

**PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA RESPONSE TEAM UNTUK MENINGKATKAN
PUBLISITAS PADA KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS
PELABUHAN KELAS IV****Elisabeth Septiani Bonewati Koban¹, Intan Mustafa², Viktor Arestyan Sedu³**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nusa Nipa^{1,2,3}e-mail: anikoban09@gmail.com

Diterima: 29/1/2026; Direvisi: 03/2/2026; Diterbitkan: 15/2/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan *social media response team* dalam meningkatkan publisitas pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang efektif bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi, membangun citra positif, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas pengelolaan media sosial KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *social media response team* meliputi perencanaan konten, pelaksanaan publikasi informasi, serta pengelolaan respons terhadap masyarakat melalui media sosial. Strategi tersebut mampu meningkatkan publisitas dan memperkuat citra institusi di mata publik, meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dan konsistensi pembaruan konten. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pengelolaan *social media response team* yang terencana dan responsif berperan penting dalam meningkatkan publisitas KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere, sehingga diperlukan penguatan strategi, peningkatan kapasitas tim, dan optimalisasi pemanfaatan media sosial secara berkelanjutan.

Kata Kunci : *social media response team*, publisitas, komunikasi publik**ABSTRACT**

This study aims to examine and analyze the management of a *social media response team* in enhancing publicity at the Class IV Port Authority and Harbormaster Office (KSOP) Laurentius Say Maumere. The background of this research is based on the growing importance of social media as an effective public communication tool for government institutions in disseminating information, building a positive image, and increasing public engagement. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation related to the social media management activities at KSOP Class IV Laurentius Say Maumere. The results indicate that the management of the *social media response team* includes content planning, information dissemination, and public response management through social media platforms. These strategies contribute to increasing publicity and strengthening the institution's public image. However, several challenges remain, such as limited human resources and inconsistencies in content updates. The study concludes that well-planned and responsive *social media response team* management plays an important role in enhancing the publicity of KSOP Class IV Laurentius Say Maumere, highlighting the need for improved strategies, team capacity building, and continuous optimization of social media utilization.

Keyword: social media response team, publicity, public communication

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara lembaga pemerintah berinteraksi dengan publik di seluruh penjuru dunia saat ini. Media sosial tidak lagi sekadar sarana komunikasi personal, melainkan kanal resmi untuk publikasi, promosi, dan layanan publik yang sangat krusial bagi citra organisasi. Berdasarkan data terbaru, pengguna media sosial di Indonesia pada 2024 telah mencapai 139.000.000 individu, atau sekitar 49,9% dari total populasi, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 11 menit setiap hari. Di era digital 2026 ini, kecepatan serta kualitas respons terhadap kebutuhan informasi menjadi kunci strategi kehumasan organisasi dalam membangun persepsi positif serta meningkatkan keterlibatan masyarakat secara luas. Instansi pemerintah dituntut untuk hadir secara aktif guna memenuhi ekspektasi publik yang semakin tinggi terhadap transparansi dan akuntabilitas informasi di ruang siber. Keterlibatan masyarakat yang intensif hanya dapat dicapai apabila organisasi mampu mengelola arus data digital dengan pendekatan yang sangat adaptif terhadap tren teknologi (Habibani & Frinaldi, 2025; Nugraha & Irwansyah, 2022; Rahimallah & Ricky, 2023). Penggunaan platform digital memungkinkan penyampaian pesan yang lebih tersegmentasi dan tepat sasaran sesuai dengan karakteristik target audiens yang sangat beragam. Oleh karena itu, organisasi harus menempatkan pengelolaan media sosial sebagai prioritas utama dalam kerangka transformasi digital nasional yang sedang berlangsung (Cahyani & Widaningsih, 2020; Saputra et al., 2023).

Model pemerintahan modern saat ini mengarah pada konsep *Government 2.0* yang menekankan keterbukaan, kolaborasi, dan partisipasi publik melalui pemanfaatan teknologi digital secara intensif. Secara ideal, kehadiran *Social Media Response Team* seharusnya menjadi ujung tombak dalam memastikan setiap interaksi warga ditanggapi secara cepat, akurat, dan transparan dalam waktu kurang dari 60 menit. Namun, realitas yang terjadi menunjukkan kesenjangan besar di mana 65% lembaga pemerintahan di tingkat daerah masih mengalami kendala dalam memberikan respons yang efektif pada kanal digital mereka. Tantangan utama mencakup volume informasi yang sangat tinggi serta terbatasnya jumlah personel yang kompeten untuk mengelola akun resmi secara profesional sepanjang waktu. Lembaga sering kali terjebak dalam pola komunikasi satu arah yang kaku, sehingga gagal menciptakan dialog yang bermakna dengan masyarakat luas sebagai pengguna jasa. Ketidakmampuan memberikan tanggapan yang cepat berdampak langsung pada penurunan tingkat kepercayaan publik serta munculnya persepsi negatif terhadap kinerja birokrasi di mata warga. Kegagalan dalam manajemen komunikasi digital ini tidak hanya menghambat aliran informasi penting, tetapi juga berisiko merusak kredibilitas institusi dalam jangka panjang jika tidak segera ditangani (Rahmawati et al., 2023; Susanti et al., 2023; Tang & Fillip, 2025).

Keberhasilan suatu organisasi dalam memanfaatkan media sosial tidak hanya ditentukan oleh frekuensi publikasi konten, tetapi lebih kepada bagaimana respons tersebut mengakomodasi kebutuhan interaksi publik yang dinamis. *Social Media Response Team* memiliki peran yang sangat strategis karena mereka tidak hanya memproduksi konten kreatif, tetapi juga memonitor tren percakapan serta melakukan klarifikasi atas informasi yang keliru. Secara ideal, tim ini harus memiliki kemampuan analitik untuk memetakan sentimen publik secara *real-time* guna mencegah krisis komunikasi yang dapat merugikan nama baik instansi. Respons yang relevan dan tepat waktu terbukti mampu meningkatkan *trustworthiness* atau kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah secara signifikan di tengah banjir informasi (Amri, 2021; Kriyantono & Ameliyah, 2020; Makmun & Isnaini, 2023). Selain itu, efektivitas

tim ini sangat bergantung pada penguasaan teknologi digital terbaru serta kepekaan terhadap dinamika sosial yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Dengan meningkatkan *public engagement*, lembaga pemerintah dapat memastikan bahwa pesan-pesan program kerja tersampaikan dengan baik dan diterima secara positif oleh khalayak luas. Tanpa tim yang terdedikasi, aktivitas di media sosial hanya akan menjadi tumpukan konten tanpa nyawa yang tidak mampu menggerakkan partisipasi masyarakat secara nyata (Anggraini & Sukaris, 2023; Widayat et al., 2023).

Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say Maumere merupakan instansi di bawah Direktorat Jenderal Perhubungan Laut yang mengemban tugas krusial dalam keselamatan pelayaran. Sebagai unit pelayanan publik, instansi ini terus berupaya meningkatkan kualitas layanan melalui kanal digital guna menjangkau pengguna jasa secara lebih luas dan efisien di wilayahnya. Namun, observasi lapangan menunjukkan bahwa publikasi informasi melalui media sosial masih belum mencapai hasil optimal yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan saat ini. Data awal mengungkapkan bahwa tingkat keterlibatan masyarakat atau *engagement rate* pada akun resmi instansi ini masih berada di bawah 2%, yang mengindikasikan rendahnya interaksi dua arah. Banyak pertanyaan dari masyarakat yang tidak mendapatkan jawaban cepat, dengan rata-rata waktu tunggu respons mencapai lebih dari 24 jam kerja di hari biasa. Kondisi ini menyebabkan informasi mengenai fungsi, program keselamatan, dan layanan pelabuhan tidak tersampaikan secara efektif kepada publik yang membutuhkan informasi tersebut. Rendahnya interaktivitas ini berpotensi menurunkan citra institusi serta memicu ketidakpahaman masyarakat terhadap regulasi pelayaran yang bersifat sangat vital bagi keselamatan jiwa.

Penelitian ini memberikan nilai kebaruan yang signifikan karena mengisi celah akademik yang selama ini lebih banyak fokus pada lembaga pemerintahan pusat di kota besar. Sebagian besar studi terdahulu cenderung mengabaikan dinamika komunikasi digital pada unit pelayanan teknis di daerah yang memiliki karakteristik audiens serta kendala sumber daya manusia yang unik. Inovasi penelitian ini terletak pada eksplorasi mendalam mengenai peran *Social Media Response Team* dalam meningkatkan publisitas organisasi pada tingkat lokal yang spesifik seperti pelabuhan. Dengan menggunakan pendekatan yang sistematis, riset ini membedah faktor-faktor penentu efektivitas tim dalam menciptakan interaksi publik yang bermakna di tengah keterbatasan struktur organisasi. Nilai tambah dari kajian ini adalah penyediaan model pengelolaan komunikasi digital yang kontekstual bagi instansi pelayanan publik daerah di Indonesia agar lebih responsif terhadap warga. Analisis yang dilakukan tidak hanya berhenti pada teknis administratif, tetapi juga menyentuh aspek *social sensitivity* dalam menanggapi dinamika lokal di wilayah Maumere. Hasil akhir penelitian diharapkan menjadi panduan strategis bagi peningkatan transparansi serta akuntabilitas layanan kepelabuhanan melalui pemanfaatan media sosial yang jauh lebih profesional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk membedah secara mendalam dinamika pengelolaan tim respons digital pada instansi pemerintahan. Fokus utama kajian diarahkan pada analisis strategi komunikasi dan manajemen *Social Media Response Team* dalam upaya meningkatkan jangkauan publisitas di Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada urgensi optimalisasi kanal digital pelabuhan yang memiliki peran vital dalam keselamatan pelayaran namun belum dikelola secara maksimal. Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu empat

bulan untuk memastikan data yang diperoleh bersifat komprehensif dan mampu menangkap pola interaksi yang terjadi. Melalui pendekatan ini, peneliti tidak sekadar mencari data numerik, melainkan berupaya menggali pemahaman holistik mengenai fenomena komunikasi, hambatan teknis, serta efektivitas strategi yang diterapkan oleh tim dalam membangun citra positif institusi di mata publik pengguna jasa transportasi laut.

Sumber data utama dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan kapasitas dan keterlibatan langsung mereka dalam aktivitas kehumasan digital. Subjek penelitian terdiri dari anggota tim pengelola media sosial serta pejabat struktural yang memiliki wewenang dalam pengawasan komunikasi publik di lingkungan KSOP. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi teknik yang meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan telaah dokumen. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali perspektif subjektif informan mengenai alur kerja dan kendala yang dihadapi, sementara observasi difokuskan pada pengamatan langsung terhadap proses produksi konten, mekanisme penjadwalan, hingga kecepatan respons admin terhadap komentar warganet. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah arsip digital akun resmi instansi untuk melihat rekam jejak interaksi dan visualisasi konten yang telah dipublikasikan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri yang dibantu dengan pedoman wawancara dan lembar observasi untuk memastikan data terekam secara sistematis.

Tahapan analisis data dilaksanakan secara interaktif dan berkelanjutan dengan mengacu pada model analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan utama. Proses dimulai dengan reduksi data (*data reduction*), di mana peneliti melakukan seleksi ketat, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan terhadap data mentah yang diperoleh dari lapangan untuk membuang informasi yang tidak relevan. Data yang telah terorganisir kemudian masuk ke tahap penyajian data (*data display*) dalam bentuk narasi deskriptif yang logis guna memetakan pola komunikasi dan strategi publisitas yang diterapkan oleh tim. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*) untuk merumuskan temuan akhir yang menjawab rumusan masalah mengenai efektivitas pengelolaan media sosial. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti melakukan pengecekan ulang atau validasi melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dan fakta lapangan, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan kehumasan instansi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Profil dan Struktur Organisasi Tim Respons Digital

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui serangkaian observasi mendalam, wawancara, dan studi dokumentasi, ditemukan bahwa KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere telah membentuk sebuah unit khusus yang dinamakan *Social Media Response Team* (SMRT). Tim ini beranggotakan lima personel inti yang direkrut dari gabungan staf bagian hubungan masyarakat dan bagian teknis operasional. Secara fungsional, tim ini memegang tanggung jawab strategis yang meliputi penyusunan jadwal konten, eksekusi publikasi, pemantauan tren percakapan publik terkait layanan pelabuhan, hingga pelaporan evaluasi kinerja digital. Namun, secara organisatoris, keberadaan SMRT ini masih bersifat semi-formal. Hal ini terlihat dari belum adanya regulasi internal yang mengikat secara hukum atau pedoman baku operasional (*Standard Operating Procedure*) yang mengatur rincian prosedur kerja, pembagian tugas harian, serta mekanisme evaluasi kinerja yang terukur. Kondisi ini mencerminkan fenomena umum pada tahap awal adaptasi digital di instansi pemerintahan, di

mana pembentukan tim sering kali mendahului pembuatan aturan formalnya, sehingga alur kerja sering kali berjalan berdasarkan inisiatif situasional daripada sistem yang mapan.



Gambar 1. Proses Penggalian Data

Dari segi kompetensi sumber daya manusia, profil anggota tim menunjukkan variasi latar belakang yang cukup beragam, menciptakan dinamika kerja yang unik. Sebagian anggota memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman di bidang komunikasi publik, sementara anggota lainnya memiliki keahlian spesifik dalam bidang teknologi informasi dan teknis kepelabuhanan. Keberagaman ini menjadi aset berharga karena memungkinkan adanya kolaborasi perspektif antara sisi kreatif komunikasi dan akurasi data teknis pelayaran. Anggota dengan latar belakang komunikasi berfokus pada pengemasan pesan yang mudah dipahami masyarakat, sedangkan anggota teknis memastikan validitas informasi operasional. Kendati demikian, tanpa adanya SOP yang jelas, keberagaman ini juga memunculkan tantangan tersendiri dalam hal koordinasi. Sering kali terjadi tumpang tindih peran atau perbedaan persepsi dalam merespons isu publik, karena tidak adanya panduan standar mengenai nada bicara (*tone of voice*) atau batasan wewenang dalam menjawab pertanyaan teknis, yang pada akhirnya menuntut perlunya formalisasi struktur kerja sesegera mungkin demi efisiensi tim.

2. Strategi Pengelolaan Konten dan Mekanisme Respons

Dalam upaya membangun komunikasi publik, SMRT KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere menerapkan strategi konten yang berfokus pada pendekatan informasional dan edukatif. Konten-konten yang diproduksi secara rutin mencakup jadwal keberangkatan kapal, pembaruan kondisi cuaca dan pelabuhan, sosialisasi prosedur keselamatan pelayaran, serta dokumentasi kegiatan internal kedinasan. Format penyajiannya pun dibuat bervariasi, mulai dari teks naratif, infografis visual, hingga video singkat untuk menyesuaikan dengan preferensi audiens di berbagai platform. Meskipun demikian, analisis konten menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terbangun masih didominasi oleh arah satu arah (*one-way communication*). Informasi disebarluaskan kepada publik, namun ruang untuk diskusi atau pancingan interaksi masih sangat minim. Pendekatan *storytelling* atau penceritaan yang mampu membangun ikatan emosional dengan audiens juga belum diterapkan secara konsisten. Akibatnya, meskipun informasi tersampaikan, tingkat keterlibatan emosional masyarakat terhadap konten tersebut masih rendah, menjadikan media sosial instansi lebih berfungsi sebagai papan pengumuman digital daripada ruang dialog interaktif yang dinamis antara pemerintah dan warga.

Sementara itu, dari sisi manajemen respons, tim mengelola interaksi melalui dua platform utama, yaitu Facebook dan Instagram, dengan standar waktu tanggap yang bervariasi. Berdasarkan pengamatan intensif selama tiga bulan, rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan umum berkisar antara satu hingga dua jam, sedangkan pertanyaan teknis

yang memerlukan verifikasi data bisa memakan waktu hingga satu hari penuh. Gaya bahasa yang digunakan dalam merespons komentar cenderung formal, santun, dan normatif. Meskipun kecepatan respons sudah cukup baik untuk ukuran instansi publik, kualitas substansi jawaban sering kali menjadi catatan kritis. Respons yang diberikan kerap kali bersifat standar atau "template", sehingga terkesan kurang proaktif dalam menawarkan solusi alternatif bagi permasalahan spesifik yang dihadapi pengguna jasa. Kurangnya kedalaman dalam memberikan solusi ini berpotensi mengurangi kepuasan publik, terutama ketika masyarakat membutuhkan kepastian informasi yang mendesak terkait layanan operasional pelabuhan di tengah situasi yang dinamis atau darurat.

3. Analisis Efektivitas Publisitas dan Keterlibatan Publik

Efektivitas publisitas digital KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere, ketika dianalisis lebih dalam, menunjukkan adanya kesenjangan antara volume postingan dengan jangkauan audiens yang sebenarnya. Meskipun akun resmi secara rutin mengunggah konten, jangkauan publikasi (*reach*) belum mencapai titik optimalnya. Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya strategi teknis dalam optimasi konten, seperti penggunaan tagar (*hashtag*) yang masih sangat terbatas dan sering kali tidak relevan dengan tren pencarian populer. Selain itu, waktu pengunggahan konten terlihat tidak konsisten dan belum disesuaikan dengan jam aktif (*prime time*) audiens target, seperti nelayan, pengguna jasa, atau masyarakat umum. Akibatnya, banyak informasi penting terkait keselamatan pelayaran atau regulasi baru yang tenggelam dalam algoritma media sosial dan tidak sampai kepada sasaran yang tepat. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan media sosial masih berjalan secara organik dan belum memanfaatkan analisis data perilaku audiens untuk memaksimalkan penyebaran informasi strategis kepada publik yang lebih luas.

Lebih jauh lagi, indikator keberhasilan media sosial tidak hanya dilihat dari jangkauan, tetapi juga dari tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tercipta. Pada aspek ini, interaksi di akun media sosial KSOP masih tergolong rendah, yang ditandai dengan minimnya jumlah komentar, *share*, dan *like* pada sebagian besar postingan. Interaksi yang terjadi umumnya hanya bersifat transaksional, di mana publik bertanya dan admin menjawab, tanpa berkembang menjadi diskusi yang substantif. Kurangnya respons terhadap kritik dan keluhan juga menjadi faktor penghambat; kritik yang masuk sering kali hanya dibalas dengan jawaban normatif tanpa tindak lanjut yang transparan, yang berpotensi memicu kekecewaan atau *frustration effect* di kalangan masyarakat. Kelemahan dalam memonitor sentimen publik ini membuat instansi kehilangan peluang untuk mendeteksi isu-isu laten di lapangan. Padahal, interaksi dua arah yang aktif sangat krusial untuk membangun kepercayaan publik (*public trust*) dan mengubah persepsi masyarakat terhadap birokrasi yang selama ini dianggap kaku menjadi lebih responsif dan humanis.

4. Tantangan Teknis dan Keterbatasan Sumber Daya

Hambatan utama yang paling signifikan dalam optimalisasi kinerja SMRT di KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere bersumber dari keterbatasan sumber daya manusia. Dengan jumlah anggota tim yang hanya terdiri dari lima orang, beban kerja menjadi tantangan serius karena mereka harus membagi fokus antara tugas pengelolaan media sosial dan tugas pokok fungsi (*tupoksi*) utama mereka di bagian humas atau teknis. Fenomena rangkap jabatan atau *double job* ini menyebabkan fokus tim sering terpecah, sehingga kreativitas dalam produksi konten menjadi tidak maksimal dan waktu respons terhadap publik tidak bisa dilakukan secara *real-time* atau 24 jam. Keterbatasan personel ini juga berdampak pada ketidakmampuan tim untuk melakukan tugas-tugas strategis seperti perencanaan konten jangka panjang atau riset audiens yang mendalam. Mereka cenderung terjebak dalam rutinitas operasional harian sekadar

"menggugurkan kewajiban" posting, tanpa memiliki kapasitas waktu dan tenaga yang cukup untuk melakukan inovasi program komunikasi digital.

Selain faktor manusia, tantangan teknis terkait infrastruktur dan perangkat lunak juga menjadi kendala yang tidak bisa diabaikan. Tim SMRT beroperasi dengan keterbatasan alat pendukung, baik dari segi perangkat keras untuk produksi konten multimedia berkualitas tinggi maupun perangkat lunak analitik untuk evaluasi kinerja. Ketiadaan *tools* analitik berbayar atau profesional menyebabkan proses monitoring dan evaluasi dilakukan secara manual dan sangat sederhana, sehingga data yang dihasilkan kurang akurat untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis. Tim tidak dapat melakukan analisis sentimen secara otomatis atau melacak pergerakan isu secara komprehensif. Akibatnya, strategi komunikasi yang dirancang sering kali lebih bersifat asumtif daripada berbasis data (*data-driven*). Keterbatasan dukungan teknis ini pada akhirnya menghambat akselerasi transformasi digital di lingkungan KSOP, membuat upaya peningkatan kualitas pelayanan informasi publik berjalan lambat meskipun kesadaran akan pentingnya media sosial sudah mulai tumbuh di internal organisasi.

Pembahasan

Analisis terhadap struktur kelembagaan menunjukkan bahwa pembentukan *Social Media Response Team* di lingkungan KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere merupakan langkah adaptif yang strategis, namun masih menyisakan celah manajerial yang signifikan. Keberadaan lima personel inti dengan latar belakang campuran antara humas dan teknis menciptakan dinamika kerja yang unik, di mana terjadi perpaduan antara kreativitas komunikasi dan akurasi data operasional. Namun, status tim yang masih bersifat semi-formal tanpa payung regulasi internal atau *Standard Operating Procedure* yang baku berimplikasi pada ketidakjelasan alur kerja. Ketiadaan pedoman formal ini menyebabkan koordinasi sering kali bergantung pada inisiatif personal alih-alih sistem yang terstandarisasi, sehingga memicu risiko tumpang tindih peran dan inkonsistensi dalam eksekusi tugas. Meskipun keragaman kompetensi anggota menjadi aset berharga, tanpa adanya tata kelola yang terstruktur, potensi kolaborasi tersebut tidak dapat dimaksimalkan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa transformasi digital di instansi pemerintah sering kali dimulai dari aspek praktis di lapangan sebelum aspek administratifnya matang, yang pada akhirnya menuntut urgensi formalisasi struktur agar kinerja tim dapat diukur dan dievaluasi secara objektif dan berkelanjutan (Manik & Juwono, 2024; Maulana, 2022; Surahmi et al., 2025; Ulfa & Frinaldi, 2025).

Dalam aspek strategi konten, temuan penelitian memperlihatkan dominasi pendekatan informasional yang cenderung kaku dan searah atau *one-way communication*. Meskipun konten edukatif mengenai jadwal kapal dan keselamatan pelayaran rutin diproduksi, pola komunikasi yang terbangun lebih menyerupai papan pengumuman digital daripada ruang interaksi sosial. Minimnya penerapan teknik *storytelling* atau narasi yang menggugah emosi menyebabkan konten gagal membangun ikatan psikologis yang kuat dengan audiens. Akibatnya, media sosial instansi berfungsi efektif sebagai penyebar informasi dasar, namun lemah dalam fungsinya sebagai alat pembangun *engagement* atau keterlibatan publik. Implikasi dari strategi ini adalah terciptanya hubungan yang berjarak antara birokrasi dan masyarakat, di mana publik hanya hadir sebagai konsumen informasi pasif. Padahal, dalam era digital, keberhasilan komunikasi publik tidak hanya diukur dari tersampaikannya pesan, melainkan dari seberapa mampu pesan tersebut memicu dialog dan partisipasi. Oleh karena itu, diperlukan pergeseran paradigma dari sekadar penyebaran informasi menuju penciptaan konten yang lebih humanis dan partisipatif guna meningkatkan relevansi instansi di mata publik (Afizha & Kholik, 2021; Putri et al., 2023; Siregar, 2023; Susanti & Muliawanti, 2022).

Evaluasi terhadap mekanisme respons menunjukkan adanya upaya positif dalam hal kecepatan, namun masih terdapat kekurangan substansial dalam kualitas jawaban yang diberikan. Standar waktu tanggap satu hingga dua jam untuk pertanyaan umum dan satu hari untuk pertanyaan teknis mencerminkan komitmen tim dalam melayani publik, namun penggunaan jawaban yang bersifat *template* atau normatif sering kali mengurangi kepuasan pengguna jasa. Gaya komunikasi yang terlalu formal dan kurang mendalam dalam memberikan solusi menciptakan persepsi bahwa pelayanan digital belum sepenuhnya responsif terhadap kompleksitas masalah di lapangan. Ketika masyarakat menyampaikan kritik atau keluhan dan hanya menerima balasan standar tanpa tindak lanjut yang transparan, risiko munculnya *frustration effect* menjadi sangat tinggi. Hal ini mengimplikasikan perlunya peningkatan kapasitas personel dalam komunikasi krisis dan pelayanan pelanggan, agar respons yang diberikan tidak hanya cepat secara durasi, tetapi juga solutif dan empatik secara substansi, sehingga mampu meredam potensi sentimen negatif yang dapat merugikan citra institusi (Bila & Assyahri, 2023; Hermawati, 2023; Jailani et al., 2026; Sunardiyah et al., 2022).

Efektivitas publisitas digital yang dijalankan masih belum optimal, terlihat dari kesenjangan antara volume aktivitas unggahan dengan jangkauan audiens yang tercapai. Rendahnya metrik interaksi seperti komentar, *share*, dan *like* mengindikasikan bahwa konten yang diproduksi belum sepenuhnya resonan dengan kebutuhan atau minat target audiens, seperti nelayan maupun pengguna jasa pelabuhan. Kegagalan dalam memanfaatkan teknik optimasi konten, seperti penggunaan tagar yang relevan dan pemilihan waktu unggah pada jam utama atau *prime time*, menyebabkan informasi strategis tenggelam dalam algoritma media sosial. Selain itu, interaksi yang terjadi mayoritas bersifat transaksional semata, tanpa berkembang menjadi diskusi substantif yang dapat memberikan wawasan baru bagi instansi. Keterbatasan dalam pemantauan sentimen publik secara mendalam membuat instansi kehilangan peluang untuk mendeteksi isu-isu laten atau kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi. Kondisi ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial tidak dapat lagi dilakukan secara intuitif, melainkan harus berbasis data atau *data-driven* untuk memastikan setiap pesan yang dikirimkan mencapai sasaran yang tepat dengan dampak yang maksimal (Adwan et al., 2023; Arianto & Risdwiyanto, 2021).

Hambatan utama yang menjadi akar dari berbagai tantangan operasional tersebut adalah keterbatasan sumber daya, baik dari sisi manusia maupun infrastruktur teknologi. Fenomena rangkap jabatan atau *double job* yang dialami oleh kelima anggota tim menyebabkan terpecahnya fokus antara tugas pengelolaan media sosial dan tugas pokok kedinasan lainnya, sehingga inovasi dan kreativitas sulit berkembang. Ketiadaan perangkat lunak analitik profesional memaksa tim melakukan evaluasi kinerja secara manual, yang berdampak pada rendahnya akurasi data evaluasi dan sulitnya merumuskan strategi jangka panjang yang presisi. Keterbatasan ini menjadi penghambat utama akselerasi transformasi pelayanan publik berbasis digital di KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere. Implikasi dari temuan ini menuntut adanya komitmen pimpinan untuk mengalokasikan anggaran khusus bagi pengembangan kompetensi tim dan pengadaan teknologi pendukung. Tanpa investasi pada sumber daya manusia dan alat kerja yang memadai, upaya optimalisasi komunikasi publik akan terus terbentur pada kendala teknis, menghambat pencapaian standar pelayanan prima yang diharapkan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan Social Media Response Team atau SMRT di KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere telah memberikan kontribusi positif yang terukur dalam meningkatkan publisitas dan transparansi layanan kepelabuhanan, meskipun

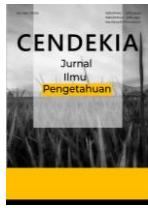
masih menghadapi tantangan manajerial yang mendasar. Berdasarkan analisis deskriptif kualitatif, strategi pengelolaan konten yang informatif dan edukatif mengenai keselamatan pelayaran terbukti efektif sebagai instrumen penyebaran informasi resmi kepada publik. Mekanisme respons yang dijalankan oleh tim, dengan standar waktu tanggap satu hingga dua jam untuk pertanyaan umum, menunjukkan komitmen pelayanan yang cukup responsif dalam menjembatani kebutuhan informasi masyarakat. Namun, efektivitas ini masih terhambat oleh pola komunikasi yang cenderung satu arah dan kurangnya kedalaman interaksi substantif, sehingga media sosial belum sepenuhnya optimal berfungsi sebagai ruang dialog partisipatif yang mampu membangun keterlibatan emosional mendalam dengan pengguna jasa.

Tantangan utama yang teridentifikasi meliputi keterbatasan sumber daya manusia akibat beban kerja ganda personel, ketiadaan regulasi internal baku atau Standard Operating Procedure, serta minimnya dukungan infrastruktur teknologi analitik. Kondisi ini mengakibatkan inkonsistensi dalam eksekusi strategi konten dan evaluasi kinerja yang masih bersifat manual, menghambat kemampuan tim untuk melakukan analisis sentimen publik secara real-time. Oleh karena itu, rekomendasi strategis dari penelitian ini menekankan perlunya formalisasi struktur SMRT melalui penetapan regulasi yang jelas, peningkatan kapasitas kompetensi tim melalui pelatihan komunikasi krisis, serta pengadaan perangkat lunak analitik untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Penguatan pada aspek-aspek ini krusial untuk mentransformasi pengelolaan media sosial dari sekadar fungsi administratif menjadi instrumen strategis yang mampu meningkatkan citra institusi, kepercayaan publik, dan kualitas pelayanan publik yang lebih adaptif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adwan, A. A., Kokash, H. A., Adwan, R. A., & Khattak, A. (2023). Data analytics in digital marketing for tracking the effectiveness of campaigns and inform strategy. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 563. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.015>
- 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>
- Amri, A. I. S. U. (2021). The use of big data to determine the government's communication strategy. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9369>
- Anggraini, P. N., & Sukaris, S. (2023). Pengelolaan media sosial Instagram, Tiktok dan Facebook sebagai sarana digital marketing di Restoran Ayam Geprek Mangsoetta. *INNOVATIVE Journal Of Social Science Research*, 3(3), 3029. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2226>
- Arianto, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah aktor warganet melalui media sosial dalam pemasaran digital: Studi kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>
- Bila, A., & Assyahri, W. (2023). Professionalism and timeliness in public service management at Class II Immigration Office of Agam. *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 7(1), 64. <https://doi.org/10.24036/jess.v7i1.462>
- 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>

- Habibani, R. A., & Frinaldi, A. (2025). Inovasi budaya organisasi publik dalam era digital: Peluang dan strategi implementasi. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 407. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5365>
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh penanganan keluhan, komunikasi pemasaran dan kepercayaan terhadap loyalitas (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Jailani, J., Adiah, M., & Mirza, T. (2026). Peran komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja pegawai di Kantor Lurah 26 Ilir Palembang. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(1), 225. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i1.8874>
- Kriyantono, R., & Ameliyah, A. (2020). Perencanaan darurat menghadapi krisis pada kementerian dan lembaga nonstruktural pusat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 167. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2191>
- Makmun, I., & Isnaini, M. (2023). Pola komunikasi visual lembaga pemerintah dalam penanganan pandemi Covid 19: Kajian arketipe dan kepribadian merek. *ANDHARUPA Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(2), 261. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.7489>
- Manik, S. P., & Juwono, V. (2024). Strategi transformasi digital dalam tata kelola pemerintahan: Studi pada Kementerian Keuangan. *Briliant Jurnal Riset Dan Konseptual*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.28926/briliant.v9i1.1623>
- Maulana, R. Y. (2022). Collaborative digital transformation pemerintah daerah di Indonesia. *Jurnal Noken Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 263. <https://doi.org/10.33506/jn.v7i2.1784>
- 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>
- Putri, N. A., Khairani, N. F., Naura, N., Kadri, H. A., & Setiawati, M. (2023). Dampak hubungan masyarakat terhadap konten media. *EDUKATIF Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2498. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5798>
- 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/jiwp.v12i2.2911>
- Rahmawati, D. E., Rasyid, H. A. N., Misran, M., & Mina, F. L. P. (2023). Government communication in Indonesia through social media: Learning CERC in dealing with pandemic. *E3S Web of Conferences*, 440, 3006. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344003006>
- Saputra, A., Widodo, S., Rini, R. P., Riskawati, R., Pristianto, H., Rahman, R., Arifin, H., Fajar, M. N., & Maysyurah, A. (2023). Meningkatkan kesiapsiagaan dan mitigasi risiko bencana terkait dampak reklamasi dan gempa. *Abdimas Papua Journal of Community Service*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.33506/pjcs.v6i1.2888>
- Siregar, E. S. (2023). Edukasi bahaya konsumsi rokok pada anak di bawah umur. *Community Service Journal of Economics Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24014/csjee.v2i1.22356>
- Sunardiyah, F., Pawito, P., & Naini, A. M. I. (2022). Pengaruh komunikasi interpersonal, kampanye sosial media dan citra organisasi terhadap kepuasan konsumen di Bea Cukai Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 237. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6615>



- Surahmi, S., Ahmad, M. S., & Muttaqin, M. (2025). Evaluasi kinerja pejabat fungsional auditor di Kantor Inspektorat Daerah Provinsi Sulawesi Selatan. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(4), 1630. <https://doi.org/10.51878/social.v5i4.8136>
- Susanti, D., & Muliawanti, L. (2022). Social media movement and Covid-19 prevention in Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 60. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13196>
- Susanti, T., Anom, E., & Iswadi, I. (2023). Optimizing public communication in the digital era: A case study of the Ministry of Communication and Information Technology in Indonesia. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 11(2), 144. <https://doi.org/10.12928/channel.v11i2.468>
- Tang, X., & Fillip, K. Z. (2025). Communication pathways in multilevel governance: A review of digital innovation and public value. *Review of Communication Research*, 13, 196. <https://doi.org/10.52152/rcr.v13.s9>
- Ulfa, S. N., & Frinaldi, A. (2025). Inovasi pemerintah daerah dalam penerapan kebijakan publik dan pelayanan publik. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 610. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5965>
- Widayat, R. M., Aji, J. S., & Kurniawan, C. (2023). A systematic review of social media and government in the social science discipline. *Journal of Contemporary Governance and Public Policy*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.46507/jcgpp.v4i1.100>