



## STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN DALAM PUBLIKASI INFORMASI MELALUI INSTAGRAM @KEMNAKER

KENYA MAURA FAHRA RAHMADANI



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Humas Kementerian Ketenagakerjaan dalam Publikasi Informasi melalui Instagram @kemnaker” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2025

Kenya Maura Fahra Rahmadani  
J0301211301

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RINGKASAN

KENYA MAURA FAHRA RAHMADANI. Strategi Humas Kementerian Ketenagakerjaan dalam Publikasi Informasi Melalui Instagram @kemnaker (*The Strategy of Public Relations of the Ministry of Manpower in Information Publication Through Instagram @kemnaker*). Dibimbing oleh IKA SARTIKA.

Perkembangan teknologi digital menuntut instansi pemerintah untuk bertransformasi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (Kemnaker) memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai kanal komunikasi untuk menyampaikan kebijakan, program, dan informasi ketenagakerjaan kepada masyarakat luas. Strategi komunikasi menjadi penting untuk memastikan keterjangkauan pesan secara luas, cepat, dan interaktif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Humas Kemnaker dalam mempublikasikan informasi melalui Instagram, serta mengevaluasi efektivitasnya dari sudut pandang audiens. Penelitian menggunakan pendekatan campuran (*mixed method*), yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, sedangkan data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert kepada pengikut aktif akun Instagram Kemnaker.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemnaker telah menerapkan strategi komunikasi digital secara terstruktur melalui penyusunan *content calendar*, pedoman editorial, dan segmentasi audiens berdasarkan usia dan isu ketenagakerjaan. Pendekatan yang digunakan memadukan strategi proaktif dan reaktif serta menerapkan komunikasi dua arah melalui interaksi di media sosial. Analisis kuesioner menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi Instagram Kemnaker berada pada kategori tinggi, dengan dimensi kognitif dan afektif memiliki pengaruh kuat terhadap tindakan pengguna seperti memberikan tanggapan dan menyebarluaskan konten.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Humas Kemnaker telah relevan dan adaptif dengan kebutuhan komunikasi publik masa kini. Strategi tersebut mampu menggabungkan aspek informatif, edukatif, dan partisipatif melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti *Posts*, *Reels*, dan *Stories* untuk memperluas jangkauan pesan sekaligus membangun kedekatan dengan audiens.

**Kata Kunci:** Efektivitas Komunikasi, Instagram, Kementerian Ketenagakerjaan, Komunikasi Digital, Publikasi Informasi, Strategi Humas



# STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN DALAM PUBLIKASI INFORMASI MELALUI INSTAGRAM @KEMNAKER

**KENYA MAURA FAHRA RAHMADANI**

Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Hari Otang Sasmita, S.Pt., M.Si.



Judul Laporan : Strategi Humas Kementerian Ketenagakerjaan dalam Publikasi  
Informasi melalui Instagram @kemnaker  
Nama : Kenya Maura Fahra Rahmadani  
NIM : J0301211301

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Ika Sartika S.Sn., M.Sn.

Diketahui oleh

  

Ketua Program Studi:  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.  
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 20 Oktober 2025

Tanggal Lulus:



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah strategi komunikasi publik di era digital, dengan judul “Strategi Humas Kementerian Ketenagakerjaan dalam Publikasi Informasi melalui Instagram @kemnaker”.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, Bapak Ika Sartika S.Sn., M.Sn., yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., sebagai Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., sebagai Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen-dosen dan seluruh staf Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyampaikan apresiasi kepada Bapak Subhan, S.Sos., sebagai Koordinator Hubungan Bidang Kelembagaan Humas Kementerian Ketenagakerjaan dan Bapak Dicky Risyana, S.Sos., sebagai Sub Koordinator Bidang Lembaga Tinggi Negara dan Lembaga Pemerintah Humas Kementerian Ketenagakerjaan yang telah memberikan izin dan akses untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu selama proses pengumpulan data di lapangan.

Tidak lupa, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada ibu tercinta, kakak, adik-adik, serta seluruh keluarga besar, dan Kevin yang selalu memberikan doa, semangat, dan kasih sayangnya. Dukungan dari orang-orang terdekat merupakan motivasi utama dalam menyelesaikan laporan akhir terapan ini.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam bidang komunikasi publik dan kehumasan pemerintah, serta turut berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi.

Bogor, Oktober 2025

*Kenya Maura Fahra Rahmadani*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	3
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	7
2.3 Kerangka Pemikiran	10
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Teknik Pengumpulan Data	13
3.3 Analisis Data	14
3.4 Subjek Penelitian	16
3.5 Data dan Instrumen	16
3.6 Keabsahan Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Instansi	21
4.2 Strategi Komunikasi Digital Kemnaker sebagai Media Publikasi Informasi	24
4.3 Analisis Efektivitas Penggunaan Instagram @kemnaker dalam Menyampaikan Informasi Publik	40
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60
RIWAYAT HIDUP	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Penelitian Terdahulu	7
2	Subyek Proposal Penelitian	14
3	Dimensi Kognitif	41
4	Dimensi Afektif	43
5	Dimensi Konatif	46
6	Indikator Strategi dan Keterlibatan Audiens	50
7	Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha	50
8	Hasil Uji Korelasi Spearman Rank	51

**DAFTAR GAMBAR**

1	Kantor Kementerian Ketenagakerjaan	21
2	Logo Kementerian Ketenagakerjaan	23
3	Titik dalam Logo Kementerian Ketenagakerjaan	23
4	Manusia dalam Logo Kementerian Ketenagakerjaan	23
5	Manusia dalam Logo Kementerian Ketenagakerjaan	24
6	Konfigurasi Warna Logo Kementerian Ketenagakerjaan	24
7	Akun resmi Instagram Kementerian Ketenagakerjaan	25
8	Laporan Monitoring social media bulan Maret	26
9	Laporan Monitoring Social Media bulan April	28
10	Postingan Reel Perayaan Hari Besar (Proaktif)	30
11	Postingan Reel Klarifikasi THR dalam Bentuk Sembako (Reaktif)	31
12	Postingan Instagram Kemnaker Informatif	33
13	Postingan Instagram Kemnaker <i>Job Fair 2025</i>	34
14	<i>Reels</i> Instagram Siap Kerja dengan Publik Figur	36
15	Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)	37

**DAFTAR LAMPIRAN**

1	Dokumentasi Wawancara dengan Narasumber	62
2	Hasil SPSS Mean dan Std. Deviation	63
3	Hasil SPSS Cronbach's Alpha	64
4	Hasil SPSS Rank Spearman	64