



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 13227-13236

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Komunikasi Digital Dalam Publikasi dan Dokumentasi Kegiatan Pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan

Eko Hariadi¹, Arrum Dara Efda², Izzaty Zephaniah³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Insan Cita Indonesia

¹ekohariadimultimedia@gmail.com, ²arrumdara@uici.ac.id, ³izzatzzeph.com@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi digital dalam publikasi dan dokumentasi kegiatan pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinas telah memanfaatkan berbagai platform media digital, seperti Instagram (@disdikbud_balangan) dan Facebook, sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi kegiatan kepada masyarakat. Selain itu, penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva dan Adobe Photoshop turut mendukung proses pembuatan konten visual yang informatif dan menarik. Media digital digunakan untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan, mulai dari program pendidikan, kegiatan kebudayaan, hingga kerja sama eksternal, sehingga berfungsi sebagai sarana transparansi dan publikasi institusi. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan sejumlah kendala, di antaranya manajemen konten yang belum terstruktur dan cenderung dilakukan secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Hal ini berdampak pada ketidakkonsistenan jadwal unggahan serta kurang optimalnya jangkauan audiens. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia di bidang dokumentasi, peralatan yang belum memadai, serta belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus untuk dokumentasi digital menjadi hambatan dalam optimalisasi strategi komunikasi digital. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan strategi komunikasi digital melalui penyusunan kalender konten yang terencana, pengembangan SOP dokumentasi digital, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan yang berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan pengelolaan komunikasi digital dapat berjalan lebih profesional, efektif, dan mampu meningkatkan kualitas publikasi serta citra institusi di mata masyarakat.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Digital, Dokumentasi Digital, Publikasi, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Media Sosial

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah memberikan perubahan yang signifikan terhadap cara instansi pemerintah menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media digital seperti Instagram, Facebook, website resmi, serta berbagai platform desain dan pengelolaan konten kini menjadi sarana utama dalam proses dokumentasi dan publikasi kegiatan. Pemanfaatan media digital tidak hanya mempercepat distribusi informasi, tetapi juga memungkinkan penyajian data dan aktivitas secara lebih menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh publik.

Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan merupakan salah satu instansi pemerintah daerah yang memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan pendidikan serta pelestarian kebudayaan. Dengan banyaknya program dan kegiatan yang dilaksanakan setiap tahun, kebutuhan akan sistem dokumentasi yang baik dan mekanisme promosi yang efektif menjadi sangat penting. Dokumentasi yang rapi dan publikasi yang terstruktur membantu meningkatkan transparansi lembaga serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap layanan pendidikan dan kebudayaan.

Perkembangan komunikasi digital di Indonesia didukung oleh tingginya penetrasi internet dan media sosial secara nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam laporan Statistik Telekomunikasi Indonesia, mayoritas penduduk Indonesia telah mengakses internet, dengan lebih dari 70% rumah tangga memiliki akses

internet dalam beberapa tahun terakhir. Dari jumlah tersebut, sebagian besar pengguna memanfaatkan internet untuk mengakses media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan hiburan.

Selain itu, data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta orang, dengan media sosial menjadi salah satu layanan yang paling sering diakses. Platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok menjadi media utama dalam penyebaran informasi publik.

Data ini menunjukkan bahwa media sosial bukan lagi sekadar sarana komunikasi personal, tetapi telah menjadi ruang publik digital yang strategis bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi, membangun citra, serta mendokumentasikan kegiatan secara terbuka dan transparan.

Transformasi digital di sektor pemerintahan mendorong perubahan pola komunikasi dari konvensional menuju komunikasi berbasis digital. Tren komunikasi pemerintah saat ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi satu arah, tetapi juga pada interaksi dua arah, transparansi, dan partisipasi publik.

Sejumlah penelitian komunikasi publik menyebutkan bahwa pemerintah mulai mengadopsi pendekatan digital public relations, yaitu pengelolaan komunikasi berbasis media digital secara strategis, terencana, dan terukur. Media sosial pemerintah kini dikelola dengan kalender konten, visual branding, serta analisis insight untuk mengukur efektivitas publikasi.

Pada level instansi pusat, praktik ini umumnya telah berjalan secara terstruktur dengan dukungan tim khusus dan sumber daya yang memadai. Namun, pada level pemerintah daerah, implementasi komunikasi digital seringkali masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur, maupun manajemen konten.

Dengan demikian, tingginya jumlah pengguna media sosial secara nasional serta tren transformasi komunikasi digital di sektor pemerintahan semakin menegaskan pentingnya penelitian mengenai strategi komunikasi digital, khususnya pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan sebagai bagian dari pemerintah daerah.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan kegiatan magang, proses dokumentasi di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan dilakukan melalui pengambilan foto dan video pada setiap kegiatan yang berlangsung. Selain itu, pengelolaan desain grafis menggunakan perangkat lunak seperti Canva dan Adobe Photoshop menjadi bagian penting dalam proses penyusunan materi publikasi. Seluruh konten tersebut kemudian dipublikasikan melalui media sosial resmi dinas, yang berfungsi sebagai kanal komunikasi publik.

Kegiatan yang didokumentasikan mencakup berbagai aktivitas, seperti sosialisasi program, bimbingan teknis, rapat koordinasi, kegiatan kebudayaan, hingga program kerjasama dengan lembaga eksternal. Keberagaman kegiatan tersebut menunjukkan pentingnya dokumentasi yang akurat, konsisten, dan berkualitas agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi institusional. Meskipun demikian, hasil pengamatan menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital di dinas masih menghadapi sejumlah kendala. Di antaranya adalah keterbatasan tenaga dokumentasi yang menyebabkan beberapa kegiatan belum terliput secara maksimal. Selain itu, meski Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kab. Balangan telah memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk pelayanan secara umum yang meliputi administrasi dan publik, namun belum tersedianya Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus untuk dokumentasi membuat proses peliputan dan publikasi belum berjalan secara seragam. Ketersediaan peralatan dokumentasi yang tidak merata juga menjadi faktor penghambat dalam menghasilkan konten visual yang optimal.

Manajemen konten digital yang belum sepenuhnya terstruktur turut menjadi tantangan tersendiri. Beberapa publikasi masih dilakukan secara spontan tanpa perencanaan konten yang matang, sehingga alur informasi di media sosial belum konsisten. Secara spesifik, observasi pada akun Instagram @disdikbud_balangan menunjukkan bahwa jadwal unggahan cenderung tidak memiliki pola waktu yang baku dan frekuensi postingan masih inkonsisten, seringkali dilakukan di luar waktu puncak interaksi publik. Kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi dan penguatan strategi komunikasi digital agar fungsi dokumentasi dan promosi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Dengan adanya berbagai kendala tersebut, pemanfaatan media digital di lingkungan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan menjadi aspek penting untuk diteliti lebih mendalam. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami praktik dokumentasi dan publikasi yang sedang berjalan,

tetapi juga untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta potensi perbaikannya. Hal ini penting agar media digital dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai alat komunikasi publik. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan (research gap) yang mana harapan ideal komunikasi digital yang biasanya transparansi, konsistensi, dan interaksi yang efektif berbeda dengan realita implementasi yang ada di Disdikbud Balangan, maka kesenjangan inilah yang menjadi fokus utama untuk dianalisis dalam kerangka pemikiran penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Digital Dalam Publikasi Dan Dokumentasi Kegiatan Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Balangan” Diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis sekaligus rekomendasi praktis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi dinas dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih terarah, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara kepada pengelola media kementerian, observasi akun media sosial resmi, serta analisis dokumen kebijakan komunikasi publik. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman.

3. Hasil dan Diskusi

A. Analisis Strategi Komunikasi Digital dalam Perspektif *Government Public Relations*

Menurut teori *Government Public Relation (GPR)*, komunikasi pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk citra, pengelola reputasi, dan jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

a. Konten yang dipublikasikan didominasi oleh dokumentasi kegiatan formal.

Konten yang dipublikasikan oleh instansi tersebut didominasi oleh dokumentasi kegiatan formal yang telah dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital masih berfokus pada penyampaian informasi terkait aktivitas institusi, khususnya dalam bentuk laporan kegiatan. Dominasi konten semacam ini mengindikasikan bahwa fungsi media sosial belum dimaksimalkan sebagai sarana komunikasi yang interaktif, melainkan lebih sebagai media dokumentasi dan publikasi kegiatan resmi.

b. Caption bersifat informatif dan menjelaskan kegiatan yang telah dilaksanakan.

Caption yang digunakan dalam setiap publikasi cenderung bersifat informatif dan berfungsi untuk menjelaskan kegiatan yang telah dilaksanakan. Isi caption umumnya memuat deskripsi singkat mengenai waktu, tempat, serta jenis kegiatan yang dilakukan oleh instansi. Hal ini menunjukkan bahwa caption lebih difokuskan sebagai pelengkap informasi dari dokumentasi visual, bukan sebagai sarana untuk membangun komunikasi yang lebih interaktif dengan audiens. Selain itu, gaya penyampaian yang cenderung formal dan deskriptif mengindikasikan bahwa belum terdapat upaya untuk mengajak partisipasi masyarakat, seperti melalui pertanyaan, ajakan berdiskusi, atau respons terhadap isu yang relevan. Akibatnya, fungsi caption sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan publik dalam komunikasi digital belum dimanfaatkan secara optimal.

c. Interaksi dua arah dengan masyarakat masih terbatas.

Interaksi dua arah antara instansi dengan masyarakat masih tergolong terbatas. Hal ini terlihat dari minimnya respons terhadap komentar, pertanyaan, maupun masukan yang disampaikan oleh publik melalui media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang berlangsung masih didominasi oleh pola satu arah, di mana instansi berperan sebagai penyampai informasi tanpa diimbangi dengan keterlibatan aktif dari audiens. Selain itu, keterbatasan interaksi ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan media digital belum sepenuhnya diarahkan untuk membangun hubungan komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Akibatnya, potensi media sosial sebagai sarana untuk menjalin kedekatan, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam proses komunikasi publik menjadi belum optimal.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi digital yang diterapkan oleh instansi masih cenderung bersifat satu arah. Hal ini terlihat dari dominasi konten berupa dokumentasi kegiatan formal, penggunaan caption yang hanya bersifat informatif, serta terbatasnya interaksi dua arah dengan masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi publik yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt, kondisi ini mencerminkan model *public information*, yaitu pola komunikasi yang berfokus pada penyampaian informasi tanpa adanya umpan balik yang aktif dari publik. Komunikasi yang dilakukan belum

mencapai tahap *two-way symmetrical communication* yang menekankan dialog dan keterlibatan masyarakat secara aktif.

Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi digital yang dilakukan belum sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai strategi komunikasi yang terencana, melainkan masih berupa rutinitas publikasi kegiatan. Temuan ini menjadi penting karena menunjukkan adanya kesenjangan antara pemanfaatan media digital dengan penerapan prinsip komunikasi partisipatif, sehingga menjadi kebaruan dalam penelitian ini bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah belum sepenuhnya bertransformasi ke arah komunikasi yang interaktif dan berorientasi pada keterlibatan publik.

Komunikasi yang bersifat satu arah berpotensi membatasi keterlibatan publik (*engagement*). Dalam konteks pemerintahan modern, komunikasi digital seharusnya mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, membuka ruang diskusi publik yang interaktif, serta menjadi media transparansi kebijakan yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara terbuka dan akuntabel. Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian, aspek-aspek tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam praktik komunikasi digital yang dilakukan oleh instansi, sehingga keterlibatan publik masih tergolong rendah.

Jika merujuk pada teori komunikasi publik yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (1984), terdapat empat model komunikasi, salah satunya adalah *public information* yang bersifat satu arah dan berfokus pada penyampaian informasi kepada publik. Dalam konteks penelitian ini, pola komunikasi yang ditemukan menunjukkan kesesuaian dengan model tersebut, dimana instansi lebih menitikberatkan pada penyampaian informasi dibandingkan membangun dialog dengan masyarakat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dilakukan belum mencapai tahap *two-way symmetrical communication* yang menekankan interaksi timbal balik dan partisipasi aktif publik.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa aktivitas komunikasi digital yang dilakukan belum sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai strategi komunikasi yang terencana dan komprehensif, melainkan masih berupa rutinitas penyampaian informasi. Temuan ini menjadi kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa meskipun media digital telah digunakan dalam praktik pemerintahan, implementasinya belum sepenuhnya mengarah pada komunikasi yang partisipatif dan interaktif, sehingga masih terdapat kesenjangan antara konsep ideal komunikasi digital dengan realitas yang terjadi di lapangan.

B. Isu Keterbatasan SDM dan Dampaknya terhadap Efektivitas GPR

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan media sosial instansi. Pengelolaan media sosial tidak dilakukan oleh tim khusus, melainkan oleh staf yang merangkap tugas lain di luar fungsi komunikasi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial belum menjadi prioritas utama

dalam struktur organisasi, sehingga belum didukung oleh pembagian tugas yang jelas dan spesifik.

Keterbatasan SDM tersebut berdampak pada kurang optimalnya pelaksanaan pengelolaan media sosial. Hal ini terlihat dari masih adanya dokumentasi kegiatan yang terlewat, sehingga tidak semua aktivitas instansi dapat dipublikasikan kepada masyarakat secara menyeluruh. Selain itu, publikasi konten juga cenderung tidak konsisten, baik dari segi waktu unggahan maupun frekuensi, yang disebabkan oleh keterbatasan waktu dan beban kerja staf yang merangkap tugas.

Di sisi lain, tidak ditemukannya evaluasi konten berbasis data menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial belum dilakukan secara sistematis dan terencana. Evaluasi yang seharusnya menjadi dasar dalam penyusunan strategi konten belum dilaksanakan secara optimal, sehingga instansi tidak memiliki acuan yang jelas dalam mengembangkan komunikasi digital ke arah yang lebih efektif. Selain itu, keterbatasan SDM juga berdampak pada respons terhadap komentar atau pertanyaan dari masyarakat yang tidak selalu cepat, sehingga interaksi dua arah yang seharusnya menjadi kekuatan media sosial belum dapat dimaksimalkan.

Secara keseluruhan, kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya manusia tidak hanya mempengaruhi aspek teknis pengelolaan media sosial, tetapi juga berdampak pada kualitas komunikasi digital yang dihasilkan, khususnya dalam hal konsistensi publikasi, interaksi dengan publik, serta pengembangan strategi komunikasi yang berbasis data.

Jika dikaitkan dengan konsep *Government Public Relations* (GPR), pengelolaan komunikasi publik oleh instansi pemerintah seharusnya dilakukan secara terencana, strategis, dan berorientasi pada pelayanan informasi serta keterlibatan masyarakat. GPR menekankan pentingnya fungsi komunikasi sebagai sarana membangun hubungan yang efektif antara pemerintah dan publik, tidak hanya dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam

menciptakan interaksi dan kepercayaan publik. Namun demikian, berdasarkan temuan penelitian, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor utama yang menghambat optimalisasi fungsi tersebut.

Sejalan dengan pendapat Cutlip Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom (2011) yang menyatakan bahwa keberhasilan aktivitas hubungan masyarakat sangat ditentukan oleh perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang sistematis, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut belum berjalan secara optimal. Hal ini terlihat dari tidak konsistennya publikasi konten, kurangnya evaluasi berbasis data, serta terbatasnya interaksi dengan publik. Dengan demikian, aktivitas komunikasi digital yang dilakukan belum sepenuhnya mencerminkan praktik hubungan masyarakat yang profesional dan strategis.

Ditinjau dari teori komunikasi dua arah yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (1984), keterbatasan SDM juga berdampak pada belum tercapainya model komunikasi *two-way symmetrical*, dimana organisasi seharusnya mampu membangun dialog yang seimbang dengan publik. Dalam penelitian ini, komunikasi yang terjadi masih cenderung satu arah dan belum diimbangi dengan respons yang cepat serta interaksi yang intensif, sehingga menunjukkan bahwa fungsi komunikasi belum berjalan secara optimal sebagai sarana partisipasi publik.

Secara kritis, kondisi ini mengindikasikan bahwa aktivitas pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh instansi belum dapat dikategorikan sebagai strategi komunikasi digital yang komprehensif, melainkan masih bersifat administratif dan rutin. Keterbatasan SDM menyebabkan pengelolaan media sosial lebih difokuskan pada pemenuhan kewajiban publikasi dibandingkan sebagai sarana membangun hubungan dengan masyarakat.

Temuan ini menjadi kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa faktor sumber daya manusia memiliki peran yang sangat signifikan dalam menentukan keberhasilan implementasi komunikasi digital di sektor pemerintahan. Meskipun teknologi digital telah tersedia dan dimanfaatkan, tanpa dukungan SDM yang memadai, pengelolaan komunikasi digital cenderung tidak berkembang secara optimal menuju komunikasi yang partisipatif, interaktif, dan berbasis strategi.

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan media sosial tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga mempengaruhi kualitas manajemen komunikasi yang dijalankan oleh instansi. Hal ini terlihat dari beberapa kelemahan dalam pengelolaan komunikasi digital, antara lain:

- a. Kurangnya perencanaan konten yang terstruktur, sehingga publikasi bersifat spontan dan tidak berbasis strategi komunikasi yang jelas.
- b. Lemahnya proses *monitoring* terhadap kinerja media sosial, seperti tingkat keterlibatan (*engagement*) dan respons publik.
- c. Minimnya evaluasi komunikasi berbasis data, sehingga instansi tidak memiliki dasar yang kuat dalam melakukan perbaikan atau pengembangan strategi komunikasi digital.

Jika dikaitkan dengan teori manajemen komunikasi publik, keberhasilan strategi komunikasi sangat bergantung pada perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang sistematis. Sebagaimana dikemukakan oleh Cutlip Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom (2011), aktivitas hubungan masyarakat yang efektif harus melalui tahapan perencanaan yang matang, implementasi yang terorganisir, serta evaluasi yang berkelanjutan. Namun demikian, berdasarkan temuan penelitian, ketiga aspek tersebut belum berjalan secara optimal akibat keterbatasan sumber daya manusia (SDM), sehingga pengelolaan komunikasi digital masih bersifat tidak terstruktur dan belum berbasis strategi yang jelas.

Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor internal organisasi menjadi salah satu penyebab utama belum optimalnya pelaksanaan komunikasi digital. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi dua arah yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (1984), keterbatasan dalam perencanaan, monitoring, dan evaluasi berdampak pada belum tercapainya komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Secara kritis, hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas komunikasi digital yang dilakukan belum dapat dikategorikan sebagai strategi yang komprehensif, melainkan masih bersifat administratif. Temuan ini menjadi kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa keterbatasan aspek manajerial internal, khususnya SDM, berperan signifikan dalam menghambat transformasi komunikasi digital menuju model yang lebih interaktif dan berbasis partisipasi publik.

C. Analisis Konsistensi Konten dalam Perspektif Manajemen Konten Digital

Dalam teori manajemen konten digital menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), terdapat empat tahapan utama:

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Produksi (*Creation*)
- c. Distribusi (*Distribution*)
- d. Evaluasi (*Evaluation*)

Berdasarkan hasil penelitian, tahapan tersebut belum sepenuhnya diterapkan secara sistematis.

Tahapan Teori	Kondisi di Lapangan	Analisis
Perencanaan	Tidak ada kalender konten	Konten bersifat situasional
Produksi	Dokumentasi tergantung kegiatan	Tidak semua kegiatan terdokumentasi
Distribusi	Diposting melalui Instagram	Sudah berjalan
Evaluasi	Tidak berbasis insight / analitik	Evaluasi belum maksimal

Tabel 1. Analisis Tahapan Manajemen Konten

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa tahapan manajemen konten digital yang dikemukakan oleh Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2019) belum sepenuhnya diterapkan secara optimal. Kelemahan paling menonjol terdapat pada tahap perencanaan dan evaluasi, dimana tidak adanya kalender konten menunjukkan bahwa aktivitas publikasi masih bersifat situasional dan belum dirancang secara strategis. Kondisi ini menyebabkan konten yang dipublikasikan cenderung tidak konsisten dan tidak terarah pada tujuan komunikasi tertentu.

Selain itu, pada tahap produksi, dokumentasi kegiatan masih bergantung pada situasi di lapangan, sehingga tidak semua aktivitas instansi dapat terdokumentasi dengan baik. Sementara itu, pada tahap distribusi, meskipun konten telah dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, namun belum diikuti dengan strategi distribusi yang terukur. Pada tahap evaluasi, tidak adanya pemanfaatan data insight atau analitik menunjukkan bahwa instansi belum melakukan evaluasi berbasis kinerja konten. Hal ini sejalan dengan pendapat Joe Pulizzi (2012) yang menyatakan bahwa konsistensi dan relevansi konten merupakan kunci dalam membangun keterlibatan audiens.

Secara kritis, kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten digital yang dilakukan belum dapat dikategorikan sebagai strategi manajemen konten yang utuh, melainkan masih bersifat operasional dan belum berbasis perencanaan yang matang. Temuan ini menjadi kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa meskipun seluruh tahapan manajemen konten telah dilakukan secara parsial, namun belum terintegrasi dalam suatu sistem yang terstruktur dan berkelanjutan.

D. Matriks Analisis Teori dan Temuan Lapangan

Untuk memperjelas integrasi antara teori dan temuan penelitian, berikut disajikan matriks analisis:

Aspek	Teori	Temuan Lapangan	Kesesuaian
Model Komunikasi	<i>Two-Way Symmetrical</i> (Grunig & Hunt)	Dominan satu arah	Belum Sesuai
Fungsi Humas	Fungsi manajerial strategis	Masih operasional	Belum optimal
Perencanaan Konten	Harus terstruktur (Chaffey)	Tidak ada kalender konten	Belum sesuai
Konsistensi	Harus rutin & terjadwal	Tidak konsisten	Kurang optimal

Evaluasi	Berbasis data analitik	Evaluasi sederhana	Belum maksimal
----------	------------------------	--------------------	----------------

Tabel 2. Matriks Teori vs Temuan

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa terdapat ketidaksesuaian antara tahapan manajemen konten digital secara teoritis dengan praktik yang terjadi di lapangan. Menurut Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2019), pengelolaan konten digital seharusnya dilakukan melalui tahapan yang terstruktur, mulai dari perencanaan, produksi, distribusi, hingga evaluasi. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan tersebut belum diterapkan secara sistematis, khususnya pada aspek perencanaan dan evaluasi. Tidak adanya kalender konten mengindikasikan bahwa aktivitas publikasi masih bersifat situasional, sementara tidak adanya evaluasi berbasis data menunjukkan bahwa instansi belum memiliki mekanisme untuk mengukur efektivitas komunikasi yang dilakukan.

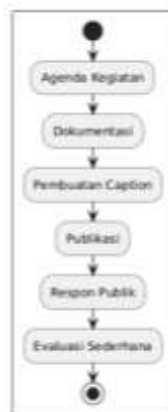
Ketidaksesuaian antara teori dan praktik tersebut dapat diinterpretasikan sebagai akibat dari faktor internal organisasi, khususnya keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan belum adanya pembagian tugas yang spesifik dalam pengelolaan media sosial. Pengelolaan konten yang masih bersifat rangkap tugas menyebabkan kurangnya fokus dalam perencanaan, monitoring, dan evaluasi. Selain itu, belum adanya standar evaluasi. Selain itu, belum adanya standar operasional prosedur (SOP) yang mengatur pengelolaan komunikasi digital juga memperkuat kondisi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan yang terjadi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berkaitan dengan aspek manajerial dan kelembagaan.

Implikasi dari kondisi ini adalah belum optimalnya efektivitas komunikasi digital instansi dalam menjangkau dan melibatkan masyarakat. Konten yang tidak terencana dan tidak konsisten berpotensi menurunkan tingkat keterlibatan (*engagement*) publik, sementara tidak adanya evaluasi berbasis data menyebabkan instansi tidak memiliki dasar dalam melakukan perbaikan strategi komunikasi. Dalam jangka panjang, hal ini dapat berdampak pada rendahnya kualitas pelayanan informasi publik serta belum tercapainya komunikasi yang partisipatif sebagaimana yang diharapkan dalam konsep komunikasi publik modern.

Secara kritis, temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen konten digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media sosial, tetapi juga oleh kesiapan internal organisasi dalam mengelola komunikasi secara strategis. Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada temuan bahwa meskipun tahapan manajemen konten telah dilakukan secara parsial, namun belum terintegrasi dalam suatu sistem yang terstruktur akibat keterbatasan aspek internal organisasi, khususnya SDM dan manajemen komunikasi.

E. Model Strategi Komunikasi Digital yang Diterapkan

Berdasarkan analisis, model strategi yang diterapkan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Strategi Komunikasi Digital yang Diterapkan

Gambar 1 menunjukkan model strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh instansi dalam pengelolaan media sosial. Model ini menggambarkan alur kegiatan yang dimulai dari agenda kegiatan hingga evaluasi sederhana, yang dilakukan secara berkesinambungan.

Tahap pertama adalah agenda kegiatan, yaitu penentuan kegiatan atau aktivitas instansi yang akan dijadikan sebagai bahan konten. Pada tahap ini, konten yang dipublikasikan sangat bergantung pada kegiatan yang berlangsung, sehingga belum terdapat perencanaan konten yang terstruktur seperti kalender konten.

Selanjutnya, pada tahap dokumentasi, kegiatan yang telah dilaksanakan didokumentasikan dalam bentuk foto atau video. Proses ini menjadi sumber utama dalam pembuatan konten, namun tidak semua kegiatan terdokumentasi secara optimal karena keterbatasan sumber daya manusia dan kondisi di lapangan.

Tahap berikutnya adalah pembuatan caption, yaitu penyusunan teks yang menjelaskan konten yang akan dipublikasikan. Caption yang dibuat umumnya bersifat informatif dan menjelaskan kegiatan yang telah dilaksanakan, namun belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana untuk membangun interaksi dengan publik.

Setelah itu, konten masuk ke tahap publikasi, dimana konten diunggah melalui media sosial, seperti Instagram. Tahap ini sudah berjalan secara rutin, namun belum didukung dengan strategi publikasi yang terencana, seperti penjadwalan waktu unggah atau penggunaan fitur interaktif secara optimal.

Tahap selanjutnya adalah respon publik, yaitu adanya interaksi dari masyarakat berupa komentar, likes, atau pesan. Namun, interaksi dua arah yang terjadi masih terbatas karena tidak semua respons dari masyarakat dapat ditanggapi secara cepat dan konsisten.

Tahap terakhir adalah evaluasi sederhana, dimana instansi melakukan penilaian secara umum terhadap konten yang telah dipublikasikan. Namun, evaluasi ini belum berbasis data atau analitik, sehingga belum dapat digunakan secara optimal sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan strategi komunikasi selanjutnya.

Secara sederhana, model ini dapat dipahami sebagai alur kegiatan yang dimulai dari adanya kegiatan instansi, kemudian didokumentasikan, dibuatkan penjelasan dalam bentuk caption, dipublikasikan di media sosial, mendapatkan respon dari masyarakat, dan diakhiri dengan evaluasi. Jika salah satu tahapan tidak berjalan dengan baik, maka akan mempengaruhi kualitas komunikasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, setiap tahapan dalam model ini saling berkaitan dan perlu dikelola secara lebih terstruktur agar komunikasi digital dapat berjalan secara efektif.

Model ini menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital yang dilakukan belum sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai strategi komunikasi yang komprehensif, melainkan masih bersifat operasional dan mengikuti alur kegiatan yang ada. Hal ini menjadi kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa praktik komunikasi digital di instansi lebih didorong oleh aktivitas lapangan dibandingkan dengan perencanaan strategis yang terstruktur.

F. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Strategi

Kelebihan:

a. Sudah memanfaatkan media digital.

Pemanfaatan media digital menunjukkan bahwa instansi telah mengikuti perkembangan komunikasi modern dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

b. Informasi kegiatan tersampaikan kepada publik.

Publikasi melalui media sosial memungkinkan kegiatan instansi dapat diketahui oleh masyarakat secara lebih luas dan cepat.

c. Menjadi arsip digital kegiatan dinas.

Konten yang dipublikasikan juga berfungsi sebagai dokumentasi atau arsip digital yang dapat diakses kembali di kemudian hari.

Kelebihan tersebut menunjukkan bahwa instansi telah memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi publik, sehingga informasi kegiatan dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas dan terdokumentasi dengan baik. Selain itu, penggunaan media sosial juga berfungsi sebagai arsip digital yang dapat digunakan kembali sebagai bahan informasi di masa mendatang.

Kekurangan:

1) Tidak ada perencanaan konten jangka panjang.

Ketiadaan perencanaan menyebabkan publikasi konten masih bersifat situasional dan tidak terarah.

2) SDM terbatas.

Keterbatasan sumber daya manusia berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan media sosial, termasuk dalam konsistensi publikasi.

3) Evaluasi belum berbasis data.

Evaluasi yang dilakukan belum memanfaatkan data atau analitik, sehingga sulit mengukur efektivitas komunikasi.

4) Interaksi dua arah masih minim.

Komunikasi yang terjadi masih cenderung satu arah, sehingga keterlibatan publik belum optimal.

Adapun kekurangan yang ditemukan menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital belum berjalan secara optimal. Ketiadaan perencanaan konten jangka panjang menyebabkan publikasi bersifat situasional, sementara keterbatasan SDM berdampak pada kurangnya konsistensi dan pengelolaan konten. Selain itu, evaluasi yang belum berbasis data serta minimnya interaksi dua arah menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan masih bersifat informatif dan belum mampu mendorong keterlibatan publik secara aktif.

G. Sintesis Pembahasan

Berdasarkan integrasi teori dan temuan lapangan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan telah memenuhi fungsi dasar komunikasi publik, yaitu penyampaian informasi.

Namun, berdasarkan teori GPR dan manajemen konten digital, strategi tersebut belum sepenuhnya strategis karena:

a. Masih dominan satu arah.

Komunikasi yang dilakukan lebih berfokus pada penyampaian informasi tanpa diimbangi dengan interaksi aktif dari publik, sehingga belum mencerminkan komunikasi dua arah yang partisipatif.

b. Belum berbasis perencanaan.

Ketiadaan perencanaan konten yang terstruktur, seperti kalender konten, menyebabkan publikasi masih bersifat situasional dan belum terarah pada tujuan komunikasi jangka panjang.

c. Terkendala SDM.

Keterbatasan sumber daya manusia berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan komunikasi digital, baik dalam hal konsistensi publikasi maupun pengelolaan interaksi dengan masyarakat.

d. Belum berbasis perencanaan.

Belum menggunakan analitik sebagai dasar evaluasi.

Evaluasi yang dilakukan belum memanfaatkan data atau analitik media sosial, sehingga instansi belum memiliki dasar yang kuat untuk mengukur efektivitas komunikasi yang dilakukan.

Dengan demikian, secara akademik dapat dinyatakan bahwa komunikasi digital yang dilakukan masih berada pada tahap operasional informatif dan belum mencapai tahap strategis-partisipatif.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi digital Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan melalui media sosial Instagram, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut adalah, Karakteristik strategi komunikasi digital. Strategi komunikasi digital yang diterapkan masih bersifat sederhana dan belum terstruktur secara komprehensif. Prosesnya meliputi agenda kegiatan, dokumentasi, pembuatan caption, publikasi, respon publik, hingga evaluasi sederhana, namun masih bergantung pada kegiatan yang berlangsung. Konten didominasi dokumentasi kegiatan formal dengan komunikasi yang cenderung satu arah, sehingga keterlibatan publik belum optimal. Yang kedua, Faktor pendukung dalam komunikasi digital Faktor pendukung meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik serta adanya upaya instansi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi dilakukan secara cepat, meskipun belum dimanfaatkan secara maksimal untuk interaksi. Yang ketiga, Faktor penghambat dalam komunikasi digital. Faktor penghambat meliputi keterbatasan SDM, belum adanya SOP, serta keterbatasan alat pendukung. Kondisi ini berdampak pada kurangnya perencanaan, tidak konsistennya

publikasi, lemahnya monitoring, dan minimnya evaluasi berbasis data. Yang terakhir, Tingkat optimalisasi strategi komunikasi digital. Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital belum optimal dan masih berada pada tahap operasional. Diperlukan penguatan pada aspek perencanaan, pengelolaan sumber daya, dan evaluasi agar komunikasi digital dapat berjalan lebih efektif dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Referensi

1. Andi Asari. (2023). *Strategi Komunikasi Digital di Lembaga Pemerintah*. Yogyakarta: Deepublish.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.)*. Pearson.
3. Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
4. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan. (2024). *Profil Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Balangan*. Paringin: Disdikbud Balangan.
5. Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
6. Fakhruroji, M. (2022). *Media Baru dan Publikasi Pemerintahan*. Bandung: Alfabeta.
7. Ginting, R., Siahaan, B., & Putra, T. (2021). *Manajemen Konten Digital untuk Layanan Publik*. Medan: USU Press.
8. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
9. Indrajit, R. E. (2006). *Electronic Government: Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital*. Andi.
10. Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
11. McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
12. Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications.
13. Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
14. Nasrullah. (2018). *Komunikasi Digital dan Media Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
15. Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
16. Pulizzi, J. (2012). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.
17. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
18. Sugiarto. (2020). *Dokumentasi Digital di Instansi Pemerintah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
19. Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2013). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Cengage Learning.
20. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
21. Umar, A. (2019). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
22. Universitas Insan Cita Indonesia. (2025). *Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UICI. ---