Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI MELALUI INSTAGRAM @ppid_bmkg

Muhammad Falih Andriawan, Anisti, Tuty Mutiah
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa,
Universitas Bina Sarana Informatika

ARTICLE INFO

Article history:

Received	Oktober, 2025
Revised	Oktober, 2025
Accepted	Oktober, 2025
Available online	Oktober, 2025

falihandriawan@gmail.com
anisti@bsi.ac.id
tuty.ttt@bsi.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Instagram merupakan sebuah media sosial yang dimanfaatkan oleh berbagai instansi dan masyarakat. Pada era digital saat ini, banyak instansi atau lembaga pemerintahan yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, salah satunya adalah PPID BMKG. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh PPID BMKG di akun Instagramnya @ppid_bmkg. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mencari tahu strategi PPID BMKG dalam menyampaikan informasi ke masyarakat melalui Instagram. Hasil penelitian yang didapatkan adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG melibatkan perencanaan komunikasi tahunan, agenda bulanan, serta penyusunan konten yang berbasis empat pilar: informasi, edukasi, hiburan, dan promosi. PPID BMKG memanfaatkan fitur-fitur seperti reels, story, dan infografis untuk menjangkau masyarakat, terutama generasi muda dengan gaya bahasa kasual namun informatif. Adapun tantangan yang dihadapi adalah jumlah pengikut yang meningkat namun tidak dibarengi dengan peningkatan engagement, hal ini membuat mereka harus mencari strategi baru yang dapat menarik minat audiens untuk melakukan interaksi, meskipun demikian, pesan-pesan yang disampaikan oleh akun @ppid_bmkg di Instagram sudah terbilang berhasil, karena isi pesan mudah untuk dipahami oleh setiap kalangan.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Instagram, PPID BMKG

ABSTRACT

Instagram is a social media platform widely utilized by various institutions and the general public. In digital era, like today, many government agencies and organizations use Instagram as a tool to disseminate information to the public, including PPID BMKG. This study aims to analyze the communication strategy being used by PPID BMKG through its Instagram account @ppid_bmkg. This research is using a descriptive qualitative approach, focusing on exploring on how PPID BMKG conducts to spread informations among public via Instagram. The results reveal that the communications strategy involves annual planning, monthly agendas, and content development based on four pillars: informations, educations, entertainment, and promotion. PPID BMKG utilizes features such as reels, stories, and infographics to reach the public, especially younger generations, using casual yet informative language style. A key challenge encountered is the increase in followers that is not accompanied by a rise in engagement, prompting the team to seek new strategies to encourage audience interaction. Nevertheless, the messages delivered through @ppid_bmkg are considered successful, as the content is easy to understand across various audience segments.

Keywords : Communication Strategy, Instagram, PPID BMKG

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Media sosial menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi karena sifatnya yang interaktif, partisipatif, dan real-time. Salah satu platform yang paling populer di Indonesia adalah Instagram, dengan lebih dari 91 juta pengguna aktif pada tahun 2021 (Widyaputri, 2022). Platform ini banyak dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah untuk menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami.

Salah satu lembaga yang aktif menggunakan Instagram adalah Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (PPID BMKG). Sesuai amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, PPID BMKG berkewajiban menyediakan informasi kepada masyarakat. Melalui akun @ppid_bmkg, lembaga ini menyebarkan informasi publik seperti cuaca, iklim, dan kebencanaan dengan berbagai format visual seperti infografis, video, reels, dan story.

Namun, penyampaian informasi melalui media sosial tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga membutuhkan strategi komunikasi yang efektif. Strategi komunikasi digital mencakup penyusunan pesan, pemilihan gaya bahasa, desain visual, serta manajemen engagement untuk menarik perhatian audiens (Pamungkas, 2024). Penelitian ini akan berfokus untuk menganalisis strategi komunikasi PPID BMKG dalam mengelola akun Instagram, mencakup perencanaan, penyusunan pesan, serta upaya membangun dan mempertahankan keterlibatan audiens.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan komunikasi publik di era digital serta menjadi referensi bagi lembaga pemerintah lain

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik yang efektif dan edukatif.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini menganalisis, bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG dalam menyampaikan informasi melalui @ppid_bmkg dengan menggunakan teori komunikasi digital?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG dalam penyampaian informasi melalui Instagram @ppid_bmkg menggunakan teori komunikasi digital.

2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian kualitatif yang berfokus pada pengamatan suatu fenomena dan berfokus pada strategi komunikasi digital yang digunakan oleh akun Instagram @ppid_bmkg dalam menyampaikan informasi di Instagram. Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai teknik secara terpadu (tringulasi), analisis data dilakukan secara induktif dan hasil penelitiannya menitikberatkan pada pemahaman makna di balik data dibandingkan dengan penyimpulan yang bersifat umum atau generalisasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, ada beberapa metode yang sering digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian meliputi (1) wawancara, yaitu teknik yang melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh

informasi mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi mereka. (2) observasi, dilakukan dengan cara mengamati langsung subjek penelitian untuk mendapatkan data terkait perilaku, interaksi, atau fenomena yang sedang diteliti (Ardiansyah, 2023). (3) studi kepustakaan dengan cara menganalisis jurnal-jurnal atau penelitian yang telah dilakukan. (4) dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data-data dokumen berupa gambar, video. Setiap teknik dipilih dengan tujuan menggali informasi yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi PPID BMKG dalam menyebarkan informasi di Instagram. Penggunaan kedua teknik pada pengumpulan data ini, mengizinkan peneliti untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah dan menyusun secara sistematis hasil dari observasi, wawancara, serta data lainnya, dengan tujuan untuk memperdalam pemahaman penelitian terhadap kasus yang diteliti, serta menyajikan hasil tersebut dalam bentuk temuan yang dapat dipahami oleh pihak lain (Nurdewi, 2022).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam strategi komunikasi akun Instagram @ppid_bmkg. Proses analisis dilakukan sejak awal pengumpulan data dan berlangsung secara berkelanjutan melalui beberapa tahap, yaitu:

a. Pengumpulan Data

   Dilakukan melalui studi pustaka, wawancara , dan observasi terhadap aktivitas komunikasi akun Instagram @ppid_bmkg.

b. Reduksi Data

   Menyeleksi dan menyaring data yang relevan untuk menjaga fokus penelitian pada strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @ppid_bmkg.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

c. Penyajian Data

Menyusun hasil temuan dalam bentuk narasi tematik yang menggambarkan pola dan praktik komunikasi yang diterapkan.

d. Penarikan Kesimpulan

Merumuskan hasil akhir untuk mejawab rumusan masalah serta menggambarkan efektivitas strategi komunikasi @ppid_bmkg dalam penyebaran informasi melalui Instagram.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

HASIL

Narasumber

Table 1. Narasumber dan Lokasi Wawancara

Nama Narasumber	Tanggal	Lokasi
Rana Hanifah S. I. Kom. (Humas BMKG)	1 Juni 2025	Kantor Pusat BMKG
Saiful Iqbal (Audiens)	9 Juni 2025	Zoom Meeting
Rafi Rasendriya (Audiens)	12 Juni 2025	Zoom Meeting

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Akun Instagram @ppid_bmkg

Menurut informasi yang didapatkan melalui salah satu Humas BMKG, Rana Hanifah. Proses perencanaan strategi komunikasi @ppid_bmkg dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan yang terstruktur. Perencanaan diawali dengan koordinasi bersama pimpinan untuk menetapkan arah komunikasi tahunan lembaga. Hasil dari tahap ini menjadi dasar penyusunan agenda setting bulanan, yang berfokus

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

pada tema-tema komunikasi sesuai isu aktual seperti cuaca ekstrem, bencana hidrometeorologi, dan kebakaran hutan.

Selanjutnya, tim menyusun editorial plan harian yang mencakup topik, format konten (*feed, reels, story*), waktu unggah, serta momen penting. Dalam pelaksanaannya, dilakukan pembagian tugas internal antara pengolah data, desainer visual dan penulis narasi agar konten selaras dengan strategi yang ditetapkan.

Bentuk Konten yang Digunakan Oleh Akun Instagram @ppid_bmkg

Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, akun Instagram @ppid_bmkg menggunakan beberapa konten utama, yaitu infografis, *singlke image*, dan *reels*. Ketiga jenis konten ini dipilih karena menyesuaikan karakteristik media sosial Instagram yang menitikberatkan pada visualisasi dan interaksi cepat.

Infografis menjadi bentuk konten yang paling dominan karena mampu menyederhanakan data teknis menjadi visual yang menarik dan mudah dipahami masyarakat. Konten ini banyak digunakan untuk edukasi, seperti kesiapsiagaan bencana dan penjelasan istilah meteorologi. *Single image* digunakan untuk menyampaikan informasi singkat seperti pengumuman atau peringatan cuaca harian yang membutuhkan penyampaian cepat. Sementara *reels* dimanfaatkan untuk konten promosi, hiburan, dan edukasi ringan dengan gaya yang dinamis serta mengikuti tren, sehingga efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Seluruh konten tersebut disusun berdasarkan empat konten pilar yaitu informasi, edukasi, hiburan, dan promosi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten dilakukan secara sistematis dan adaptif sesuai dengan target audiens. Berdasarkan tanggapan audiens, *reels* menjadi konten yang paling diminati karena bersifat informatif, memiliki visual yang menarik, dan bahasa yang mudah dimengerti.

Pemanfaatan Fitur Instagram

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

PPID BMKG secara strategis memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *feed*, *reels*, *story*, dan *highlight* dalam menyampaikan informasi publik. Setiap fitur digunakan sesuai dengan karakter pesan dan tujuan komunikasinya. *Feed* digunakan untuk menampilkan konten utama seperti infografis dan karusel, terutama dalam penyajian informasi teknis seperti prakiraan cuaca mingguan agar mudah dipahami dan menarik secara visual. *Reels* dimanfaatkan untuk konten promosi dan hiburan karena sifatnya dinamis serta mampu menjangkau audiens lebih luas melalui algoritma Instagram. *Reels* juga sering digunakan untuk menampilkan kegiatan internal, kampanye publik, atau edukasi ringan dengan pendekatan santai.

Sementara itu, *story* digunakan untuk penyampaian informasi yang bersifat cepat dan sementara seperti pengumuman, *polling*, serta peringatan cuaca. Fitur ini efektif meningkatkan interaksi karena tampil langsung di beranda pengguna. Adapun *highlight* berfungsi sebagai arsip permanen dari *story* yang dikategorikan berdasarkan topik seperti edukasi, kesiapsiagaan, dan layanan publik.

Pemanfaatan fitur-fitur tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital PPID BMKG tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga pada media penyampaian yang paling sesuai dengan karakter audiens. Berdasarkan tanggapan audiens, *reels* dan *story* dianggap paling menarik karena mudah dipahami dan interaktif.

Gaya Bahasa dan Desain Visual

Dalam era digital, keberhasilan penyampaian informasi tidak hanya bergantung pada ketepatan isi pesan, tetapi juga pada cara pesan dikemas. PPID BMKG memahami pentingnya hal ini dengan menerapkan gaya bahasa yang kasual namun tetap informatif serta desain visual yang menarik dan konsisten di akun Instagram @ppid_bmkg.

Pemilihan gaya bahasa yang ringan dilakukan untuk menyesuaikan dengan karakteristik audiens utama mereka yaitu generasi milenial dan gen Z yang lebih

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

menyukai komunikasi santai dan tidak terlalu formal. Bahasa yang digunakan bersifat komunikatif, menggunakan ajakan, pertanyaan retoris, atau storytelling singkat, dengan tujuan menciptakan kesan bahwa akun @ppid_bmkg adalah "teman informasi" masyarakat, bukan sekadar kanal formal lembaga pemerintah.

Dari sisi visual, setiap konten dirancang dengan memperhatikan estetika dan konsistensi identitas BMKG, menggunakan warna dominan biru, hijau, dan putih. Elemen seperti ikon, peta, dan ilustrasi turut ditambahkan untuk memperjelas pesan. Desain konten juga disesuaikan dengan jenis pesan: konten edukatif dibuat dalam format infografis yang informatif, sementara konten hiburan dan promosi tampil lebih dinamis.

Pendekatan ini menjadikan strategi komunikasi PPID BMKG lebih efektif dalam menjangkau dan mempertahankan perhatian publik, karena pesan yang disampaikan terasa relevan, mudah dipahami, dan visualnya menarik.

Strategi dalam Meningkatkan Keterlibatan Audiens

Selain fokus pada penyampaian informasi, Humas PPID BMKG juga menekankan pentingnya peningkatan keterlibatan audiens (*engagement*) di akun Instagram @ppid_bmkg. *Engagement* diukur melalui interaksi aktif seperti *likes*, komentar, *share*, serta partisipasi audiens dalam aktivitas interaktif yang disediakan.

Untuk meningkatkan engagement, PPID BMKG menerapkan empat pilar konten utama yaitu informasi, edukasi, hiburan, dan promosi dengan menempatkan konten hiburan sebagai strategi utama. Melalui konten ringan seperti *mini games*, kuis interaktif, teka-teki, dan tebak kata seputar cuaca dan kebencanaan, audiens diajak untuk berpartisipasi aktif. Strategi ini diperkuat dengan pemberian hadiah seperti boneka maskot BMKG (Mego) dan buku edukatif Kastiaga Bencana, yang terbukti mampu meningkatkan interaksi seperti komentar dan pembagian konten.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Selain itu, PPID BMKG juga memanfaatkan tren budaya populer seperti *K-pop* untuk menarik perhatian komunitas online tertentu. Pendekatan ini menunjukkan kemampuan lembaga dalam beradaptasi dengan dinamika sosial digital sekaligus memperluas jangkauan informasi publik.

Meskipun tidak semua audiens aktif berinteraksi, strategi partisipatif ini tetap dinilai berhasil meningkatkan engagement, karena mampu mengubah komunikasi satu arah menjadi lebih interaktif dan edukatif. PPID BMKG berhasil memadukan hiburan dengan substansi informasi, menjadikan media sosial bukan hanya sarana penyebaran data, tetapi juga ruang edukatif yang membangun hubungan erat dengan publik.

Kendala dan Solusi

Menurut informan, PPID BMKG menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam mempertahankan keterlibatan audiens meskipun jumlah pengikut terus meningkat. Salah satu kendala utama adalah penurunan tingkat engagement, seperti jumlah *likes*, komentar, dan *share*, ketika akun @ppid_bmkg mencapai lebih dari 10.000 pengikut. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengikut tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan interaksi.

Menurut informan, penurunan *engagement* kemungkinan disebabkan oleh kejenuhan audiens terhadap bentuk konten yang cenderung seragam. Meski empat pilar konten utama informasi, edukasi, hiburan, dan promosi masih dijalankan secara konsisten, tim menyadari perlunya inovasi agar pesan tetap menarik dan relevan bagi publik.

Sebagai solusi jangka pendek, PPID BMKG melakukan evaluasi rutin terhadap *insight* Instagram, menganalisis waktu unggah, jenis konten, serta respons audiens untuk mengidentifikasi pola penurunan interaksi. Tim juga menyesuaikan narasi dan desain visual agar lebih segar dan sesuai dengan preferensi pengguna.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Kondisi ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial lembaga publik membutuhkan adaptasi berkelanjutan terhadap perubahan perilaku audiens. Kesadaran untuk terus melakukan evaluasi dan pembaruan strategi menjadi kunci agar PPID BMKG tetap relevan dan efektif dalam menjalankan fungsi komunikasi publiknya di era digital.

Strategi Komunikasi yang Diterapkan

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG melalui Instagram @ppid_bmkg berfokus pada penyampaian informasi yang akurat, mudah dipahami, dan menarik bagi masyarakat. Tujuan utamanya adalah menyederhanakan data teknis BMKG menjadi informasi yang lebih komunikatif agar dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran publik terhadap isu cuaca, kebencanaan, dan kesiapsiagaan.

Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga ruang edukatif berbasis visual dan bahasa sederhana. Tim PPID BMKG mengubah data mentah menjadi infografis, karusel, dan videografis dengan gaya bahasa yang ringan, agar lebih mudah dipahami, khususnya oleh generasi muda yang aktif di media sosial.

Meskipun belum memiliki data kuantitatif khusus terkait dampaknya, hasil survei internal BMKG menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat menilai informasi yang disampaikan sudah mudah dipahami. Selain itu, tingkat kesadaran masyarakat terhadap isu kebencanaan meningkat, terlihat dari banyaknya interaksi dan penyebaran ulang konten saat terjadi cuaca ekstrem atau gempa bumi.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi PPID BMKG terbukti efektif dalam meningkatkan literasi dan kesadaran publik. Kunci keberhasilannya terletak pada penyederhanaan pesan, pemanfaatan elemen visual yang menarik, serta penyesuaian gaya komunikasi dengan karakteristik audiens digital.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Bentuk Interaksi antara @ppid_bmkg dan Pengikut Akun Instagram

Interaksi antara PPID BMKG dan audiens melalui akun Instagram @ppid_bmkg menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan strategi komunikasi digital lembaga ini. PPID BMKG membangun komunikasi dua arah dengan pengikutnya melalui berbagai bentuk interaksi yang memperkuat hubungan dan memperluas jangkauan pesan informatif serta edukatif. Berdasarkan hasil wawancara, kolom komentar merupakan bentuk interaksi yang paling sering terjadi, terutama ketika PPID BMKG mengunggah konten kuis atau *games* berhadiah yang berhasil mendorong partisipasi aktif audiens. Selain itu, *likes* dan *shares* juga meningkat pada konten hiburan yang relevan dengan tren budaya populer, seperti tema *K-pop*, yang terbukti efektif menjangkau kelompok audiens baru.

Meski interaksi pada konten edukatif dan informasi cuaca tidak setinggi pada konten hiburan, tetap terdapat partisipasi dalam bentuk komentar dan pembagian ulang konten. PPID BMKG juga aktif menanggapi komentar dan pertanyaan pengguna, menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya menjadi media satu arah, tetapi berfungsi sebagai ruang komunikasi timbal balik antara lembaga publik dan masyarakat.

Secara keseluruhan, strategi interaktif ini memperlihatkan keberhasilan PPID BMKG dalam menciptakan komunikasi yang partisipatif, responsif, dan mendekatkan lembaga pada publik digital.

Peningkatan Kesadaran dan Pengetahuan Publik

Berdasarkan hasil wawancara, indikator kuantitatif yang secara spesifik mengukur dampak penggunaan Instagram PPID BMKG terhadap peningkatan kesadaran dan pengetahuan publik memang belum tersedia. Namun, temuan dari survei umum mengenai kualitas penyampaian informasi BMKG yang dibagikan melalui WhatsApp *Channel* dan akun Instagram resmi BMKG menunjukkan bahwa mayoritas

responden menilai informasi dari BMKG mudah dipahami oleh masyarakat, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dalam penyajian kontennya.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PPID BMKG, meskipun belum diukur secara kuantitatif, telah berkontribusi terhadap peningkatan literasi publik dalam memahami informasi kebencanaan dan cuaca. Melalui pengelolaan konten informatif, edukatif, dan interaktif di Instagram, PPID BMKG memperkuat peran lembaga sebagai sumber informasi publik yang kredibel sekaligus edukatif, serta membantu membangun kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kebencanaan dan kesiapsiagaan.

Evaluasi Strategi Komunikasi

PPID BMKG secara rutin melakukan evaluasi bulanan terhadap kinerja akun Instagram @ppid_bmkg melalui penyusunan laporan performa yang bersumber dari fitur Instagram Insight. Evaluasi ini mencakup berbagai indikator seperti jumlah impresi, jangkauan, tingkat engagement, dan pertumbuhan pengikut.

Data yang diperoleh tidak hanya digunakan sebagai catatan statistik, tetapi juga dianalisis secara mendalam untuk mengetahui jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens. Hasil analisis tersebut menjadi acuan utama dalam penyusunan editorial plan bulan berikutnya. Misalnya, ketika konten hiburan seperti kuis atau reels menunjukkan engagement tinggi, proporsinya akan ditingkatkan pada periode selanjutnya. Sebaliknya, konten dengan respons rendah akan dievaluasi dan disesuaikan dari segi format maupun pendekatan komunikasinya.

Melalui sistem evaluasi yang berkelanjutan ini, PPID BMKG dapat menjaga relevansi dan efektivitas strategi komunikasinya di Instagram, sekaligus memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan tetap sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan, data-data yang relevan dengan tujuan penelitian yang didapatkan melalui wawancara dengan pihak akun Instagram @ppid_bmkg dan audiensnya akan dijabarkan serta dihubungkan dengan teori-teori yang peneliti gunakan. Pembahasan ini memiliki tujuan untuk memahami lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan akun Instagram @ppid_bmkg dalam menyebarkan informasi di Instagram.

Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Menggunakan Teori Komunikasi Digital

Dalam teori komunikasi digital yang dikemukakan oleh Fleishman, Rogers dan Kincaid, komunikasi digital merupakan proses pertukaran pesan melalui teknologi digital seperti media sosial (Pratama Muhammad, 2023). Dalam teori tersebut, akun Instagram @ppid_bmkg menjadi media yang memfasilitasi proses komunikasi tersebut antara PPID BMKG dan masyarakat luas. Penelitian ini menemukan bahwa proses perencanaan komunikasi di akun tersebut dilakukan secara sistematis dan terstruktur, dimulai dari strategi tahunan, dilanjutkan dengan agenda setting bulanan, hingga *content plan*.

Sedangkan pada teori yang didapatkan dari jurnal "Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen" oleh Pamungkas, didapatkan bahwa strategi komunikasi digital mencakup segmentasi audiens, pemilihan gaya bahasa, desain visual, waktu unggah, dan bentuk keterlibatan audiens (Pamungkas, 2024). Hal ini selaras dengan temuan yang didapatkan dari key informan yang menjelaskan bahwa PPID BMKG mempertimbangkan semua elemen tersebut dalam merancang editorial plan Instagram. Contohnya, mereka menggunakan reels untuk promosi yang lebih dinamis, infografis untuk edukasi yang padat informasi, dan story untuk pengumuman singkat.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Selanjutnya, teori tersebut juga menyatakan keberhasilan komunikasi digital dapat diukur dari respons publik, seperti jumlah interaksi, komentar, atau penyebaran konten. Jika ditarik dari respons tanggapan informan tambahan yaitu audiens, mereka menyatakan bahwa konten yang ditampilkan oleh akun Instagram @ppid_bmkg menarik, ringkas, dan informatif, terutama dalam format reels. Hal ini menunjukkan keberhasilan akun Instagram @ppid_bmkg dalam perencanaan strategi komunikasi.

Strategi Meningkatkan *Engagement*

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG melalui akun Instagram @ppid_bmkg tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga bertujuan untuk mempengaruhi pemahaman, sikap, dan tindakan audiens. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif, yang menekankan pentingnya proses komunikasi dalam mengubah pandangan dan perilaku masyarakat (Arisetiana, 2023).

Menurut Arisetiana (2023) dalam jurnal "Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri", terdapat tiga aspek utama yang menjadi sasaran dalam komunikasi persuasif, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Ketiga aspek ini tercermin dalam penerapan strategi komunikasi PPID BMKG sebagai berikut:

1. Aspek Kognitif

   Audiens memperoleh pengetahuan dan pemahaman baru melalui konten edukatif seperti kuis dan infografis seputar cuaca dan kebencanaan. Konten tersebut membantu masyarakat memahami isu meteorologi secara ringan dan menarik.

2. Aspek Afektif

   PPID BMKG mengaktifkan sisi emosional audiens dengan menghadirkan konten yang relevan dengan minat mereka, seperti tema *K-pop* atau tren budaya populer. Pendekatan ini menumbuhkan rasa kedekatan dan keterikatan emosional dengan lembaga.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

3. Aspek Konatif

   Dorongan untuk bertindak terlihat dari partisipasi audiens dalam kuis, komentar, atau membagikan konten. PPID BMKG memperkuat aspek ini melalui pemberian insentif seperti boneka maskot "Mego" dan buku edukatif, yang meningkatkan motivasi untuk terlibat aktif.

Strategi PPID BMKG dalam Memilih Gaya Bahasa dan Dampak yang Didapatkan

Menurut teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh DeVito, Defleur, dan McQuail, komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media kepada khalayak luas dan heterogen dengan tujuan membentuk pemahaman tertentu (Permatasyari, 2021). Dalam penelitian ini, PPID BMKG berperan sebagai komunikator yang memanfaatkan Instagram sebagai saluran komunikasi massa digital untuk menyebarkan informasi kepada publik secara luas. Unsur-unsur komunikasi massa seperti sumber, pesan, media, dan audiens berjalan secara fungsional di mana pesan yang dikemas secara visual dan menggunakan bahasa kasual berfungsi menjembatani informasi teknis agar mudah dipahami oleh masyarakat.

Pemilihan gaya bahasa yang ringan dan informatif mencerminkan penerapan prinsip komunikasi massa, yakni menyesuaikan pesan dengan karakter khalayak yang beragam. Hasil survei yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat menilai informasi dari BMKG mudah dipahami memperkuat efektivitas strategi ini. Dengan demikian, penggunaan Instagram oleh PPID BMKG menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai saluran komunikasi massa modern yang efektif dalam membentuk pemahaman publik dan meningkatkan literasi kebencanaan secara luas.

Evaluasi Strategi Komunikasi yang Diterapkan

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key* informan dan audiens, strategi komunikasi yang diterapkan oleh PPID BMKG melalui akun Instagram @ppid_bmkg

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dinilai berhasil dalam menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Konten yang disajikan mampu menerjemahkan data teknis menjadi informasi yang sederhana dan komunikatif. Namun demikian, dari sisi keterlibatan audiens (*engagement*), PPID BMKG masih menghadapi tantangan. Meskipun jumlah pengikut terus meningkat, tingkat interaksi seperti *like*, komentar, dan *share* cenderung stagnan. *Engagement* yang tinggi hanya terjadi pada konten berbasis hiburan seperti *mini games*, kuis, atau konten bertema *K-pop*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PPID BMKG efektif dalam penyampaian pesan dan peningkatan pemahaman publik, tetapi masih perlu penguatan pada aspek interaksi dan partisipasi audiens agar komunikasi menjadi lebih dinamis dan dua arah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun Instagram @ppid_bmkg dalam menyampaikan informasi dapat dikatakan berhasil jika menggunakan tolak ukur pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @ppid_bmkg. Adapun strategi komunikasi digital yang mereka terapkan adalah menggunakan pendekatan visual, bahasa yang sederhana, dan responsif terhadap respons audiens dengan menggunakan Instagram sebagai channel-nya. Kemudian, mereka juga menggunakan 4 pilar konten yang diterapkan, yaitu informasi, edukasi, hiburan, dan promosi sebagai bagian dari perencanaan strategi mereka dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Instagram.

SARAN

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 7, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti terhadap akun Instagram @ppid_bmkg adalah:

1. Lakukan Inovasi Konten

   Jika merujuk pada hasil wawancara yang dilakukan kepada *key* informan, jumlah pengikut serta *engagement* tidak searah atau tidak seimbang, hal ini kemungkinan disebabkan karena kejenuhan mengenai format konten yang monoton.

2. Memperbanyak Konten Interaktif Seperti Kuis

   Akun Instagram @ppid_bmkg dapat mencoba memperbanyak atau mengeksplorasi lebih jauh mengenai konten berbasis kuis, namun kuis yang digunakan bisa berupa pertanyaan yang relevan dengan seputar meteorologi, klimatologi, dan geofisika. Hal ini selain menambah partisipasi Masyarakat, mereka juga mendapatkan pengetahuan baru.

Adapun saran untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian terhadap akun media sosial PPID BMKG:

1. Memperluas Objek Penelitian

   Para peneliti berikutnya dapat mencoba untuk meneliti akun Twitter, Facebook, atau Tiktok PPID BMKG.

2. Melakukan Pendekatan Kuantitatif

   Para peneliti berikutnya diharapkan mencoba melakukan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei atau analisis statistic.

3. Melakukan Analisa Perbandingan

   Peneliti berikutnya dapat mencoba untuk melakukan studi komparatif dengan akun media social Lembaga pemerintah yang lain, hal tersebut diharapkan mampu membuka lebar apa kelebihan dan kekurangan strategi komunikasi PPID BMKG jika dibandingkan dengan instansi serupa.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan

Arisetiana, E., Riris, P., Simamora, T., Perwirawati,) Elok, Universitas,), & Agung, D. (2023). PERANAN KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM STRATEGI MARKETING PERUMAHAN HARMONI ASRI. In *JURNAL SOCIAL OPINION* (Vol. 8, Issue 1). https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/download/3136/2844/

Asrulla, Risnita, Jailani, M., & Jeka Firdaus. (2023a). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10836

Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3). http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss

Deva Satria Pamungkas, Indra Bahari Saputra, & April Laksana. (2024a). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, *1*(6), 88–94. https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461

Effendy Erwan, Siregar Elsa, Fitri Putri, & Damanik Ibnu. (2023a). *Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem)* (Vol. 5). https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/14061/10847/42677

Gusrindra, H. (2023). *Eksternal Public Relation Peran dan Strategi Komunukasi Dalam Membangun Citra Perusahaan*. https://www.researchgate.net/publication/376379751

Hikmah, N., Sanjaya, F., Sos, S., & Ikom, M. (2022a). *STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DALAM MEMPROMOSIKAN LAYANAN JASA ANTAR DI PT.CITRA VAN TITIPAN KILAT (TIKI) JAKARTA*. https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2754

Isyiya, F. (2025). Strategi Public Relation Dalam Pemasaran Digital: Analisis Kolaborasi Webseries “Pakai Hati Reborn” Dengan Bank BRI Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Masyarakat. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *3*(1), 173–181. https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1558

Kahfi, A. (2024). Digital Public Relations Dalam Pemanfaatan Program Keluarga Harapan (PKH) Kementerian Sosial RI. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *2*(2), 39–52. https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.916

Khoirunnisa, Z., & Fitriana Poerana, A. (n.d.). Strategi Komunikasi Instagram @Akutahu Dalam Menyampaikan Berita & Informasi Positif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, *2023*(24), 906–913. https://doi.org/10.5281/zenodo.10443537

Miptah Parid. (2020). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.

Mubaroq, H., & Hidayati, Y. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo*. https://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/populika/article/download/497/334/1918

Mulyadi, M. (2012). *RISET DESAIN DALAM METODOLOGI PENELITIAN* (Vol. 16, Issue 1).

Munawar, N. (2021). *NOVELTY/KEBARUAN DALAM KARYA TULIS ILMIAH SKRIPSI/TESIS/DISERTASI NOVELTY / NEWS IN SCIENTIFIC WRITINGS THESIS AND DISSERTATION*.

Mutiah, T., & Rafiq, A. (n.d.-a). *Instagram Media Baru Penyebaran Berita (Studi Pada Akun @feydown_official)*.

Mutiah, T., Rahmi Shinta, M., & Muharam, F. (n.d.-a). *Instagram sebagai Cyber Public Relation di Era 4.0*.

Nadia Widyaputri, Evie A.A. Suwu, & Juliana Tumiwa. (2022). *Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop*. https://databoks.katadata.co.id

Najiah Shabirah. (2023). *TINGKAT KOMPETENSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA RANTAU DALAM BERADAPTASI PADA LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI*. https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/10722/

Nurdewi. (2022). IMPLEMENTASI PERSONAL BRANDING SMART ASN PERWUJUDAN BANGGA MELAYANI DI PROVINSI MALUKU UTARA. In *Jurnal Riset Ilmiah* (Vol. 1, Issue 2). ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri

Paulecia Zefanya Kuera. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA OLEH POKDARWIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI GUMUK SELO DHUWUR*. https://repository.uksw.edu/handle/123456789/27759

Permatasyari, A. (2021). PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA. In *Jurnal Prosiding (1) Juli* (Vol. 2021). https://proceeding.dharmawangsa.ac.id/index.php/PFISIP/article/viewFile/95/109

Pranata, Y., Ahli, H., Puslitbang, P., Daya, S., & Kesehatan, P. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. In *Journal: Sudut Pandang* (Vol. 2).

Pratama Muhammad. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TIKTOK @ZAFEERINDONESIA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK ZAFEER IN*. http://repository.unpas.ac.id/66620/

Putris, A. (2022). *Teknik Membangun Hubungan Internal dan Eksternal Lembaga Pendidikan* (Vol. 4).

Safarudin Rizal. (2023). *Penelitian Kualitatif*. https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/download/1536/1131/2086

Safira, S. (2023a). STRATEGI KOMUNIKASI BMKG JUANDA DALAM PENGELOLAAN AKUN @infobmkgjuanda. In *The Commercium* (Vol. 6).

Sebastian Aaron, & Pramono Rudy. (2021). *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN*. *4*. http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2454745&val=13139&title=PENGARUH%20PERCEIVED%20VALUE%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20KEPERCAYAAN%20PELANGGAN%20TERHADAP%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20PADA%20OUTLET%20NIKE%20DI%20JAKARTA

Sidharta, V., & Maya Arlena, W. (2021a). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BIRO PEMBERITAAN DPR RI DALAM MENJAGA CITRA POSITIF ORGANISASI. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 4, Issue 1). http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index

Siregar, N. M. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat*.

Surya Tawaqal, R., Taufiq, A., Ramdan, M., & Silviany, A. E. (2024a). Analisis Strategi Komunikasi Humas Jabar dalam Penyampaian Informasi di Era Digital. *JIKA*, *11*(2), 67–77. https://doi.org/10.31294/jika

Vina Salsabila Firmana, & Priyo Subekti. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @humas_jabar Sebagai Sumber Informasi Masyarakat Jawa Barat. *Harmoni: Jurnal Ilmu*

Komunikasi Dan Sosial, *2*(3), 262–272. https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i3.3888

Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *9*(2), 1220–1230. https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141

Wibowo, A. (n.d.). *TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BADAN METEOROLOGI, KLIMATOLOGI, DAN GEOFISIKA DALAM PUBLIKASI INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK*.

Widyaputri, N., Suwu, E., & Tumiwa Juliana. (2022). *Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop*. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/41776/37076/91197

Yuliana. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. In *Journal: Sudut Pandang* (Vol. 2).

Yusuf, F. (2023). *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA*. https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M