



## ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM @BNPP\_RI

Chindy Aurellia Putri<sup>1</sup>, Mareta Puri Rahastine<sup>2</sup>, Anggie Ayu Astria Latuperissa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email: <sup>1</sup>cindyaurel24@gmail.com, <sup>2</sup>mareta.mpr@bsi.ac.id, <sup>3</sup>anggie.gal@bsi.ac.id

\*Penulis Korespondensi: cindyaurel24@gmail.com

**Abstract.** This study aims to analyze the digital communication strategy in managing the Instagram content of @BNPP\_RI, the official account of the National Agency for Border Management of the Republic of Indonesia (BNPP RI). The background of this study is based on an initial finding of a significant gap in audience engagement across different types of uploaded content, which motivated a deeper examination of the digital communication strategy applied by the institution. This research employs a descriptive qualitative method, with data collected through semi-structured interviews, observation, documentation, and literature study. Informants were selected using a purposive sampling technique, consisting of the Head of Public Relations, Archives, and Leadership Administration, and a staff member of the Bureau of Finance, General Affairs, and Public Relations of BNPP RI. Data were analyzed using the communication strategy model of Cutlip, Center, and Broom, which consists of four stages: fact finding, planning, communication, and evaluation. The results show that BNPP RI has implemented all four stages in a continuous cycle, prioritizing national news value over mere virality, while adjusting content format to the characteristics of Generation Z and Generation Alpha as its dominant followers. Nevertheless, the fact finding and planning stages still require optimization to become more data driven. This study contributes to the understanding of digital communication strategy implementation in a national-level government institution through Instagram.

**Keywords:** Digital Communication Strategy; Instagram; BNPP RI; Cutlip Center Broom; Qualitative

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital dalam pengelolaan konten Instagram @BNPP\_RI oleh Badan Nasional Pengelola Perbatasan Republik Indonesia (BNPP RI). Latar belakang penelitian ini didasari oleh temuan awal berupa kesenjangan tingkat keterlibatan audiens (engagement) antarjenis konten yang diunggah, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut strategi komunikasi digital yang diterapkan lembaga tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu Kepala Bagian Hubungan Masyarakat, Arsip, dan Tata Usaha Pimpinan, serta Staf Biro Keuangan, Umum, dan Hubungan Masyarakat BNPP RI. Analisis data menggunakan model strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom yang terdiri atas empat tahap, yaitu fact finding, planning, communication, dan evaluation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BNPP RI telah menerapkan keempat tahap tersebut secara berkesinambungan, dengan orientasi pada nilai pemberitaan nasional dibandingkan viralitas semata, serta menyesuaikan format konten dengan karakteristik Generasi Z dan Generasi Alpha sebagai pengikut dominan. Meskipun demikian, tahap fact finding dan planning masih perlu dioptimalkan agar lebih berbasis data yang terukur. Penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman mengenai penerapan strategi komunikasi digital pada instansi pemerintah tingkat nasional melalui media sosial Instagram.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Digital; Instagram; BNPP RI; Cutlip Center Broom; Kualitatif

## 1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan proses manusia untuk bertukar informasi. Dengan adanya komunikasi, terjadi interaksi sosial yang bersifat timbal balik, dimana setiap individu saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain (Wida Nofiasari et al., 2024). Seiring dengan kemajuan era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi utama yang berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola komunikasi antara instansi pemerintah dan masyarakat (Maulvi et al., 2023).

Salah satunya melalui pemanfaatan media sosial Instagram yang dinilai efisien dalam menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai peran dan fungsi lembaga pemerintah dalam menjalankan pelayanan publik (Yulia Damayanti Putri & Moch. Armien Syifaa Sutarjo, 2023)

Salah satu instansi pemerintah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik adalah Badan Nasional Pengelola Perbatasan Republik Indonesia (BNPP RI). Dalam praktiknya, BNPP RI merupakan salah satu instansi pemerintah yang memiliki peran penting dalam mengelola wilayah perbatasan nasional. Berdasarkan observasi awal terhadap akun Instagram @BNPP\_RI, diperoleh gambaran bahwa akun tersebut memiliki 14.900 pengikut dengan total 1.901 unggahan. Temuan awal menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan pada tingkat keterlibatan audiens (*audience engagement*) antara konten berformat *reels* dan *carousel*. Salah satu konten reels hanya memperoleh respons yang sangat terbatas dalam satu tahun terakhir pada tanggal 8 April 2025, yakni memperoleh 21,6 ribu tayangan (*views*), 692 tanda suka (*likes*), 136 komentar, 102 kali dibagikan (*shares*), dan 11 kali disimpan (*saves*).

Sementara itu, salah satu konten carousel pada periode yang sama hanya memperoleh 44 tanda suka (*likes*) dan 9 kali dibagikan (*shares*). Perbedaan tingkat keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa respons audiens terhadap setiap jenis konten tidak selalu sama, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan BNPP melalui akun Instagram @BNPP\_RI.

Jika ditinjau berdasarkan model strategi Cutlip, Center & Broom, pengelolaan media sosial idealnya meliputi empat tahap yang saling berkesinambungan, yaitu *fact finding* melalui analisis kebutuhan dan insight audiens, *planning* melalui perencanaan

konten, *communication* melalui penyampaian pesan dalam berbagai format konten, hingga *evaluation* berdasarkan data *engagement* dan Instagram *Insight*. Perbedaan tingkat keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa respons audiens terhadap setiap jenis konten tidak selalu sama, sehingga intensitas produksi konten yang tinggi belum tentu diimbangi dengan efektivitas penyampaian pesan dan hasil keterlibatan audiens yang optimal. Fenomena tersebut mendorong perlunya kajian lebih mendalam mengenai strategi komunikasi digital BNPP melalui akun Instagram @BNPP\_RI, mengingat penelitian dengan pendekatan empat tahap Cutlip, Center, dan Broom pada konteks lembaga pengelola perbatasan nasional masih jarang dilakukan.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi digital merupakan komunikasi yang berbasis teks, audio, hingga audio-visual yang memungkinkan seseorang tetap terhubung dengan orang lain meskipun tidak berada di dalam tempat yang sama layaknya mengobrol di waktu yang sama tanpa tertunda (Alfelia Nungky Permatasari et al., 2023). Menurut Cutlip, Center dan Broom menggambarkan dengan jelas bagaimana strategi komunikasi berproses, yang dilanjutkan dengan tahap perencanaan lalu aksi komunikasinya hingga diakhiri dengan tahap evaluasi (Raditia Yudistira Sujanto, 2022). Sejalan dengan itu, menurut jurnal, kerangka kerja yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom terdiri dari empat tahapan utama, yaitu *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*. Tahap *fact finding* mencakup analisis kebutuhan audiens, identifikasi isu, analisis insight, dan segmentasi audiens. Tahap *planning* menekankan terhadap tujuan komunikasi, target audiens, kalender konten (*content planner*), dan pesan utama. Tahap *communication* mencakup jenis konten, bahasa, visual, reels, dan interaksi. Tahap *evaluation* menggunakan engagement, reach, share, save, komentar, dan insight (Muhammad Thoriq Ilyas et al., 2025). Media digital juga dikenal sebagai media online, yaitu media yang disajikan melalui jaringan internet dan juga bisa disebut dengan media baru. Dalam perspektif komunikasi, media digital dipandang sebagai sistem penyampaian informasi yang efektif dan efisien, sehingga proses komunikasi dapat berlangsung tanpa batas ruang dan waktu (Joyke Ondang et al., 2023). Instagram merupakan salah satu media sosial yang bersifat terbuka, sehingga memungkinkan setiap individu untuk dengan mudah mengakses dan

menggali berbagai informasi yang tersedia. Bagi sebagian orang, media sosial Instagram menjadi sarana yang strategis sekaligus sederhana untuk mengekspresikan informasi pribadi yang tidak banyak diketahui oleh orang lain. Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan oleh instansi pemerintah sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada publik secara lebih luas dan efektif (Martha, 2021). Dalam konteks media sosial, konten menjadi elemen penting yang dapat disajikan dalam bentuk gambar maupun video sebagai sarana penyebaran informasi, sekaligus sebagai penghubung komunikasi antara instansi dengan audiensnya. Kualitas konten menjadi hal utama yang perlu diperhatikan, sebab menentukan apakah pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens (Subhah Nafsyah et al., 2022).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh BNPP RI dalam pengelolaan konten pada platform Instagram. Unit analisis dalam penelitian ini adalah proses pengelolaan konten Instagram @BNPP\_RI berdasarkan tahapan *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation* dalam kerangka kerja Cutlip, Center, dan Broom. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel secara subjektif berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki informasi yang sesuai dan memenuhi kriteria (Ardiansyah et al., 2023). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur, observasi, dokumentasi, dan mengkaji studi kepustakaan

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Fact Finding**

Dalam pengelolaan Instagram, BNPP memanfaatkan fitur Instagram Insight sebagai salah satu sumber informasi. Penggunaan Instagram Insight dilakukan sebagai bagian dari proses pemantauan performa akun secara berkala. BNPP menerapkan strategi konten yang bersifat moderat, yaitu dengan mengupayakan peningkatan performa akun secara bertahap dari bulan ke bulan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan informan I sebagai berikut:

"Kita tetap menggunakan Instagram Insight, dek. Biasanya setelah konten dipublikasikan, kita melihat dulu data yang ada di Insight untuk mengetahui bagaimana performa kontennya. Strategi konten yang kita terapkan memang moderat, jadi kita lebih melihat perkembangan akun itu naik secara bertahap setiap bulannya. Buat kita bukan soal viral atau tidak, tapi bagaimana konten yang kita unggah bisa menjadi pemberitaan secara nasional dan informasi kegiatan BNPP itu sampai ke masyarakat sesuai tujuan komunikasinya, dek."

Dalam pengelolaan konten, BNPP tidak menjadikan viralitas sebagai tujuan utama, melainkan lebih berfokus pada penyebaran informasi yang memiliki nilai pemberitaan secara nasional. Melalui strategi tersebut, berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan BNPP diharapkan dapat diketahui oleh masyarakat secara luas. Selain memanfaatkan Instagram Insight, BNPP juga melakukan identifikasi terhadap isu-isu yang sedang berkembang melalui pemantauan berbagai informasi yang berkaitan dengan wilayah perbatasan. Salah satu isu yang menjadi perhatian adalah kegiatan Masak Besar Kuali Merah Putih di PLBN Aruk bersama Bobon Santoso yang memperoleh perhatian masyarakat dan media, sehingga berpotensi menjadi materi publikasi pada media sosial BNPP. Hal tersebut juga disampaikan oleh informan I sebagai berikut:

"Kita melakukan pemantauan terhadap isu atau topik yang sedang berkembang, dek. Tapi kita nggak mengambil semua isu yang lagi ramai. Kita pilih dulu yang memang berkaitan dengan tugas dan fungsi BNPP atau wilayah perbatasan. Misalnya waktu kegiatan Masak Besar Kuali Merah Putih di PLBN Aruk bersama Bobon Santoso, itu menjadi perhatian masyarakat dan media, jadi kita manfaatkan sebagai materi publikasi di Instagram BNPP, dek."

BNPP juga menganalisis kebutuhan informasi audiens melalui komentar yang disampaikan pada akun Instagram BNPP. Namun, tidak semua pertanyaan atau komentar dapat dijawab secara langsung karena beberapa informasi perlu dikonfirmasi terlebih dahulu untuk memastikan keakuratan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh informan I:

"Kita biasanya berinteraksi melalui kolom komentar dan direct message, dek. Dari komentar itu kita juga bisa melihat kebutuhan informasi masyarakat. Kalau ada pertanyaan yang informasinya sudah kita punya, biasanya langsung kita jawab. Tapi kalau pertanyaannya membutuhkan data atau konfirmasi dari PLBN maupun unit terkait, kita koordinasikan dulu supaya informasi yang kita sampaikan akurat, dek."

Berdasarkan temuan penelitian, tahap fact finding telah dilakukan melalui pemanfaatan Instagram Insight, pemantauan isu yang berkembang, dan analisis kebutuhan audiens melalui komentar Instagram. Namun, pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal karena pemanfaatan data analitik masih terbatas sehingga kebutuhan audiens belum menjadi dasar utama dalam penyusunan strategi komunikasi.

#### **4.2 Planning**

Dalam tahap planning, BNPP melakukan perencanaan komunikasi dengan menetapkan tujuan utama untuk menyebarluaskan informasi mengenai program, kegiatan, dan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan kawasan perbatasan negara kepada masyarakat. Dalam penyusunan konten, BNPP juga menentukan pesan utama yang akan disampaikan agar informasi yang dipublikasikan sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan informan II sebagai berikut:

"Tujuan utama setiap konten yang kita unggah adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai program, kegiatan, dan kebijakan BNPP, khususnya yang berkaitan dengan kawasan perbatasan, dek. Selain itu, kita juga ingin meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap peran dan fungsi BNPP. Jadi, yang paling penting buat kita bukan kontennya viral, tetapi bagaimana informasi yang kita sampaikan bisa sampai ke masyarakat dan memiliki nilai pemberitaan secara nasional, dek."

Selain menetapkan tujuan dan pesan utama, BNPP juga menentukan target audiens sebagai bagian dari proses perencanaan komunikasi. Meskipun sasaran komunikasi BNPP ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat tanpa membatasi kelompok tertentu, hasil analisis audiens pada akun Instagram BNPP menunjukkan bahwa mayoritas pengikut berasal dari Generasi Z dan Generasi Alpha. Kondisi tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan format serta gaya penyampaian konten agar informasi

dapat diterima dengan lebih efektif oleh audiens, tanpa menghilangkan tujuan utama penyampaian informasi kepada masyarakat secara luas. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Informan I sebagai berikut:

"Kalau target audiens kita sebenarnya seluruh lapisan masyarakat, dek. Jadi tidak ada target khusus hanya untuk kelompok tertentu. Tetapi kalau dilihat dari data audiens Instagram BNPP saat ini, yang paling mendominasi adalah Generasi Z dan Generasi Alpha, dek. Makanya dalam penyajian konten kita juga menyesuaikan format dan gaya penyampaian supaya lebih mudah diterima oleh mereka, tanpa mengurangi tujuan utama penyampaian informasi kepada seluruh masyarakat, dek."

Berdasarkan temuan penelitian, tahap planning telah dilaksanakan melalui penetapan tujuan komunikasi, penyusunan pesan utama, serta penentuan target audiens sebagai dasar dalam perencanaan konten Instagram BNPP. Meskipun sasaran komunikasi ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat, hasil analisis perkembangan audiens menunjukkan bahwa Generasi Z dan Generasi Alpha menjadi kelompok yang paling dominan. Oleh karena itu, BNPP menyesuaikan format dan gaya penyampaian konten dengan karakteristik kedua generasi tersebut agar informasi dapat diterima secara lebih efektif, tanpa mengurangi tujuan utama penyampaian informasi kepada masyarakat secara luas.

### **4.3 Communication**

Pada tahap communication dalam proses produksi dan publikasi konten, kegiatan diawali dengan mengumpulkan informasi terkait agenda kegiatan yang akan dilaksanakan serta memperhatikan isu-isu yang sedang berkembang. Berdasarkan informasi tersebut, tim menentukan topik yang akan diangkat dalam konten. Setelah topik ditetapkan, dilakukan penyusunan konsep konten dengan merumuskan unsur 5W+1H sebagai dasar penyampaian informasi. Selanjutnya, tim menyusun naskah konten yang disesuaikan dengan format yang akan digunakan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan informan II sebagai berikut:

"Prosesnya diawali dengan kita mengumpulkan informasi terkait agenda kegiatan yang akan dilaksanakan dan melihat isu-isu yang sedang berkembang, dek. Setelah itu

kita menentukan topik yang akan diangkat, lalu menyusun konsep menggunakan unsur 5W+1H supaya informasi yang disampaikan jelas, dek.”

Format konten yang menampilkan beberapa foto dalam satu kiriman maka diberikan materi dalam membuat script dengan desain Infografis. Menyusun script dengan bahasa yang mudah dipahami semua kalangan, proses editing, hingga melakukan revisi apabila diperlukan, setelah semuanya sesuai baru di publikasikan ke publik informasinya.

Dalam penyampaian pesan, BNPP menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penggunaan unsur visual seperti foto, video, dan desain grafis menjadi bagian penting dalam mendukung daya tarik serta kejelasan informasi yang disampaikan. Di antara berbagai jenis konten yang digunakan, format Reels lebih sering dimanfaatkan karena dinilai mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan pengguna Instagram.

Interaksi dengan audiens dilakukan melalui fitur komentar, pesan langsung (direct message), serta berbagai bentuk respons terhadap tanggapan masyarakat pada akun Instagram BNPP. Interaksi tersebut menjadi sarana untuk membangun komunikasi dua arah sekaligus mengetahui respons audiens terhadap informasi yang dipublikasikan. Sebagaimana disampaikan oleh informan II:

"Kita biasanya berinteraksi melalui kolom komentar dan direct message, dek. Dari komentar itu kita juga bisa melihat kebutuhan informasi masyarakat. Kalau ada pertanyaan yang informasinya sudah kita punya, biasanya langsung kita jawab. Tapi kalau pertanyaannya membutuhkan data atau konfirmasi dari PLBN maupun unit terkait, kita koordinasikan dulu supaya informasi yang kita sampaikan akurat. Kalau pertanyaannya cukup banyak atau penjelasannya tidak bisa disampaikan lewat kolom komentar, biasanya kita tindak lanjuti dengan membuat konten baru dalam bentuk carousel atau Reels, dek."

Berdasarkan temuan penelitian, tahap communication telah dilaksanakan melalui pemanfaatan berbagai jenis konten, penggunaan bahasa yang komunikatif, penyajian visual yang menarik, pemanfaatan format Reels, serta interaksi dengan audiens melalui

fitur Instagram. Pelaksanaan tahap ini menunjukkan upaya BNPP dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara efektif melalui media sosial Instagram.

#### 4.4 Evaluation

Pada tahap evaluation, BNPP melakukan pengukuran efektivitas konten melalui pemantauan data pada fitur Instagram Insight serta respons audiens terhadap setiap unggahan. Melalui Instagram Insight, BNPP dapat memantau berbagai indikator performa konten, seperti engagement, reach, share, dan save, guna mengetahui tingkat jangkauan dan keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan informan II sebagai berikut:

"Kalau untuk mengukur keberhasilan suatu konten, kita melihat datanya dari Instagram Insight, dek. Yang kita perhatikan biasanya engagement, reach, jumlah share, save, dan komentar dari audiens, dek. Dari indikator-indikator itu kita bisa mengetahui apakah konten yang kita unggah sudah menjangkau banyak masyarakat, mendapat respons yang baik, serta bisa menjadi bahan evaluasi untuk penyusunan konten berikutnya, dek."

Selain memanfaatkan data analitik, BNPP juga melakukan monitoring terhadap komentar yang diberikan oleh audiens, baik yang bersifat positif maupun negatif, untuk mengetahui respons masyarakat sekaligus mengidentifikasi informasi yang masih dibutuhkan oleh audiens.

Lebih lanjut, apabila pertanyaan atau kebutuhan informasi masyarakat tidak dapat dijawab secara efektif melalui kolom komentar, BNPP menindaklanjutinya dengan membuat konten baru dalam bentuk unggahan carousel maupun video Reels. Strategi ini dilakukan agar informasi dapat disampaikan secara lebih lengkap, jelas, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Sebagaimana disampaikan oleh informan II:

"Setelah konten dipublikasikan, kita melakukan evaluasi dengan melihat data dari Instagram Insight, dek. Kita memantau engagement, reach, jumlah share, save, dan komentar yang masuk dari audiens, dek. Dari situ kita bisa mengetahui bagaimana respons masyarakat terhadap konten yang sudah diunggah. Kalau ada banyak pertanyaan atau informasi yang belum tersampaikan dengan jelas, biasanya kita tindak lanjuti dengan

membuat konten baru, baik dalam bentuk carousel maupun Reels, supaya informasi yang dibutuhkan masyarakat bisa dijelaskan dengan lebih lengkap, dek."

Berdasarkan temuan penelitian, tahap evaluation telah dilaksanakan melalui pemantauan indikator engagement, reach, share, dan save pada Instagram Insight, serta analisis komentar audiens sebagai bentuk evaluasi efektivitas komunikasi. Hasil evaluasi tersebut selanjutnya menjadi bahan pertimbangan bagi BNPP dalam memperbaiki dan mengembangkan konten yang akan dipublikasikan pada periode berikutnya.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi digital dalam pengelolaan konten Instagram @BNPP\_RI, dapat disimpulkan bahwa BNPP RI telah menerapkan keempat tahap model Cutlip, Center, dan Broom secara berkesinambungan, meskipun belum sepenuhnya optimal pada setiap tahapnya.

Pada tahap fact finding, BNPP telah memanfaatkan Instagram Insight, memantau isu yang relevan, dan menganalisis kebutuhan audiens melalui komentar. Namun data analitik masih lebih banyak digunakan sebagai evaluasi pascapublikasi, bukan sebagai dasar perancangan strategi konten. Pada tahap planning, BNPP telah menetapkan tujuan komunikasi berorientasi nilai pemberitaan nasional dan menyesuaikan format konten dengan karakteristik Generasi Z dan Generasi Alpha sebagai pengikut dominan, meskipun perencanaan belum didukung target capaian yang terukur. Pada tahap communication, BNPP memproduksi konten secara terstruktur menggunakan unsur 5W+1H dengan format Reels sebagai format yang paling dominan, serta membangun interaksi dua arah melalui komentar dan direct message. Pada tahap evaluation, BNPP mengukur efektivitas konten melalui indikator engagement, reach, share, save, dan komentar, yang hasilnya ditindaklanjuti dengan pembuatan konten baru sehingga proses evaluasi bersifat berkelanjutan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital BNPP RI telah sesuai dengan kerangka kerja Cutlip, Center, dan Broom, namun tahap fact finding dan planning masih perlu dioptimalkan agar strategi komunikasi lebih berbasis data yang terukur.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alfelia Nungky Permatasari, S. S. , M. A., Dr. Endang Soelistiyowati, M. P., Nabilla Kusuma Vardhani, S. I. P. M. A., & Vincentius Tangguh Atyanto Nugroho, S. Pd. , M. H. (2023). *Komunikasi Digital*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Ardiansyah, Risnita, & M.Syahrani Jailani. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*.  
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Joyke Ondang, R., Rafly Kalangi, S., & Rumah Murid Kristus, S. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Pelayanan Gerejawi. *TELEIOS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 62–76. <http://e-journal.stttransformasi-indonesia.ac.id/index.php/teleios/index>
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1).
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101.  
<https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11852>
- Muhammad Thoriq Ilyas, Aditia Saputra, & Tria Patrianti. (2025). Strategi Digital Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Melalui Intragram @rsijcempakaputih. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4, 7392–7399.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4726>
- Raditia Yudistira Sujanto, M. A. (2022). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0* (S. S. Dessy Rachmawati, Ed.). PUSTAKA BARU PRESS.
- Subhah Nafsyah, A., Rahayu Maulidiah, S., Srirazki Nurlia, A., & Putri Adhyanti, W. (2022). *ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BY.U SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI & KOMUNIKASI*. 2(2), 1–11.  
<https://massive.respati.ac.id>
- Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin, Yoki Yusanto, I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, Arief Yulianto, Nanoe Rolin Prasetyo, Muhammad Muthahari Ramadhani, Latifa Ramonita, & Chairani Putri Pratiwi. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL* (Evi Damayanti, Ed.). WIDINA MEDIA UTAMA .
- Yulia Damayanti Putri, & Moch. Armien Syifaa Sutarjo. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas\_bandung. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2614–8854.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1587>