

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi media sosial Instagram @kemenpar.ri melalui pendekatan audit komunikasi. Audit dilakukan dengan mengacu pada empat dari 16 dimensi audit komunikasi menurut Kementerian PANRB (2011), yaitu proses penyampaian pesan, gaya komunikasi, saluran komunikasi, dan umpan balik publik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan lima tahapan strategi komunikasi dari Suryadi (2018), meliputi analisis kebutuhan, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Hasil audit menunjukkan bahwa meskipun proses penyampaian pesan telah dilakukan secara terstruktur, pelaksanaannya sering terganggu oleh instruksi mendadak dari pimpinan. Gaya komunikasi konten informatif dan edukatif masih terlalu formal sehingga belum menjangkau audiens secara maksimal. Saluran komunikasi utama melalui Instagram sudah tepat, namun keterlibatan audiens masih rendah. Dimensi umpan balik publik juga menunjukkan bahwa komunikasi masih bersifat satu arah. Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan agar tim media sosial mengembangkan sistem editorial yang adaptif, menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens, memperluas pemanfaatan platform lain, serta membangun komunikasi dua arah yang aktif. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan dapat lebih relevan, partisipatif, dan menjangkau publik secara efektif.

Kata Kunci: Audit Komunikasi, Strategi Komunikasi, Instagram, Kemenpar