



**KOMUNIKASI DIGITAL SMRT DALAM PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK  
KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS KELAS IV PELABUHAN  
LAURENTIUS SAY PADA AKUN INSTAGRAM @djpl@ksoplaurentiussaymof**

**Anjelina Imelda Sara<sup>1</sup>, Yonas Klemens Gregorius Dori Gobang<sup>2</sup>, Lodowik Nikodemus  
Kedoh<sup>3</sup>**

Universitas Nusa Nipa<sup>1,2,3</sup>

e-mail: [anselinaimelda@gmail.com](mailto:anselinaimelda@gmail.com)

Diterima: 15/4/2026; Direvisi: 25/4/2026; Diterbitkan: 28/4/2026

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi digital dengan strategi SMRT (*Specific, Measurable, Relevant, Timely*) dalam penyebaran informasi publik melalui akun Instagram @djpl\_ksoplaurentiussaymof pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi konten Instagram, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi SMRT dalam komunikasi digital KSOP telah berjalan, namun belum optimal. Aspek Specific dan Relevant relatif terpenuhi melalui kejelasan pesan dan kesesuaian konten dengan tugas dan fungsi institusi serta kebutuhan publik. Namun, aspek Measurable dan Timely masih menghadapi kendala, terutama rendahnya tingkat interaksi audiens dan ketepatan waktu publikasi informasi. Selain itu, komunikasi yang dilakukan melalui Instagram masih cenderung bersifat satu arah dan belum sepenuhnya mendorong partisipasi publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi SMRT dapat menjadi kerangka yang efektif dalam meningkatkan kualitas komunikasi digital instansi pemerintah. Penerapan strategi SMRT secara konsisten diharapkan mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi publik, memperkuat transparansi, dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam komunikasi publik sektor kepelabuhanan.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Digital, Strategi SMRT, Informasi Publik, Instagram, Komunikasi Pemerintah.*

**ABSTRACT**

This study aims to analyze digital communication using the SMRT strategy (*Specific, Measurable, Relevant, Timely*) in disseminating public information through the Instagram account @djpl\_ksoplaurentiussaymof at the Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observation of Instagram content, and documentation. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that the implementation of the SMRT strategy in KSOP's digital communication has been carried out but is not yet optimal. The Specific and Relevant aspects are relatively fulfilled through the clarity of messages and the alignment of content with institutional functions and public needs. However, the Measurable and Timely aspects still face challenges, particularly the low level of audience interaction and the timeliness of information publication. Furthermore, communication through Instagram tends to be one-way and has not fully



encouraged public participation. This study concludes that the SMRT strategy can serve as an effective framework for improving the quality of digital communication in government institutions. The consistent application of the SMRT strategy is expected to enhance the effectiveness of public information dissemination, strengthen transparency, and promote public engagement in communication within the port and maritime sector.

**Keywords:** *Digital Communication, SMRT Strategy, Public Information, Instagram, Government Communication.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi, khususnya dalam penyebaran informasi publik oleh institusi pemerintah. Transformasi digital mendorong lembaga publik untuk memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif, cepat, dan interaktif dalam menjangkau masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog, transparansi, dan partisipasi publik dalam tata kelola pemerintahan (Haryadi, 2024; Nugraha & Irwansyah, 2022; Rizqi et al., 2023). Dalam konteks pemerintahan, komunikasi digital menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Pemerintah dituntut untuk menyampaikan informasi secara akurat, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip good governance yang menekankan keterbukaan informasi, akuntabilitas, dan partisipasi publik (Ayunda et al., 2021; Chairunnisa et al., 2023; Isbandi et al., 2022; Rahimallah & Ricky, 2023). Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh instansi pemerintah karena karakter visualnya yang menarik, jangkauan luas, serta kemampuan membangun engagement dengan publik (Rahmadiva & Sofyan, 2023; Sukmono & Kencana, 2023; Teguh et al., 2024).

Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) sebagai lembaga pemerintah yang memiliki tugas pengawasan keselamatan pelayaran, pelayanan kepelabuhanan, serta pengaturan lalu lintas kapal, memiliki tanggung jawab besar dalam menyampaikan informasi kepada publik. Informasi terkait kebijakan pelabuhan, keselamatan pelayaran, layanan administrasi, serta aktivitas kepelabuhanan perlu dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat, khususnya pengguna jasa pelabuhan. Dalam era digital, penyampaian informasi melalui media sosial menjadi strategi penting untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan real-time (Sholihah & Junaidi, 2024; Sibuea et al., 2022; Sima & Kusuma, 2024). Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say memanfaatkan Instagram melalui akun @djpl\_ksoplaurentiussaymof sebagai media komunikasi publik. Akun ini digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi, seperti pengumuman layanan, kegiatan kelembagaan, edukasi keselamatan pelayaran, serta kebijakan terkait pelabuhan. Namun, efektivitas komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media sosial, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan dalam pengelolaan konten.

Dalam kajian komunikasi digital, strategi SMRT (Specific, Measurable, Relevant, Timely) menjadi salah satu pendekatan yang digunakan untuk memastikan bahwa pesan komunikasi disampaikan secara terarah, terukur, relevan, dan tepat waktu. Konsep ini awalnya berkembang dalam manajemen strategi dan perencanaan komunikasi, kemudian diadaptasi dalam konteks komunikasi digital dan media sosial. Strategi SMRT menekankan pentingnya perencanaan pesan yang jelas (specific), dapat diukur dampaknya (measurable), sesuai dengan kebutuhan audiens (relevant), dan disampaikan pada waktu yang tepat (timely) (Andriani, 2022; Cahyani & Widianingsih, 2020; Saktisyahputra, 2022). Dalam praktik komunikasi publik pemerintah, penerapan strategi SMRT menjadi penting karena informasi yang disampaikan



tidak hanya harus benar, tetapi juga harus tepat sasaran dan berdampak pada peningkatan pemahaman publik. Tanpa strategi komunikasi yang terencana, pesan yang disampaikan melalui media sosial berpotensi tidak efektif, kurang dipahami, atau bahkan diabaikan oleh masyarakat. Oleh karena itu, analisis terhadap penerapan strategi SMRT dalam komunikasi digital menjadi relevan untuk memahami sejauh mana efektivitas penyebaran informasi publik oleh lembaga pemerintah. Di sisi lain, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah sering kali masih bersifat informatif satu arah, belum optimal dalam membangun interaksi dan partisipasi publik (Jamalullail et al., 2023; Nugraha & Irwansyah, 2022; Santoso et al., 2020). Banyak instansi pemerintah yang menggunakan media sosial hanya sebagai papan pengumuman digital, tanpa strategi komunikasi yang terukur dan terencana. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi media sosial sebagai alat komunikasi publik dengan praktik yang terjadi di lapangan.

Selain itu, konteks lokal pelabuhan sebagai ruang publik strategis juga menambah kompleksitas komunikasi digital. Pelabuhan bukan hanya pusat aktivitas ekonomi, tetapi juga ruang interaksi sosial yang melibatkan berbagai aktor, seperti pemerintah, pengguna jasa, pelaku usaha, dan masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi digital yang dilakukan oleh KSOP harus mampu menjembatani kepentingan berbagai pihak melalui penyampaian informasi yang jelas, relevan, dan mudah dipahami (Oktariani & Wuryanta, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian tentang “Komunikasi Digital SMRT dalam Penyebaran Informasi Publik Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say pada akun Instagram @djpl\_ksoplaurentiussaymof” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana strategi SMRT diterapkan dalam komunikasi digital instansi pemerintah, serta bagaimana efektivitasnya dalam penyebaran informasi publik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan kontribusi praktis bagi peningkatan kualitas komunikasi publik di sektor kepelabuhanan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses komunikasi digital dan strategi SMRT dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial Instagram. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, konteks, dan pola komunikasi yang terjadi dalam praktik komunikasi digital instansi pemerintah. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena komunikasi digital yang dilakukan oleh Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say melalui akun Instagram @djpl\_ksoplaurentiussaymof. Dengan metode ini, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana strategi SMRT diterapkan dalam penyusunan dan penyebaran konten informasi publik.

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say, dengan fokus pada aktivitas komunikasi digital melalui akun Instagram @djpl\_ksoplaurentiussaymof. Objek penelitian adalah konten komunikasi digital yang dipublikasikan melalui Instagram, meliputi pesan visual, teks, tema konten, serta interaksi antara akun institusi dengan audiens. Subjek penelitian meliputi pengelola media sosial instansi, pejabat terkait, serta pengguna Instagram yang mengakses informasi dari akun tersebut.

Data primer diperoleh melalui: Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pengelola akun Instagram, pejabat humas, dan pihak terkait di KSOP, Observasi terhadap konten Instagram yang dipublikasikan, termasuk pola pesan, desain visual, dan respons audiens



dan dokumentasi, berupa arsip unggahan Instagram, caption, komentar, dan fitur interaksi lainnya. Analisis data dalam penelitian ini yang meliputi: reduksi data, yaitu proses seleksi, pemfokusan, dan penyederhanaan data yang diperoleh dari lapangan, penyajian data, yaitu penyusunan data dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks untuk memudahkan pemahaman dan menarik kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses interpretasi data untuk menemukan pola dan makna komunikasi digital. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, meliputi, Triangulasi sumber, dengan membandingkan data dari berbagai informan, Triangulasi teknik, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dan Triangulasi waktu, dengan melakukan pengamatan pada waktu yang berbeda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Analisis Spesifisitas Pesan dalam Komunikasi Digital KSOP

Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere telah aktif mengadopsi Instagram sebagai garda terdepan komunikasi publik mereka melalui akun resmi. Dalam dimensi spesifisitas, hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang diunggah memiliki tujuan yang cukup jelas, terutama yang berkaitan dengan prosedur layanan kepelabuhanan dan aspek keselamatan pelayaran. Pesan yang disampaikan biasanya sudah mencakup detail operasional seperti lokasi inspeksi kapal, jenis kegiatan sosialisasi, serta hasil capaian dari agenda yang dijalankan. Kejelasan ini sangat penting agar masyarakat pengguna jasa pelabuhan tidak terjebak dalam kebingungan administratif. Dengan menyajikan informasi yang terstruktur, instansi berupaya meminimalisir ambiguitas yang sering muncul dalam prosedur birokrasi konvensional. Pendekatan visual yang didukung oleh teks naratif membantu audiens menangkap inti pesan secara lebih cepat dibandingkan melalui surat edaran fisik yang cenderung kaku dan sulit diakses secara luas oleh publik.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan adanya inkonsistensi dalam penerapan prinsip spesifik pada beberapa jenis unggahan dokumentasi kegiatan. Masih sering dijumpai konten yang hanya menampilkan foto seremonial tanpa narasi pendukung yang menjelaskan makna atau dampak konkret kegiatan tersebut bagi kepentingan masyarakat umum. Kondisi ini menciptakan celah informasi di mana audiens hanya melihat aktivitas fisik tanpa memahami nilai strategis dari agenda yang sedang dilaksanakan oleh pihak otoritas pelabuhan. Pesan yang kurang fokus pada tujuan komunikasi akhirnya hanya menjadi pemanis beranda tanpa memberikan nilai edukasi yang mendalam bagi pengikut akun tersebut. Ke depannya, setiap unggahan perlu dirancang dengan mempertimbangkan apa yang ingin dicapai dan bagaimana informasi tersebut dapat langsung diaplikasikan oleh pengguna jasa. Ketajaman pesan menjadi kunci utama agar komunikasi digital tidak hanya sekadar formalitas administratif, melainkan menjadi solusi nyata dalam penyebaran informasi publik yang akurat dan tepat sasaran bagi semua pihak.

#### 2. Pengukuran Interaksi dan Keterlibatan Audiens di Instagram

Aspek pengukuran atau keterukuran merupakan instrumen vital untuk mengevaluasi sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menggerakkan audiens di ranah digital. Berdasarkan data keterlibatan yang diamati, unggahan yang bersifat edukatif seperti infografis keselamatan pelayaran dan pengumuman jadwal layanan cenderung mendapatkan respons yang lebih dinamis dibandingkan dokumentasi internal. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens memiliki kecenderungan untuk bereaksi terhadap konten yang memberikan manfaat praktis bagi kebutuhan mereka sehari-hari. Angka suka dan jumlah bagikan menjadi indikator awal



bahwa pesan tersebut dianggap relevan oleh pengguna jasa pelabuhan. Namun, volume interaksi ini masih menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam, yang mencerminkan bahwa minat audiens belum dikelola secara sistematis melalui strategi konten yang berkelanjutan. Pengukuran keberhasilan komunikasi saat ini masih terbatas pada data permukaan dan belum menyentuh analisis sentimen yang lebih mendalam untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh institusi.

Di sisi lain, rendahnya aktivitas diskusi di kolom komentar menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dijalankan masih cenderung bersifat searah dan kaku. Jarangnya percakapan atau pertanyaan dari publik mengindikasikan bahwa akun Instagram tersebut belum sepenuhnya bertransformasi menjadi ruang dialog interaktif yang partisipatif. Pihak otoritas pelabuhan belum secara optimal memanfaatkan data interaksi, seperti jumlah simpanan atau klik tautan, sebagai basis data untuk melakukan perbaikan strategi komunikasi pada periode berikutnya. Evaluasi terhadap kinerja digital seharusnya menjadi panduan untuk menentukan jenis konten apa yang perlu diperbanyak dan kapan waktu terbaik untuk menjangkau audiens secara luas. Tanpa adanya pemanfaatan data yang akurat, pengelolaan media sosial hanya akan berjalan secara naluriah tanpa arah yang terukur secara strategis. Optimalisasi fungsi analitik yang disediakan oleh platform media sosial menjadi kebutuhan mendesak agar instansi dapat menyesuaikan gaya komunikasinya dengan preferensi audiens modern yang semakin menuntut transparansi dan kecepatan respons.

### **3. Relevansi Konten terhadap Kepentingan Pengguna Jasa Pelabuhan**

Kesesuaian antara informasi yang disajikan dengan kebutuhan nyata pengguna jasa menjadi penentu utama efektivitas komunikasi publik otoritas pelabuhan. Sebagian besar konten di akun resmi instansi ini dinilai sudah memiliki relevansi yang cukup kuat dengan tugas dan fungsi kelembagaan, terutama terkait pengawasan keselamatan pelayaran. Informasi mengenai kebijakan baru di pelabuhan serta panduan administratif merupakan jenis konten yang paling dinantikan oleh para pelaku usaha di sektor maritim dan masyarakat umum. Ketika instansi menyelaraskan pesan digitalnya dengan isu-isu aktual di lapangan, keterlibatan publik cenderung meningkat secara alami karena merasa terbantu oleh informasi tersebut. Relevansi ini menciptakan rasa kepercayaan masyarakat bahwa pemerintah hadir di ruang digital untuk memberikan kemudahan akses layanan. Dengan fokus pada aspek yang menyentuh langsung kehidupan masyarakat bahari, instansi berhasil memposisikan dirinya sebagai rujukan utama dalam mencari informasi kepelabuhanan yang kredibel di wilayah Laurentius Say.

Namun, tantangan muncul ketika konten yang diunggah terlalu didominasi oleh kegiatan internal yang bersifat administratif dan kurang berkaitan dengan kebutuhan publik luas. Terkadang terdapat unggahan yang lebih menekankan pada aktivitas seremonial kantor yang kurang memberikan dampak langsung bagi efisiensi layanan di pelabuhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kurasi konten belum sepenuhnya mempertimbangkan sudut pandang audiens sebagai pemangku kepentingan utama dalam komunikasi publik. Pesan yang kehilangan relevansinya akan cenderung diabaikan oleh pengikut, sehingga potensi jangkauan informasi penting lainnya menjadi ikut menurun secara sistematis. Penting bagi pengelola media sosial untuk selalu melakukan penyaringan terhadap setiap draf konten dengan mengajukan pertanyaan mengenai manfaat apa yang akan didapatkan oleh publik dari informasi tersebut. Meningkatkan proporsi konten yang bersifat solutif dan aplikatif akan jauh lebih efektif dalam membangun hubungan yang harmonis antara otoritas pelabuhan dan masyarakat dibandingkan sekadar menampilkan rutinitas internal organisasi yang bersifat tertutup dan kurang informatif.



#### **4. Ketepatan Waktu dalam Distribusi Informasi Publik**

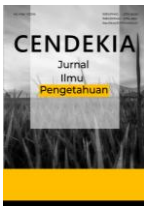
Ketepatan waktu atau aktualitas merupakan faktor yang sangat krusial dalam dunia maritim yang penuh dengan dinamika perubahan cuaca dan jadwal pelayaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak otoritas pelabuhan sudah berupaya menyampaikan pengumuman penting secara berkala melalui platform digital mereka. Kecepatan dalam menyebarkan informasi mengenai aturan keselamatan atau kendala operasional di pelabuhan dapat mencegah terjadinya kerugian waktu dan materi bagi pengguna jasa. Dalam situasi tertentu, unggahan yang tepat waktu berfungsi sebagai peringatan dini yang mampu menjamin keselamatan para pelaku pelayaran sebelum mereka melakukan perjalanan. Namun, aktualitas ini masih sering terhambat oleh proses birokrasi internal dalam penyusunan konten yang terkadang membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan persetujuan. Akibatnya, beberapa informasi yang seharusnya segera diketahui publik justru terlambat dipublikasikan dan kehilangan nilai urgensinya saat sampai ke layar gawai audiens, sehingga efektivitas pesan menjadi berkurang secara signifikan.

Fenomena unggahan yang dipublikasikan setelah kegiatan berakhir masih sering dijumpai, sehingga konten tersebut hanya berfungsi sebagai arsip dokumentasi alih-alih sebagai informasi yang bersifat antisipatif. Padahal, dalam manajemen komunikasi krisis atau perubahan jadwal layanan, keterlambatan informasi dalam hitungan jam saja dapat menimbulkan kesalahpahaman yang luas di kalangan masyarakat. Ketidakteraturan jadwal unggah juga memengaruhi algoritma media sosial yang pada akhirnya menurunkan jangkauan pesan kepada pengikut yang membutuhkan informasi tersebut secara cepat. Diperlukan perencanaan kalender konten yang lebih matang dan fleksibel untuk memastikan bahwa setiap berita penting dapat didistribusikan dalam waktu sesingkat mungkin. Pemanfaatan fitur-fitur seperti cerita pendek atau siaran langsung dapat menjadi solusi untuk menyampaikan informasi mendesak tanpa harus melalui proses penyuntingan video yang memakan waktu lama. Ketepatan waktu dalam dunia digital bukan sekadar pilihan, melainkan keharusan untuk menjaga kredibilitas instansi sebagai sumber informasi yang responsif dan dapat diandalkan oleh seluruh pemangku kepentingan.

#### **5. Evaluasi Pola Komunikasi dan Implikasi Strategis Ke Depan**

Secara keseluruhan, pola komunikasi digital yang dijalankan melalui akun Instagram resmi ini masih didominasi oleh pendekatan informatif searah yang bersifat institusional. Meskipun fungsi penyebaran data telah berjalan, dimensi interaksi dua arah yang merupakan kekuatan utama media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendengarkan aspirasi publik. Dominasi konten yang bersifat searah membuat hubungan antara instansi dan audiens terasa jarak, di mana publik hanya menjadi konsumen informasi tanpa ruang untuk memberikan masukan konstruktif. Pola komunikasi ini perlu segera digeser menuju arah yang lebih dialogis dan partisipatif agar tercipta rasa kepemilikan masyarakat terhadap kebijakan yang diambil oleh otoritas pelabuhan. Transformasi dari gaya birokrasi kaku menuju gaya komunikasi digital yang lebih luwes akan sangat membantu dalam memperkuat citra positif institusi di mata masyarakat modern. Strategi yang lebih kreatif dan menyentuh sisi kemanusiaan akan memberikan dampak yang lebih mendalam dibandingkan sekadar laporan kegiatan formal.

Implikasi strategis dari temuan ini menekankan perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bagian humas untuk menguasai manajemen media sosial secara lebih profesional. Pemanfaatan data analitik harus dijadikan pedoman utama dalam merancang setiap kampanye digital agar setiap investasi waktu dan tenaga memberikan hasil yang optimal bagi organisasi. Instansi perlu mengembangkan pedoman komunikasi digital yang lebih adaptif,



yang tidak hanya mengutamakan aspek hukum kepelabuhanan tetapi juga aspek estetika dan psikologi audiens di media sosial. Dengan menerapkan kerangka strategi yang lebih terencana, terukur, relevan, dan tepat waktu secara konsisten, efektivitas penyebaran informasi publik akan meningkat secara signifikan. Hal ini tidak hanya akan memperbaiki kualitas layanan informasi, tetapi juga akan memperkuat legitimasi pemerintah dalam mengelola sektor maritim yang aman dan terpercaya bagi semua warga. Komunikasi digital yang sukses adalah komunikasi yang mampu mengubah data menjadi solusi dan mengubah pengikut menjadi mitra dalam mewujudkan keselamatan serta keteraturan di pelabuhan.

### Pembahasan

Analisis mengenai spesifisitas pesan dalam komunikasi digital Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say Maumere menunjukkan upaya serius dalam mengadopsi platform *Instagram* sebagai garda depan informasi publik. Sebagian besar konten yang dipublikasikan telah memiliki tujuan yang cukup jelas, terutama dalam menguraikan prosedur layanan kepelabuhanan serta aspek keselamatan pelayaran yang sangat krusial bagi masyarakat. Pesan-pesan tersebut mencakup detail operasional seperti lokasi inspeksi kapal dan capaian agenda kerja untuk meminimalisir ambiguitas birokrasi konvensional yang sering kali membingungkan. Pendekatan melalui teks naratif dan visual membantu audiens menangkap inti sari informasi secara lebih instan dibandingkan surat edaran fisik. Namun demikian, terdapat inkonsistensi pada beberapa unggahan dokumentasi yang hanya menampilkan foto seremonial tanpa penjelasan dampak konkret bagi kepentingan umum. Kondisi ini menciptakan celah informasi yang membuat nilai strategis agenda tersebut kurang dipahami oleh masyarakat luas secara mendalam. Ke depannya, setiap materi harus dirancang dengan mempertimbangkan target komunikasi agar tidak sekadar menjadi formalitas administratif belaka. Ketajaman pesan tetap menjadi kunci utama agar setiap informasi yang disebarkan dapat diaplikasikan langsung oleh pengguna jasa pelabuhan di wilayah tersebut setiap harinya (Afizha & Kholik, 2021; Muthmainnah & Kurniadi, 2021; Octaviani et al., 2022; Winoto et al., 2022).

Pengukuran interaksi audiens pada akun resmi institusi tersebut menjadi instrumen evaluasi yang sangat vital guna mengetahui sejauh mana pesan mampu menggerakkan masyarakat di ranah digital. Data menunjukkan bahwa konten yang bersifat edukatif seperti *infographic* keselamatan pelayaran serta jadwal layanan mendapatkan respons yang jauh lebih dinamis dibandingkan sekadar dokumentasi internal organisasi. Angka *like* dan jumlah sebaran menjadi indikator awal bahwa materi tersebut dianggap relevan oleh para pengguna jasa pelabuhan dalam memenuhi kebutuhan informasi harian mereka secara praktis. Namun, volume interaksi ini masih mengalami fluktuasi yang cukup tajam karena belum dikelola melalui strategi konten yang terencana secara sistematis. Rendahnya diskusi pada kolom komentar mengindikasikan bahwa pola komunikasi masih cenderung bersifat satu arah atau *top down*. Pihak otoritas pelabuhan belum mengoptimalkan pemanfaatan data analitik seperti jumlah simpanan atau klik tautan untuk memperbaiki strategi komunikasi pada periode berikutnya secara akurat. Tanpa pemanfaatan data yang matang, pengelolaan media sosial hanya akan berjalan berdasarkan naluri belaka tanpa arah strategis yang terukur secara profesional. Optimalisasi fungsi analitik menjadi kebutuhan mendesak agar instansi dapat menyesuaikan gaya penyampaian dengan preferensi audiens modern saat ini (Faizin et al., 2024; Mukti & Putri, 2021; Sheeraz et al., 2023; Sinaga et al., 2025; Soeherman & Soeherman, 2025).

Relevansi informasi yang disajikan dengan kebutuhan nyata pengguna jasa menjadi penentu utama efektivitas komunikasi publik pada otoritas pelabuhan di wilayah Maumere. Sebagian besar materi di akun resmi dinilai sudah selaras dengan tugas dan fungsi kelembagaan, khususnya dalam pengawasan keselamatan pelayaran dan kebijakan baru di pelabuhan. Ketika



instansi menyelaraskan pesan digital dengan isu-isu aktual di lapangan, keterlibatan publik meningkat secara alami karena mereka merasa sangat terbantu oleh informasi tersebut. Namun, tantangan muncul ketika konten terlalu didominasi oleh kegiatan internal bersifat administratif yang kurang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas secara langsung. Unggahan seremonial yang tidak memberikan dampak pada efisiensi layanan cenderung diabaikan oleh para pengikut sehingga potensi jangkauan informasi penting lainnya menurun secara sistematis. Kurasi konten seharusnya lebih mempertimbangkan sudut pandang audiens sebagai pemangku kepentingan utama dalam komunikasi pemerintah. Meningkatkan proporsi materi yang bersifat solutif dan aplikatif akan jauh lebih efektif dalam membangun hubungan harmonis antara otoritas pelabuhan dan masyarakat. Fokus pada aspek yang menyentuh kehidupan nyata warga bahari akan memperkuat posisi instansi sebagai rujukan utama yang kredibel dan terpercaya guna mewujudkan pelayanan publik yang jauh lebih baik serta transparan setiap harinya (Koban et al., 2026; Najwan et al., 2024; Permatasari & Rahayu, 2026; Yuliani et al., 2026).

Ketepatan waktu atau aktualitas merupakan faktor yang sangat krusial dalam dunia maritim yang penuh dengan dinamika perubahan cuaca serta jadwal pelayaran yang cair. Kecepatan dalam menyebarkan pengumuman mengenai aturan keselamatan atau kendala operasional di pelabuhan dapat mencegah terjadinya kerugian waktu dan materi bagi para pengguna jasa. Namun, aktualitas informasi pada akun tersebut masih sering terhambat oleh proses birokrasi internal dalam persetujuan konten yang memakan waktu cukup lama. Akibatnya, beberapa berita yang seharusnya segera diketahui publik justru terlambat dipublikasikan sehingga kehilangan nilai urgensinya saat sampai ke layar gawai audiens. Fenomena unggahan yang bersifat dokumentasi masa lalu masih sering dijumpai, sehingga materi tersebut hanya berfungsi sebagai arsip statis alih-alih sebagai informasi antisipatif. Padahal, keterlambatan informasi dalam hitungan jam saja dapat menimbulkan kesalahpahaman luas di kalangan masyarakat terkait jadwal pelayaran. Perencanaan kalender konten yang lebih fleksibel serta pemanfaatan fitur seperti *short story* atau siaran langsung dapat menjadi solusi taktis penyampaian informasi mendesak. Ketepatan waktu bukan sekadar pilihan teknis melainkan keharusan untuk menjaga kredibilitas instansi sebagai sumber informasi yang responsif dan sangat profesional dalam mendukung aktivitas kemaritiman masyarakat di Kabupaten Sikka secara berkelanjutan.

Evaluasi menyeluruh terhadap pola komunikasi digital yang dijalankan menunjukkan dominasi pendekatan informatif searah yang masih kaku dan bersifat institusional belaka. Dimensi interaksi dua arah yang merupakan kekuatan utama media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendengarkan aspirasi publik secara partisipatif. Dominasi konten satu arah menciptakan jarak antara instansi dan audiens, di mana masyarakat hanya bertindak sebagai konsumen informasi tanpa ruang masukan yang berarti. Implikasi strategis dari temuan ini menekankan perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bagian humas untuk menguasai manajemen media sosial secara lebih profesional dan modern. Pemanfaatan data analitik harus dijadikan pedoman utama dalam merancang setiap kampanye digital agar investasi waktu dan tenaga memberikan hasil optimal bagi organisasi. Instansi perlu mengembangkan pedoman komunikasi yang lebih adaptif dengan memperhatikan aspek estetika dan psikologi audiens di internet. Dengan menerapkan strategi yang lebih terencana, terukur, dan tepat waktu, efektivitas penyebaran informasi publik akan meningkat secara signifikan di masa depan. Transformasi menuju gaya komunikasi yang lebih luwes akan memperkuat legitimasi pemerintah dalam mengelola sektor maritim yang aman dan terpercaya bagi seluruh warga di Kabupaten Sikka melalui platform digital yang terintegrasi secara baik.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial melalui kerangka *specific, measurable, relevant, dan timely* pada otoritas pelabuhan telah berjalan namun belum mencapai titik maksimal. Secara umum, pesan yang disampaikan sudah memiliki kejelasan tujuan dan relevansi dengan tugas pokok institusi dalam menjaga keselamatan pelayaran. Namun, efektivitas komunikasi masih terhambat oleh pola interaksi yang bersifat satu arah serta rendahnya keterlibatan publik dalam ruang digital tersebut. Selain itu, aspek ketepatan waktu distribusi informasi sering terkendala oleh proses birokrasi internal. Penggunaan strategi yang terukur sangat penting guna memastikan bahwa setiap informasi publik tidak hanya tersampaikan, tetapi juga mampu mendorong partisipasi aktif serta memperkuat transparansi kepelabuhanan secara menyeluruh.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar instansi melakukan penguatan kapasitas pengelola media sosial dalam menyusun kalender konten yang lebih dinamis dan solutif. Pihak humas sebaiknya mengoptimalkan fitur interaktif seperti *polling* atau *story* guna mengubah pola komunikasi menjadi dialog dua arah yang partisipatif. Evaluasi berkala menggunakan data *analytics* harus dijadikan dasar utama dalam menentukan strategi penyebaran informasi agar lebih tepat sasaran. Selain itu, penyederhanaan alur birokrasi dalam persetujuan konten sangat diperlukan demi menjaga aktualitas pesan, terutama untuk informasi yang bersifat mendesak. Dengan meningkatkan proporsi konten yang menyentuh sisi kemanusiaan, diharapkan hubungan antara otoritas pelabuhan dan masyarakat pengguna jasa menjadi lebih harmonis serta komunikatif di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan komunikasi efektif 7C dalam pelayanan informasi publik oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Jakarta II. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 3(3), 111. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v3i3.13683>
- Andriani, Y. (2022). Communication strategy for medical rehabilitation installation Hj. Anna Lasmanah Hospital in reducing patient drop out rates during the Covid 19 pandemic. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.21111/sjic.v4i1.7380>
- Ayunda, R., Nertivia, N., Prastio, L. A., & Vila, O. (2021). Kebijakan online single submission sebagai e-government dalam mewujudkan good governance di Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 23(1), 71. <https://doi.org/10.37253/jjr.v23i1.4359>
- Cahyani, I. P., & Widianingsih, Y. (2020). Digital storytelling dan social listening: Tren aktivitas kehumasan perguruan tinggi dalam pengelolaan media sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 39. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.9292>
- Chairunnisa, L., Habibi, F., & Berthanila, R. (2023). Implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 11(2), 31. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v11i2.158>
- Faizin, B., Fitri, S. A., As, E., & Maylawati, D. S. (2024). Polarization of religious issues in Indonesia's social media society and its impact on social conflict. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3926320/v1>
- Haryadi, A. T. (2024). Peran media sosial dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas administrasi publik. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4). <https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1613>



- Isbandi, F. S. S., Sagiyanto, A., Rahma, A., Apriani, W., Utomo, A. S., & Dasini, D. (2022). Implementasi fitur Laksa pada aplikasi Tangerang Live sebagai layanan aspirasi masyarakat Tangerang. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 87. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.13218>
- Jamalullail, J., Safira, F., & Hamdi, H. (2023). The government communication strategy through social media to increase public awareness. *Nyimak Journal of Communication*, 7(2), 131. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v7i2.7985>
- Koban, E. S. B., Mustafa, I., & Sedu, V. A. (2026). Pengelolaan social media response team untuk meningkatkan publisitas pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(2), 838. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i2.9343>
- Mukti, O. F. W., & Putri, N. K. (2021). Social media analytics: Instagram utilization for delivering health education messages to young adult in Indonesia. *Jurnal PROMKES*, 9(1), 36. <https://doi.org/10.20473/jpk.v9.i1.2021.36-43>
- Muthmainnah, M., & Kurniadi, H. (2021). Strategi komunikasi Polsek Nanggalo Kota Padang dalam menyosialisasikan kewaspadaan terhadap aksi pencurian kendaraan sepeda motor. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(6), 255. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i6.14505>
- Najwan, N., Anggraini, R., & Bulba, A. T. (2024). Evaluating the performance of Ulee Lheue ferry port facilities and services in Banda Aceh City using the importance performance analysis method. *Media Komunikasi Teknik Sipil*, 29(2), 300. <https://doi.org/10.14710/mkts.v29i2.58377>
- Nugraha, P. S., & Irwansyah, I. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam kehumasan digital Kementerian Luar Negeri. *Interaksi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 35. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.35-48>
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi komunikasi dalam corporate social responsibility perusahaan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4, 21. <https://doi.org/10.23969/humanitas.v4ii.4882>
- Oktariani, R., & Wuryanta, A. E. W. (2020). Komunikasi pemerintah melalui media center Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 kepada publik. *Expose Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i2.1196>
- Permatasari, D., & Rahayu, M. (2026). Partisipasi Karang Taruna Tunas Harapan dalam kegiatan jimpitan untuk meningkatkan tanggung jawab sosial. *Social Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 6(1), 467. <https://doi.org/10.51878/social.v6i1.9722>
- Rahimallah, M. T. A., & Ricky, R. (2023). Keterbukaan informasi publik: Holistikasi dan akselerasi good governance. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>
- Rahmadiva, A. V., & Sofyan, N. (2023). The management of Instagram of Yogyakarta Special Region Province as a medium to communicate public policy on Instagram social media @Humasjogja in 2022. *Symposium of Literature Culture and Communication (SYLECTION) 2022*, 3(1), 431. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14009>
- Rizqi, M. D., Saputra, W. A., & Murahman, M. (2023). Menggali hubungan antara media sosial dan kebijakan pemerintah: Pendekatan bibliometrik dan tinjauan pustaka. *Jurnal Kawistara*, 13(3), 389. <https://doi.org/10.22146/kawistara.78591>



- Saktisyahputra, S. (2022). Manajemen komunikasi digital: Perencanaan, aktivitas dan evaluasi Asosiasi Konten Kreator Indonesia dalam meningkatkan omset bisnis UMKM. *Abiwara Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 151. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2229>
- Santoso, A., Rinjany, D., & Bafadhal, O. M. (2020). Social media and local government in Indonesia: Adoption, use and stakeholder engagement. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(3), 21. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.3.307>
- Sheeraz, M., Sajid, M. S., Mehmood, Y., Irfan, M., & Tahir, I. (2023). Brand awareness and digital marketing: Measurement tools and data analytics for agricultural industry. *Journal of Arable Crops and Marketing*, 5(2), 37. <https://doi.org/10.33687/jacm.005.01.5047>
- Sholihah, Z., & Junaidi, A. (2024). Analisis Instagram Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam menjangkau generasi muda. *Prologia*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i1.21490>
- Sibuea, H. P., Fitriana, D., & Sarip, S. (2022). Penyuluhan hukum etika digital bagi pengguna media sosial di SMK 01 Pelayaran Mundu, Cirebon. *Empowerment Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 248. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v5i03.6186>
- Sima, A. P. P., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Petunjuk cerdas dan batasan etika: Berpartisipasi aktif dan bertanggung jawab dalam pemilu melalui Instagram. *Diseminasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v6i1.7696>
- Sinaga, S. A. B., Lubis, N. A. R., Nurriadoh, N., & Nurbaiti, N. (2025). Hubungan antara analytics data perusahaan dengan kinerja perusahaan Meta Platforms Instagram. *Jurnal Manuhara Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 293. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v3i3.2010>
- Soeherman, B., & Soeherman, C. L. (2025). The role of data analytic to enhance design thinking process in producing social media contents. *Information & Media*, 102, 112. <https://doi.org/10.15388/im.2025.102.6>
- Sukmono, F. G., & Kencana, A. P. S. (2023). Pola baru pengelolaan media digital dalam Instagram @humasjogja. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 15(2), 264. <https://doi.org/10.29313/mediator.v15i2.10705>
- Teguh, M., Qotrunnada, N. A., Calysta, K., Bungin, B., & Ahmad, M. K. (2024). Utilizing Instagram for digital government public relations by Diskominfo Jatim. *Komunikator*, 16(2), 160. <https://doi.org/10.18196/jkm.24338>
- Winoto, Y., Anwar, R. K., & Khadijah, U. L. S. (2022). A design model for information dissemination on the Pulo Traditional Village tourism area in the booklets and leaflets. *Temali Jurnal Pembangunan Sosial*, 5(2), 161. <https://doi.org/10.15575/jt.v5i2.19217>
- Yuliani, R., Mustafa, I., & Kedoh, L. N. (2026). Penerapan prinsip good governance dalam tata kelola Bagian Sekretariat Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(2), 927. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i2.9342>