan Ziannoor Pengelola Bahan Informasi dan Komunikasi di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik sebagai informan kunci. Objek yang diteliti adalah komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Humas Kabupaten Barito Utara dalam mengelola akun Instagram @humas_barut. Peneliti akan mengeksplorasi bagaimana komunikasi organisasi diterapkan oleh tim humas dalam pengelolaan media sosial, serta tantangan dan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut.

Peneliti memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah peneliti memperoleh seluruh data, peneliti akan menganalisis data yang dibagi menjadi tiga yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini dilakukan keabsahan data atau pengecekan data dengan teknik triangulasi dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun penelitian ini melakukan pemeriksaan data dengan triangulasi sumber yaitu melakukan pemeriksaan data yang diperoleh dari berbagai informan yaitu Informan Kunci, Ahli, dan Pendukung. Data yang diterima dari seluruh informan akan dianalisis dan dideskripsikan guna menghasilkan data yang valid dan relevan untuk mengetahui kesimpulan dari Analisa komunikasi organisasi dalam pengelolaan Instagram @humas_barut yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Barito Utara.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Struktur, Bentuk, dan Fungsi Organisasi pada Instagram @humas_barut

Pengelolaan akun Instagram @humas_barut menghadapi keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Namun, strategi yang efektif dan efisien, seperti memprioritaskan konten informatif dan relevan, pemanfaatan fitur kreatif Instagram, serta respons cepat terhadap audiens, berhasil mempertahankan kualitas konten sekaligus meningkatkan interaksi dengan publik. Teori inti dari Littlejohn dan Foss(2017), tentang struktur, bentuk, dan fungsi organisasi menyoroti pentingnya adaptasi dan efisiensi dalam menghadapi keterbatasan sumber daya. Temuan penelitian ini selaras dengan teori tersebut karena menunjukkan bagaimana organisasi mampu mengoptimalkan struktur dan fungsi

melalui strategi berbasis data, teknologi, dan kolaborasi lintas fungsi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif di platform digital.

Andhini Hastrida (2021), menyoroti pentingnya transparansi, keterbukaan, kolaborasi, dan manajemen risiko dalam pengelolaan media sosial pemerintah. Pada Instagram @humas_barut menunjukkan bahwa strategi ini diimplementasikan melalui kolaborasi lintas fungsi dan penggunaan teknologi seperti Canva untuk menciptakan konten yang menarik dan informatif meskipun dengan keterbatasan SDM. Hal ini mencerminkan keselarasan dalam pengelolaan komunikasi organisasi yang berbasis efisiensi dan keterlibatan publik. Edy dan Farid (2018), menekankan efektivitas infografis dalam menyampaikan informasi secara visual untuk meningkatkan pemahaman audiens, terutama generasi muda. Pada @humas_barut, pendekatan serupa diterapkan dengan memanfaatkan infografis dan fitur interaktif seperti polling untuk menyampaikan informasi secara sederhana, menarik, dan relevan. Ini menunjukkan bagaimana inovasi desain visual dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Penerapan struktur, bentuk, dan fungsi organisasi pada akun Instagram @humas_barut melibatkan strategi adaptif untuk mengatasi keterbatasan SDM. Dengan memanfaatkan teknologi sederhana seperti Canva dan fitur Instagram seperti Reels dan Stories, organisasi berhasil menciptakan konten yang informatif dan menarik. Kolaborasi lintas fungsi menjadi elemen kunci dalam penerapan fungsi organisasi di @humas_barut. Kerja sama antara tim pengelola konten, desainer grafis, dan analis data dapat meningkatkan kualitas visual dan efisiensi dalam pengelolaan waktu. Selain itu, organisasi juga menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan untuk pelatihan desain grafis, memperluas kapasitas teknis tim tanpa ketergantungan pada pihak luar. Pendekatan kolaboratif ini sejalan dengan penelitian Andhini Hastrida (2021), yang menyoroti pentingnya kolaborasi untuk mendukung pengelolaan media sosial yang efektif.

Penerapan Manajemen, Kontrol, dan Kekuasaan Organisasi pada Instagram @humas_barut

Tata kelola akun Instagram @humas_barut dilakukan dengan memperkuat keterampilan tim melalui pelatihan desain grafis, memanfaatkan teknologi sederhana seperti Canva, dan mengatur jadwal konten secara terencana. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual dan menyederhanakan penyampaian informasi di tengah keterbatasan SDM dan perangkat. Teori inti Littlejohn dan Foss (2017) terkait manajemen, kontrol, dan kekuasaan organisasi menekankan perlunya pengelolaan yang efektif untuk mengintegrasikan fungsi organisasi dengan tujuan strategisnya. Hasil penelitian ini selaras dengan teori tersebut, karena @humas_barut berhasil memanfaatkan struktur tata kelola yang terorganisasi dengan baik untuk mengatasi tantangan keterbatasan sumber daya dan mencapai tujuan komunikasi organisasi. Rendi dan Devianty (2023), menemukan bahwa komunikasi satu arah menjadi kendala dalam pengelolaan media sosial pemerintah. Dalam konteks @humas_barut, kendala tersebut diatasi melalui strategi komunikasi dua arah, seperti penggunaan fitur interaktif (polling, Q&A) dan respons cepat terhadap komentar. Pendekatan ini menunjukkan peningkatan keterlibatan publik dan efektivitas komunikasi, yang relevan dengan hasil penelitian ini. Kekuasaan organisasi dalam pengelolaan Instagram @humas_barut tidak hanya digunakan untuk mengontrol, tetapi juga untuk memberdayakan tim melalui pelatihan internal dan pengadaan teknologi sederhana seperti Canva. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan anggota tim terhadap tugas mereka, mencerminkan penerapan teori Littlejohn dan Foss (2017). Manajemen @humas_barut difokuskan pada efisiensi kerja dengan pembagian peran yang jelas dan kolaborasi lintas fungsi, seperti antara pengelola konten dan desainer grafis. Tim juga melibatkan institusi pendidikan untuk memberikan pelatihan tambahan, yang meningkatkan kompetensi tanpa membebani anggaran organisasi. Adapun evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan kualitas konten yang diunggah tetap relevan dan informatif. Tim menggunakan data engagement untuk menentukan jenis konten yang paling diminati audiens, menciptakan keseimbangan antara konten informatif dan interaktif. Selain itu, penggunaan alat analitik media sosial membantu menjaga konsistensi dalam waktu unggahan, mendukung penelitian Rendi Budi Syahputra et al. (2023), yang menyoroti pentingnya komunikasi dua arah yang strategis.

Bagan hasil menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan temuan secara logis, menghubungkannya dengan sumber referensi yang relevan.

Penerapan Budaya Organisasi pada Instagram @humas_barut

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan kultur organisasi pada akun Instagram @humas_barut mencakup konsistensi dalam memposting konten, respons cepat terhadap komentar audiens, dan fokus pada tema lokal yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini berhasil membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas

audiens, dan menciptakan interaksi yang lebih personal. Menurut teori Littlejohn dan Foss(2017), budaya organisasi mencerminkan nilai, norma, dan praktik yang menjadi landasan dalam beroperasi. Dalam penerapan kultur organisasi yang mengedepankan konsistensi, relevansi, dan keterbukaan mencerminkan keselarasan dengan teori ini. Tim @humas_barut mengimplementasikan budaya konsistensi dengan menjadwalkan unggahan secara teratur dan menyusun konten berdasarkan isu-isu terkini yang relevan dengan masyarakat. Strategi ini membangun kepercayaan publik sekaligus memperkuat identitas organisasi, sejalan dengan teori Littlejohn dan Foss (2017), yang menekankan pentingnya konsistensi sebagai bagian dari nilai organisasi. Budaya keterbukaan tercermin dari kecepatan respons terhadap komentar dan pesan dari audiens. Praktik ini menunjukkan bahwa organisasi menghargai partisipasi publik dan bersedia mendengar kebutuhan mereka. Hal ini mendukung temuan Andhini Hastrida (2021) tentang pentingnya komunikasi responsif untuk membangun kepercayaan publik. Pendekatan kultur @humas_barut memprioritaskan tema-tema lokal, seperti kebijakan pemerintah daerah dan acara budaya, untuk menciptakan relevansi dengan audiens. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga membangun hubungan emosional yang kuat antara organisasi dan masyarakat. Strategi ini mendukung penelitian Ratu Rania & Anisa Diniati (2023) yang menekankan pentingnya konten menarik dan relevan untuk mengatasi monotonitas. Narasi visual seperti infografis dan video pendek menjadi bagian penting dalam budaya organisasi di @humas_barut. Konten yang menarik dan informatif mencerminkan nilai organisasi yang berorientasi pada penyampaian informasi yang sederhana namun efektif. Kolaborasi antara anggota tim, seperti pengelola konten dan desainer grafis, menciptakan sinergi yang memperkuat budaya organisasi di @humas_barut. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana kolaborasi dapat mendukung pelaksanaan budaya organisasi yang inklusif, mendukung kesimpulan Andhini Hastrida (2021) tentang pentingnya kolaborasi dalam pengelolaan media sosial pemerintah. Anala & Azzahra (2023), menyoroti pentingnya strategi peningkatan kinerja melalui pelatihan dan pengembangan SDM untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia. Pelatihan internal tim dalam pengelolaan Instagram @humas_barut untuk meningkatkan keterampilan desain grafis mencerminkan implementasi budaya organisasi yang memberdayakan anggota tim untuk mengoptimalkan kinerja mereka.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari penelitian berjudul “Analisa Komunikas Organisasi Humas Kabupaten Barito Utara Dalam Pengelolaan Instagram @humas_barut” menerapkan tiga dimensi yang dikembangkan oleh Littlejohn dan Foss dalam pengelolaan Instagram @humas_barut yang dilakukan berdasarkan modelnya, yaitu ; 1)Struktur, Bentuk, dan Fungsi Organisasi, humas Kabupaten Barito Utara telah menerapkan struktur organisasi yang mendukung pengelolaan Instagram @humas_barut. Bentuk komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan publik, sementara fungsi organisasi dijalankan untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada Masyarakat. 2)Manajemen, Kontrol, dan Kekuasaan Organisasi, dalam pengelolaan Instagram @humas_barut, Humas Kabupaten Barito Utara menerapkan strategi manajemen yang sistematis, melakukan kontrol terhadap konten yang dipublikasikan, serta memanfaatkan kewenangan organisasi untuk memastikan kelancaran komunikasi dengan publik. 3)Budaya Organisasi, budaya organisasi turut berperan dalam membentuk cara Humas Kabupaten Barito Utara mengelola Instagram @humas_barut. Nilai-nilai organisasi tercermin dalam pola komunikasi, gaya penyampaian informasi, dan interaksi dengan audiens yang mencerminkan identitas serta tujuan humas pemerintah daerah.

Secara keseluruhan, penerapan model komunikasi organisasi Littlejohn dan Foss dalam pengelolaan Instagram @humas_barut berjalan dengan baik. Humas Kabupaten Barito Utara mampu mengintegrasikan struktur organisasi, strategi manajemen, dan budaya organisasi untuk mengoptimalkan Instagram sebagai media komunikasi yang efektif bagi masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat dua saran utama yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan Instagram @humas_barut, baik dari segi praktis maupun akademis.

1.Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam mengenai efektivitas penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah dalam membangun komunikasi yang lebih transparan dan interaktif dengan masyarakat. Studi ini dapat mencakup analisis keterlibatan publik, pola komunikasi yang efektif, serta dampak media sosial terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah.

2.Saran Praktis

Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Strategi Pengelolaan Konten Humas Kabupaten Barito Utara perlu menambah tenaga ahli di bidang desain grafis, analisis data, dan strategi media sosial agar konten yang dihasilkan lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Selain itu, pengelolaan konten perlu lebih strategis dengan memperhatikan tren media sosial, kreativitas dalam penyajian informasi, serta peningkatan interaksi dengan masyarakat.

REFERENSI

- Cahya, A., Rustamaji, P., Widodo Nugroho, A., Sandi, P. H., Muhammad, I., & Putra, M. (n.d.). Peningkatan Kualitas SDM dalam Pengelolaan Media Sosial pada Sektor UMKM. *Abdimas Indonesian Journal*, 4, 2808–5094. <https://doi.org/10.59525/aij.v4i1.331>
- Chon, M. G., & Kim, S. (2022). Dealing with the COVID-19 crisis: Theoretical application of social media analytics in government crisis management. *Public relations review*, 48(3), 102201.
- Fitriasari, N. A., Galih, S. T., & Prakoso, S. A. (2024). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Website Printblcdesigns. Com untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 10(2), 519-533.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Sage.
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149-165.
- Juliyanto, E., & Rusdi, F. (n.d.). Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/infographic>
- Kinerja, O., Digitalisasi, S. M., Dokumen, M., Mirandha,), Riana, A., Syarif, R., Anhar,), Malik, J., Fitriyani,), Nur, K., Syahnur, F., Waspada, S., & Arifin,) Iskandar. (2024). Mirandha Ariesca Riana, et.al Optimalisasi Kinerja SDM Melalui Digitalisasi dan Manajemen Dokumen. 6(1), 329–336. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4152>
- McNutt, M. K., Bradford, M., Drazen, J. M., Hanson, B., Howard, B., Jamieson, K. H., Kiermer, V., Marcus, E., Pope, B. K., Schekman, R., Swaminathan, S., Stang, P. J., & Verma, I. M. (2018). Transparency in authors' contributions and responsibilities to promote integrity in scientific publication. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 115(11), 2557–2560. <https://doi.org/10.1073/pnas.1715374115>
- Nuruzzaman, M., Nurfalah, F., Khumayah, S., Irawan, N., & Santika, R. N. (2024). Digital Public Relations Communication Strategy in Swadaya Gunung Jati University, Indonesia dan Thai Global Bisnis Administration Technological College, Thailand. *European Journal of Communication and Media Studies*, 3(1), 1-6.
- Pham, T. T. P., Truong, G. Q., Van Nguyen, T., & Nguyen, P. V. (2023). The meaning of public service motivation: human resource management practices in the public sector. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 12(2), 1-27.
- Pratama, M. F. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram@ Kominfobogor. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 291-302.
- Riana, D., Subekti, A., Pardede, H. F., Putra, Z. P., & Aziz, F. (2022). Penyuluhan Literasi Media untuk Bijak di Media Sosial dan Pemanfaatan Media Digital. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1522>
- Rorong, M. J. (2019). Penempatan Teori Dalam Ilmu Komunikasi:(Kajian Kepustakaan Dalam Perspektif Deductive-Interpretive). *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(1), 90-107

Ruchiat Nugraha, A., Fatma Sjoraida, D., Komala Erdinaya, L., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221–239.

Sari, A. R. (2024). Strategies Of Implementation Of The Capacities Of The Governmental Applications In Providing Quality Of Public Sservices. *International Journal Of Society Reviews*, 2(5), 1393-1404.

Sepdiansyah, W. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Layanan Informasi Pemerintahan Pada Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bandung Barat (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).

Siregar, R. B. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Pembangunan Di Kota Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 1047-1054. Nama Belakang/Keluarga Penulis, Nama inisial Penulis. (Tanggal Publikasi). *Judul Bahan Pustaka* (Edisi, Halaman dll.). Lokasi Penerbit: Nama Penerbit. Retrieved from URL (jika sumber online).

