

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai institusi yang memiliki peran signifikan dalam kehidupan beragama publik Indonesia, Kementerian Agama RI merupakan salah satu lembaga pemerintah yang aktif menggunakan media digital dalam berkomunikasi. Kementerian Agama RI melalui Biro Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Publik (HKP) mengelola berbagai media digital, seperti *website* resmi, media sosial, dan portal layanan informasi publik, untuk mengkomunikasikan kebijakan, program, dan layanan yang mencakup urusan keagamaan, pendidikan agama, penyelenggaraan haji dan umrah, serta berbagai layanan lainnya. Tugas tersebut sejalan dengan PMA Nomor 33 Tahun 2024 Pasal 52 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama, dimana dijelaskan bahwa biro humas bertanggung jawab atas berbagai fungsi, termasuk strategi komunikasi, pengelolaan isu, publikasi, dan layanan informasi publik (Kementerian Agama RI Sulawesi Utara, 2024).

Kementerian Agama RI memegang peranan penting dalam menyediakan layanan publik yang berkualitas sesuai dengan aturan. Dalam UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Sulbar Kemenag, n.d.), dituliskan bahwa diselenggarakannya pelayanan publik oleh pemerintah merupakan usaha yang dilakukan negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara, termasuk pelayanan informasi publik. Sebagaimana diatur dalam UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, pelayanan informasi publik termasuk dalam kategori pelayanan yang wajib disediakan oleh badan publik kepada publik, karena mendapatkan informasi adalah hak asasi manusia (Sulbar Kemenag, n.d.). Selain itu, pengelolaan dan penyebaran informasi melalui media digital turut diatur dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang menjadi dasar hukum bagi badan publik untuk memanfaatkan *platform* digital dalam menyediakan informasi yang cepat, mudah diakses, dan

aman bagi publik. Di sisi lain, akurasi dan ketersediaan informasi yang dipublikasikan juga berkaitan dengan UU Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan, yang mengatur bahwa arsip dan data publik harus dikelola secara sistematis agar dapat diakses dan dimanfaatkan oleh publik. Ketersediaan pelayanan informasi publik yang transparan dan selalu baru di setiap harinya merupakan kebutuhan yang sangat diperlukan publik (Firdaus & Lawati, 2019).

Salah satu upaya konkret Kementerian Agama RI memanfaatkan media digital yang dimiliki adalah pada saat penyebaran informasi terkait haji tahun 2025 lewat berbagai media. Melalui *website* resmi dan media sosial, Biro HKP menyediakan informasi terkait biaya jemaah haji tahun 2025, imbauan terkait penipuan, persiapan layanan, hoaks pendaftaran haji gratis, dan berbagai konten edukatif lain yang tentunya memudahkan jemaah haji.



Gambar 1.1 Unggahan Kementerian Agama RI terkait penurunan biaya haji 2025 di media sosial Instagram @kemenag_ri https://www.instagram.com/p/DEfALk2JY8U/?utm_source=ig_web_copy_link

Biro HKP sendiri mengelola dua media digital utama, yaitu *website* resmi (kemenag.go.id) dan akun media sosial resmi (Instagram, Tiktok, X, Facebook dan Youtube). Media tersebut berfungsi sebagai sarana pelayanan informasi publik yang menjamin transparansi, aksesibilitas informasi, dan komunikasi responsif antara institusi dan publik.

Berdasarkan observasi awal, Kementerian Agama RI kerap mengunggah berbagai konten informasi keagamaan dan informasi terkait layanan lainnya, yang diunggah berkala melalui media sosial, dapat berupa infografis maupun konten video. Sementara *website* resmi digunakan sebagai portal utama untuk mengakses informasi kebijakan, berita, mimbar agama, dan pers rilis. Media ini dimanfaatkan untuk membangun kualitas pelayanan informasi publik sekaligus membangun citra positif Kementerian Agama RI.



Gambar 1.2 Website resmi Kementerian Agama

kemenag.go.id

Pemanfaatan media digital tersebut, terwujud dari capaian Kementerian Agama RI yang berhasil mencatat pencapaian membanggakan dalam sektor pelayanan publik, dengan meraih penghargaan dari Ombudsman Republik Indonesia atas skor tertinggi dalam Penilaian Kepatuhan Penyelenggaraan Pelayanan Publik Tahun 2024. Perolehan kategori A dengan skor 88,53 menunjukkan kualitas pelayanan yang lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya, ketika memperoleh skor 85,29 dengan kategori B (Fauzi, 2025). Capaian ini mencerminkan kualitas layanan yang semakin terbentuk, yang salah satunya tercermin dari optimalisasi penyebaran informasi publik, baik secara langsung maupun melalui media digital oleh humas.



Gambar 1.3 Unggahan Kementerian Agama RI menerima penghargaan dari Ombudsman RI di media sosial Instagram @kemenag_ri https://www.instagram.com/p/DI_MUiPpBar/?next=%2F

Akan tetapi, dalam implementasinya ternyata Kementerian Agama RI masih dihadapkan berbagai kendala, seperti layanan kepada publik di daerah terpencil seringkali kesulitan memperoleh informasi, dikarenakan wilayah terpencil yang masih memiliki keterbatasan sarana prasarana dan keterbatasan akses internet (Muliardi, 2024). Tentu adanya kendala tersebut, memerlukan upaya lebih terkait pemanfaatan media digital supaya kualitas pelayanan informasi publik dapat meningkat dan pembentukan citra positif institusi dapat meningkat pula.

Salah satu landasan analisis yang relevan adalah Teori Citra (*Image Theory*) yang dikemukakan oleh Frank Jefkins. Jefkins berpendapat bahwa citra adalah kesan yang dibentuk berdasarkan pengetahuan dan pemahaman terhadap fakta-fakta (Jefkins, 2016). Jefkins juga berpendapat bahwa citra itu sendiri dibagi menjadi enam, yaitu *mirror image*, *current image*, *wish image*, *corporate image*, *multiple image*, dan *performance image*. Dengan memanfaatkan media digital dengan baik, humas dapat membentuk dan membangun citra positif di mata publik melalui komunikasi dan penyampaian informasi publik yang transparan, konsisten, dan responsif. Dalam hal ini, *wish image* dan *performance image* menjadi sangat berkaitan. Biro HKP melalui pemanfaatan media digital mereka, akan berusaha mewujudkan *wish image* (citra yang diinginkan institusi)

dengan mengkomunikasikan *performance image* (citra yang terbentuk dari kinerja nyata institusi) secara transparan dan konsisten. Dengan begitu, maka media digital tidak hanya sebagai saluran untuk penyebaran pelayanan informasi publik saja tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk citra positif.

Penelitian ini menjadi penting untuk dikaji lebih dalam, terkait bagaimana humas Kementerian Agama RI, khususnya Biro HKP dalam memanfaatkan media digital mereka, mengingat dinamika komunikasi digital yang terus berkembang serta tuntutan publik terhadap transparansi layanan informasi publik. Apalagi, citra organisasi maupun institusi menurut Cornelissen (2014) dalam buku *Corporate Communication A Guide to Theory & Practice* di era modern ini menjadi sangat rentan, dikarenakan mudahnya publik mengakses berbagai opini dan informasi tentang instansi tertentu melalui media. Berdasarkan kondisi tersebut, urgensi dari penelitian ini didasari oleh fakta bahwa keterbukaan informasi publik merupakan salah satu indikator utama dari pemerintahan yang baik dan transparan, yang pada akhirnya merupakan hak asasi bagi setiap warga negara. Selain itu adanya perbedaan antara capaian penghargaan yang diperoleh Kementerian Agama RI dengan realitas pelayanan informasi publik yang masih mengalami kendala, khususnya bagi publik di wilayah terpencil. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan yang diperoleh belum sepenuhnya menggambarkan pengalaman nyata yang dirasakan publik secara menyeluruh terhadap kualitas pelayanan informasi publik Kementerian Agama RI. Dengan semakin kompleksnya kebutuhan informasi dan kecepatan arus digital, keberadaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana Biro HKP memanfaatkan media digital untuk membangun kualitas pelayanan informasi publik sekaligus membangun citra positif institusi yang dirasakan secara nyata oleh publik, dan tidak hanya tercermin secara institusional saja.

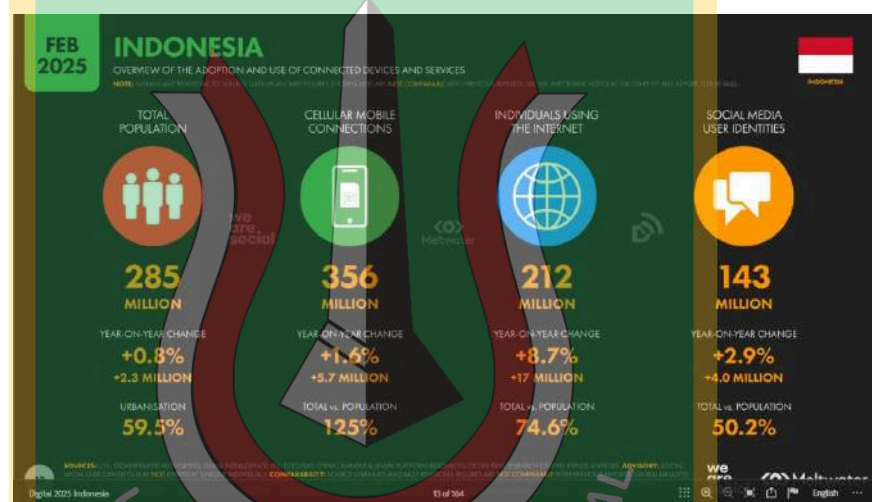
Meski terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas pemanfaatan media digital, pelayanan informasi publik, dan pembentukan

citra, hingga kini belum ditemukan kajian yang secara spesifik dan mendalam mengkaji bagaimana humas, khususnya Biro HKP Kementerian Agama RI, memanfaatkan dua media digital secara terhubung dalam membangun kualitas pelayanan informasi publik dan citra positif institusi. Penelitian terdahulu cenderung fokus pada satu media digital ataupun hanya mengkaji salah satu aspek saja, antara pelayanan informasi publik saja atau hanya citra. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Pemanfaatan media digital didukung oleh adanya kemajuan teknologi, yang memengaruhi salah satu aspek penting dalam kehidupan, yaitu komunikasi. Media digital sebagai sarana utama dalam proses penyampaian informasi, hadir dalam berbagai bentuk seperti *website*, media sosial (X, Instagram, TikTok dan Facebook), aplikasi pesan instan, aplikasi *e-mail* serta berbagai *platform* yang memudahkan institusi untuk menjangkau publik secara luas. Dengan satu kali klik, berbagai kepentingan sosial, politik, ekonomi, pendidikan, kesehatan, perbankan, hingga keagamaan dapat saling terhubung dan terintegrasi dalam suatu sistem yang canggih dan saling terkoneksi (Ondang & Kalangi, 2023). Kehadiran media digital, mengubah bagaimana proses komunikasi yang dalam implementasinya selalu mengikuti pola komunikasi. Pola komunikasi yang disebut pula sebagai model merupakan sebuah sistem dengan berbagai komponen saling terhubung satu sama lain sehingga dapat mencapai suatu tujuan secara bersamaan (Thabroni, 2022). Pola komunikasi telah berubah secara nyata dan menciptakan bentuk komunikasi baru di publik, yaitu komunikasi digital. Komunikasi digital merupakan proses penyampaian informasi antara pengirim dan penerima pesan melalui media digital, tanpa adanya batasan jarak, ruang, waktu, dan lokasi, yang memungkinkan umpan balik langsung dari publik (Asari, 2023).

Fenomena tersebut pun tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membawa perubahan dalam cara manusia berkomunikasi, seperti yang diungkapkan Rachmad et al., (2023)

bahwa komunikasi melalui media digital seperti media sosial, pesan instan, dan konferensi video, jarak jauh tidak lagi menjadi hambatan. Berdasarkan data terbaru yang dilansir dari DataReportal, pada bulan Februari tahun 2025, tercatat total 356 juta koneksi seluler aktif di Indonesia, angka yang setara dengan 125% dari total populasi nasional. Meskipun demikian, beberapa koneksi yang dimaksud juga mencakup layanan dasar seperti telepon dan SMS tanpa akses internet. Sementara itu, jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta orang dengan tingkat penetrasi *online* sebesar 74,6%. Dalam konteks pengguna media sosial, Indonesia memiliki 143 juta identitas pengguna aktif pada Januari 2025, yang mewakili 50,2% dari total populasi.



Gambar 1.4 Kondisi Digital Indonesia Bulan Februari 2025

<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia awal tahun 2025, memperlihatkan bahwa publik Indonesia telah menjadikan *platform* digital sebagai salah satu media utama untuk melakukan komunikasi dengan berbagai pihak maupun untuk beroleh informasi. Fenomena ini pula menggambarkan pentingnya media digital untuk lembaga pemerintah, terutama humas, untuk menyampaikan informasi publik dan membangun citra institusi. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, judul penelitian yang diambil merupakan “Pemanfaatan Media Digital oleh Humas Kementerian Agama RI dalam Membangun Kualitas

Pelayanan Informasi Publik dan Citra Positif Institusi”. Penelitian ini secara spesifik mengkaji bagaimana Biro HKP memanfaatkan *website* resmi dan media sosial mereka untuk membangun kualitas pelayanan informasi publik dan citra positif institusi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah diambil oleh peneliti adalah bagaimana pemanfaatan media digital oleh humas Kementerian Agama RI dalam membangun kualitas pelayanan informasi publik dan citra positif institusi?

1.3. Tujuan Penelitian

Setelah rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media digital oleh humas Kementerian Agama RI dalam membangun kualitas pelayanan informasi publik dan citra positif institusi.

1.4. Manfaat Penelitian

Menurut tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, penelitian diharapkan dapat memberi manfaat yang berguna bagi banyak orang. Adapun manfaat penelitiannya sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan media digital dalam konteks pemerintahan serta pengetahuan strategis tentang pemanfaatan media digital untuk membangun kualitas pelayanan informasi publik dan menciptakan citra positif institusi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis, dapat memberikan masukan bagi seluruh Kementerian Agama RI khususnya biro humas dalam memanfaatkan media digital dengan baik sehingga pelayanan informasi publik yang diberikan dapat

meningkat, sekaligus dapat membuat citra semakin meningkat juga. Selain itu, untuk pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan regulasi yang berfokus pada pemanfaatan media digital lebih lanjut sebagai wadah untuk memberikan pelayanan informasi publik.

1.4.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi publik, khususnya dalam upaya membangun kualitas pelayanan informasi publik pada institusi pemerintah. Melalui pemanfaatan media digital yang efektif oleh Humas Kementerian Agama RI, publik dapat beroleh informasi yang mudah, cepat, akurat, dan transparan. Selain itu, penelitian juga dapat berkontribusi untuk membangun kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah melalui adanya keterjangkauan informasi tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian disusun sebagai berikut. Adanya sistematika penulisan ini diharapkan dapat membuat para pembaca memahami isi setiap babnya.

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan, terdapat informasi mengenai latar belakang masalah yang akan dibahas dan pokok masalah yang menjadi rumusan masalah. Berisikan tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab kajian pustaka, peneliti memaparkan tentang lima penelitian terdahulu yang dijadikan acuan, kerangka teori dan kerangka konsep serta kerangka pemikiran.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan mengenai pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menyampaikan pemahaman mengenai fenomena sosial

yang sedang diteliti, para peserta penelitian atau narasumber, metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi, maupun dokumentasi, sumber data penelitian yang berasal dari data primer dan data sekunder, penjelasan tentang teknik-teknik yang akan digunakan dalam pengolahan data dan analisis data, serta rincian mengenai lokasi dan jadwal penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti memaparkan temuan data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data pada bagian hasil penelitian, kemudian menganalisis dan membahasnya secara mendalam dengan merujuk pada teori dan konsep yang digunakan.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang disusun berdasarkan hasil temuan serta pembahasan penelitian yang telah dilakukan.

