KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Sains Student Research (JSSR)
Vol.4, No.6 Desember 2026
e-ISSN: 3025-9851, p-ISSN : 3025-986X, Hal 511-517
DOI : https://doi.org/10.61722/jssr.v4i6.12967

Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Masa Pada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Sumatera Selatan

M. Dava Restu Ramandha
[1]Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma, Jl. Jnderal Ahmad Yani No.03, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia, 30264
dava28062017@gmail.com

Abstract. *Impact Internship is a program held to provide real work experience for students in a professional environment while fulfilling academic graduation requirements. The author carried out a three-month internship at the Department of Women's Empowerment and Child Protection (DPPPA) of South Sumatra Province, specifically in the Gender and Children Data and Information Sector, through the One Data Internship program initiated by the Department of Communication and Informatics of South Sumatra Province. This report aims to describe and analyze the management of Instagram social media as a mass communication medium at the DPPPA of South Sumatra Province through the account @dp3asumsel. The method used in compiling this report is descriptive qualitative based on the author's experience, observation, and direct participation during the internship, including photo and video documentation, content editing using Canva, Adobe Photoshop, and Filmora, office administration management, and participation in various office activities. The results of the analysis show that the Instagram account @dp3asumsel has played a role as an effective mass communication medium in disseminating information about activities and programs to the wider community, however, the use of Instagram features such as stories and live has not been optimized, content variation is still limited to activity publications, and interaction with the audience is relatively low. The main inhibiting factors include limited human resources competent in social media and bureaucratic procedures for content approval. The author recommends that agencies optimize Instagram features, increase educational and informative content, and increase audience interaction to support the ongoing effectiveness of mass communication.*

Keywords: *Social Media; Instagram; Mass Communication; Content Management; DPPPA South Sumatra*

Abstrak. *Magang Berdampak merupakan program yang diselenggarakan untuk memberikan pengalaman kerja nyata bagi mahasiswa di lingkungan profesional sekaligus memenuhi syarat kelulusan akademik. Penulis melaksanakan kegiatan magang selama tiga bulan di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DPPPA) Provinsi Sumatera Selatan, tepatnya pada Bidang Data dan Informasi Gender dan Anak, melalui program Magang Satu Data yang diinisiasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan. Laporan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi massa pada DPPPA Provinsi Sumatera Selatan melalui akun @dp3asumsel. Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah deskriptif kualitatif berdasarkan pengalaman, observasi, dan partisipasi langsung penulis selama kegiatan magang berlangsung, meliputi dokumentasi foto dan video, editing konten menggunakan Canva, Adobe Photoshop, dan Filmora, pengelolaan administrasi perkantoran, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan dinas. Hasil analisis menunjukkan bahwa akun Instagram @dp3asumsel telah berperan sebagai media komunikasi massa yang efektif dalam menyebarkan informasi kegiatan dan program kepada masyarakat luas, namun pemanfaatan fitur Instagram seperti story dan live belum dioptimalkan, variasi konten masih terbatas pada publikasi kegiatan, serta interaksi dengan audiens tergolong rendah. Faktor penghambat utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang media sosial dan adanya prosedur birokrasi dalam persetujuan konten. Penulis menyarankan agar instansi mengoptimalkan fitur Instagram, memperbanyak konten edukatif dan informatif, serta meningkatkan interaksi dengan audiens guna mendukung efektivitas komunikasi massa secara berkelanjutan.*

Kata kunci: *Media Sosial, Instagram, Komunikasi Massa, Pengelolaan Konten, DPPPA Sumatera Selatan*

Naskah Masuk:01 Oktober 2026; Revisi: 02 Oktober 2026; Diterima: 04 Oktober 2026; Terbit: 07 Oktober 2026

1. LATAR BELAKANG

Data dan informasi pada era digital telah menjadi hal krusial dan segala yang kita butuhkan itu bisa kita dapatkan dengan mudah dari media sosial, sebagai media komunikasi dan informasi yang begitu cepat berkembang penggunaan media sosial juga harus dikelola dengan optimal sebagai salah satu media untuk berkomunikasi kepada publik. Salah satuya juga dalam mengelola media sosial yaitu Instagram, sebagai media penyebaran informasi yang begitu cepat dimanfaatkan untuk membagikan berita acara dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Sumatera Selatan. Penulis turut serta dalam proses kegiatan dimulai dari dokumentasi merekam video, memotret, dan pengeditan desain untuk feed Instagram hingga pengeditan video Reels Instagram.

Instagram sebagai media sosial yang digunakan instansi pemerintah sebagai media komunikasi massa memudahkan intansi untuk mengait audiens lebih luas dan cepat. Media sosial Instagram memiliki fitur-fitur beragam yang dapat digunakan seperti *feed*, Reels, *story*, dan *live* apabila dimanfaatkan dengan baik dapat mengoptimalkan peningkatan *engagement* akun tersebut, serta informasi-informasi yang disampaikan lebih menarik. Penulis turut andil dalam proses mengelola media sosial Instagram DPPPA Provinsi Sumatera Selatan meliputi pembuatan konten, editing, dan mengunggah postingan di akun Instagram @dp3asumsel.

Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi massa pada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Sumatera Selatan.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan berbagai macam kajian teoritis yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, yaitu sebagai berikut:

1) *Public Relations* (PR) Pemerintahan: *Public relations* dalam institusi publik berfungsi sebagai jembatan strategis (*bridge*) untuk mengendalikan arus informasi yang masuk dan keluar, sekaligus membangun reputasi serta citra positif instansi di mata khalayak umum (Devy et al., 2023; Suhaimi & Rahmadani, 2021).
2) *Digital Public Relations*: Merupakan evolusi praktis dari PR tradisional yang beralih menggunakan platform digital dan internet guna menyebarkan pesan secara cepat,

akurat, mutakhir, serta memfasilitasi komunikasi dua arah yang interaktif (Bramanta et al., 2025; Hadeed et al., 2024; Putri et al., 2025).

3) Komunikasi Massa di Era Digital: Komunikasi massa konvensional yang dahulu bersifat linear, searah, anonim, dan heterogen kini mengalami konvergensi lewat bantuan media digital (Kustiawan et al., 2022; Mulyana, 2023). Melalui media sosial, komunikasi massa dapat menjangkau publik secara luas tanpa batasan sekat geografis dan waktu.
4) Pengelolaan Media Sosial Instagram: Instagram merupakan platform *mobile* berbasis visual yang menitikberatkan pada konten foto dan video (Hakim et al., 2024). Pengelolaannya memerlukan perencanaan matang meliputi penentuan tema visual, konsistensi jadwal unggahan (*planning*), dan penciptaan keterikatan (*engagement*) melalui fitur-fitur pendukung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam dan apa adanya mengenai fenomena pengelolaan media sosial di instansi pemerintahan secara riil di lapangan (Syahza, 2021). Data dikumpulkan melalui teknik observasi partisipan selama program Magang Berdampak dari tanggal 13 April hingga 13 Juli 2026 di Bidang Data dan Informasi DPPPA Provinsi Sumatera Selatan. Peneliti terlibat langsung dalam proses hulu ke hilir pembuatan konten, mulai dari bertindak sebagai cameraman, penata pencahayaan (lighting), perancang desain grafis menggunakan Canva dan Adobe Photoshop, hingga proses penyuntingan video (video editing) untuk Reels. Selain observasi, dilakukan wawancara mendalam terhadap staf Bidang Data dan Informasi serta studi dokumentasi arsip digital akun Instagram @dp3asumsel. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi sumber data (Rokhamah et al, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi partisipan yang dilakukan selama tiga bulan berturut-turut beserta wawancara mendalam di lingkungan Bidang Data dan Informasi, praktik

pengelolaan Instagram @dp3asumsel dianalisis ke dalam beberapa dimensi kerja operasional sebagai berikut:

A. Proses Produksi Konten (Hulu ke Hilir)

Aktivitas pengerjaan konten pada akun @dp3asumsel sangat bergantung pada sisa dokumentasi mentah dari kegiatan-kegiatan lapangan yang dihadiri oleh para pejabat dinas. Ruang lingkup dokumentasi ini meliputi rapat koordinasi berskala besar, audit kearsipan internal, kunjungan seremonial seperti ziarah ke makam sejarah Ratu Sinuhun, hingga jalinan kolaborasi bersama pihak eksternal/LSM. Implementasi harian, peneliti terlibat langsung dalam aspek teknis produksi sebagai *cameraman*, penata pencahayaan (*lighting*), hingga desain grafis. Untuk konten foto tunggal atau carousel, proses penyuntingan menggunakan aplikasi Canva dengan mengacu pada template visual baku instansi demi mempertahankan identitas korporat (logo dan warna dominan dinas). Sementara itu, untuk konten video pendek (Reels) dan sampul visual (*cover photo*), proses pengerjaan naik ke tingkat profesional dengan menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop dan Filmora. Pada tahap ini, pengelola berusaha mencari referensi estetik dari tren luar agar mampu mencuri perhatian khalayak di tengah padatnya algoritma Instagram. Namun, karena sifatnya yang berorientasi pada dokumentasi kegiatan formal, ruang kreativitas untuk memproduksi konten edukasi yang murni (seperti tips proteksi anak atau infografis hukum) menjadi sangat terbatas.

B. Pola Distribusi Pesan: Karakteristik Komunikasi Massa Searah

Apabila ditinjau dari kacamata teori komunikasi massa, akun @dp3asumsel sejauh ini masih menerapkan pola penyebaran informasi yang sangat konvensional dan linear. Pemanfaatan platform digital ini baru optimal sebatas pada penggunaan fitur Feed dan Reels. Akibatnya, Instagram diposisikan tidak lebih dari sekadar "papan pengumuman digital" atau ruang pengarsipan visual elektronik untuk membuktikan kepada publik maupun badan pemeriksa bahwa dinas telah menjalankan program kerja mereka. Pola komunikasi yang terjadi bersifat satu arah (*linear transmission of message*), di mana dinas bertindak sebagai komunikator tunggal yang aktif menyuarakan pesan, sedangkan masyarakat umum diposisikan sebagai komunikan pasif yang hanya menerima laporan tanpa memiliki ruang untuk berpartisipasi. Fitur-fitur interaktif-relasional modern yang disediakan oleh Instagram seperti Instagram

Story (untuk jajak pendapat, kuis, atau tanya jawab instan), fitur Live Streaming untuk menyiarkan rapat krusial secara inklusif, maupun optimalisasi menu sorotan (*highlight*) sebagai pusat informasi taktis hampir seluruhnya diabaikan dan tidak dikelola secara berkala.

C. Analisis Respon Publik dan Hambatan Interaksi (*Engagement*)

Dampak langsung dari dominasi konten seremonial yang satu arah ini adalah sangat rendahnya tingkat keterikatan (*engagement rate*) antara pengelola akun @dp3asumsel dengan audiens sasarannya. Berdasarkan metrik digital, unggahan pada akun tersebut jarang sekali memanen komentar substantif dari netizen, minim dibagikan ulang (*share*), dan jarang disimpan (*save*) sebagai referensi informasi penting oleh publik. Lebih jauh lagi, fungsi interaktif dari fitur *Direct Message* (DM) sebagai kanal aduan masyarakat atau ruang konsultasi awal terkait isu perempuan dan anak tidak berjalan secara responsif. Ketika ada pesan masuk dari masyarakat, respon dari pengelola akun cenderung lambat atau hanya dibalas dengan jawaban normatif. Hal ini memutuskan rantai komunikasi dua arah (*two-way symmetrical communication*) yang seharusnya menjadi keunggulan utama dari praktik Digital Public Relations di era modern.

D. Hambatan Teknis dan Tantangan Organisasional Instansi

Berhentinya optimalisasi fungsi Instagram sebagai media komunikasi massa yang interaktif bukan tanpa alasan, melainkan dipengaruhi oleh dua faktor struktural yang saling berkelindan:

1) Keterbatasan Kuantitas dan Kapabilitas SDM: Di dalam struktur organisasi Bidang Data dan Informasi, tidak terdapat pos anggaran maupun posisi jabatan fungsional khusus untuk *social media specialist*, *copywriter*, atau *content creator* tetap. Urusan pengelolaan akun Instagram saat ini bersifat sekunder, yaitu berupa tugas sampingan yang dibebankan kepada staf umum kedinasan yang juga memegang tanggung jawab administrasi lainnya. Akibatnya, fokus kerja terpecah dan pengelolaan media sosial dilakukan secara ala kadar tanpa perencanaan komunikasi jangka panjang (*communication planning*).
2) Rigiditas Birokrasi dan Alur Persetujuan Konten (*Content Approval*): Sebagai institusi pemerintahan, setiap informasi yang keluar harus mencerminkan sikap resmi negara dan menjaga nama baik korporat birokrasi. Oleh karena itu, diterapkan sistem sensor dan alur permohonan persetujuan (*approval*) yang

berlapis mulai dari kepala seksi, kepala bidang, hingga terkadang harus sepengetahuan kepala dinas. Struktur birokrasi yang rigid ini memakan waktu lama, sehingga konten kreatif atau respon terhadap isu-isu sosial yang sedang viral di masyarakat sering kali kehilangan momentum aktualitasnya (*delay*) ketika akhirnya diizinkan untuk diunggah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pengelolaan media sosial Instagram @dp3asumsel oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Sumatera Selatan belum berjalan secara optimal sebagai media komunikasi massa dua arah. Pemanfaatannya masih terbatas sebagai papan pengumuman digital atau media pengarsipan dokumentasi kegiatan formal kedinasan lewat fitur *feed* dan Reels. Faktor keterbatasan kapabilitas SDM yang menguasai manajemen media sosial serta rigidnya regulasi birokrasi persetujuan konten menjadi hambatan utama yang menyebabkan rendahnya angka keterikatan (*engagement*) publik terhadap akun instansi tersebut.

B. Saran

1) Bagi DPPPA Provinsi Sumatera Selatan: Perlu merestrukturisasi strategi komunikasi dengan beralih dari konten seremonial menuju konten edukatif yang variatif, kreatif, dan humanis. Disarankan membuat infografis/iklan layanan masyarakat interaktif tentang prosedur pengaduan kekerasan anak, kesetaraan gender, dan hak-hak perempuan guna menaikkan *engagement*. Selain itu, instansi perlu menyediakan tenaga ahli khusus/magang yang kompeten di bidang *social media specialist*.
2) Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai analisis kepuasan khalayak pengguna media sosial terhadap efektivitas penyampaian pesan komunikasi publik oleh instansi sosial pemerintah menggunakan metode kuantitatif eksplanatif.

DAFTAR REFERENSI

al Hadeed, A. Y., Maysari, I., Aldroubi, M. M., Attar, R. W., al Olaimat, F., & Habes, M. (2023). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. *Frontiers in Sociology*, *8*. https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1273371

Creswell-ResearchDesign (1). (n.d.).

Devy, A., Ansar, A., Nurafifah, I. P., Sundari, S., & Madein, A. (2023). PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN: SEBUAH LITERATUR. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis (Akuntansi)*, *3*(1), 1–9. http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB

Hakim, H. I., Polin, I., Pelita, U., & Abstract, H. (n.d.). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, *2024*(23), 287–300. https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263

Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (n.d.). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, *11*(1), 2022. Retrieved https://www.researchgate.net.ac,id.

Mulyana. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya

Penulis, T., Robby Yana, P., Ardiansyah Hernadi, N., Rachmawati, F., Putri Hayam Dey, N., Wahyuning Purwanti, E., Noviana Yudho Bawono, R., Septian Riasanti Mola, M., Djumaty, B. L., & Kharisma Putra, G. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (TEORI, METODE DAN PRAKTIK)*. Retrieved www.freepik.com

Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (n.d.). *Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan*.

Rahmadani, D. (2021). STRATEGI PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG MUSEUM NEGERI LAMPUNG "RUWA JURAI." In *Journal Media Public Relations* (Vol. 1, Issue 2).

Revisi Tahun, E. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN*. Unri Press.

Ridho Bramanta, J., & Abyan Izzy Burhani, A.-M. (2025). PENGELOLAAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PUSDIKLATANRI. In *Journal Media Public Relations* (Vol. 5, Issue 1).