

PERAN HUMAS KANWIL KEMENAG JAWA TIMUR DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF

Tegar Rahmat Rivaldy

UIN Sunan Ampel Surabaya

06010322018@student.uinsby.ac.id

Lilik Huriyah

UIN Sunan Ampel Surabaya

lilikhuriyah@uinsa.ac.id

Surya Rahmadani

UIN Sunan Ampel Surabaya

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Subbagian Humas Kanwil Kemenag Jawa Timur dalam membangun komunikasi publik yang efektif. Latar belakang penelitian ini adalah bagaimana pentingnya peran Humas dalam era digital, kontribusi strategisnya dalam komunikasi publik pemerintahan, dan perlunya strategi inovatif untuk mengatasi keterbatasan SDM demi meningkatkan efektivitas komunikasi publik di lingkungan Kanwil Kemenag Jatim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan pengalaman magang penulis dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung terhadap staff Humas serta dokumentasi dan analisis konten media sosial Kanwil Kemenag Jatim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas memiliki peran strategis dalam menyebarkan informasi kebijakan keagamaan dan membentuk citra lembaga. Namun, keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan beban kerja ganda yang memengaruhi efektivitas kerja. Meski demikian, Humas Kanwil Kemenag Jatim tetap melakukan inovasi dalam komunikasi digital dan memperkuat sinergi antar bidang.

Keywords: Humas Pemerintah, Kemenag Jatim, Komunikasi Publik.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-21 telah mengubah secara fundamental pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Di era digital saat ini, masyarakat menuntut akses informasi yang cepat, transparan, dan dapat dipercaya dari institusi pemerintah, termasuk Kementerian Agama. Media sosial, *website*, dan platform digital lainnya menjadi sarana utama komunikasi publik yang memungkinkan terjadinya dialog dua

arah antara pemerintah dan warga. Fenomena ini menuntut peran Humas pemerintah, khususnya pada Kanwil Kemenag Jawa Timur, untuk tidak hanya menjadi penyampai informasi satu arah, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi yang responsif dan inovatif.¹

Kementerian Agama adalah salah satu lembaga penting di Indonesia yang memiliki peran utama dalam menjaga kerukunan antar umat beragama serta memberikan layanan keagamaan dan pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai moderasi. Komunikasi publik di dalam Kementerian Agama sangatlah krusial, karena isu-isu agama sering berkaitan dengan kepentingan sosial yang sensitif. Oleh karena itu, Humas di Kanwil Kemenag Jawa Timur memiliki peranan yang sangat penting dalam menyampaikan kebijakan, menanggapi pendapat masyarakat, serta mendorong partisipasi publik dalam program-program keagamaan yang ada.²

Humas merupakan salah satu divisi dalam pemerintahan yang mengemban tugas sebagai pelayanan publik dalam memberikan informasi kepada masyarakat, informasi yang diberikan tentunya berpengaruh terhadap citra pemerintah dimana humas itu berada.³ Keberhasilan Humas dalam menyampaikan pesan secara transparan, akurat, dan tepat waktu dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Permintaan ini mengikuti meningkatnya kesadaran publik akan hak untuk mendapatkan informasi dan pesatnya perkembangan media sosial sebagai sarana komunikasi yang cepat dan dinamis. Sebaliknya, kegagalan dalam mengelola komunikasi publik dapat menimbulkan kesalahpahaman, menurunnya kredibilitas lembaga, bahkan memicu krisis citra di mata publik.

Dalam hal ini, keberadaan Humas menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun citra positif lembaga, mengelola isu, dan menciptakan hubungan harmonis antara pemerintah dan masyarakat.⁴ Oleh karena itu, peran Humas strategis tidak hanya sebagai komunikator, tetapi juga sebagai penjaga reputasi dan pengelola opini publik terhadap kebijakan dan program pemerintah.

Namun, praktik komunikasi publik Humas Kanwil Kemenag Jawa Timur masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang menyebabkan beban kerja ganda (*multitasking*) pada staf Humas. Seringkali satu orang harus merangkap sebagai fotografer, jurnalis, editor, hingga pengelola media sosial, sehingga

¹ Muthia, Alma & Sultan, Moeh & Latief, Das'ad. (2024). Website Kemenag.co.id sebagai Strategi Komunikasi Publik dalam Menyebarluaskan Program Moderasi Beragama. *Jurnal Penelitian Inovatif*. 4. 354-360. 10.54082/jupin.302.

² “Ruang Lingkup, Tugas, Dan Fungsi Kementerian Agama,” accessed May 27, 2025, <https://kemenag.go.id/artikel/ruang-lingkup-tugas-dan-fungsi-kementerian-agama>.

³ Rosmala Rosmala, “Strategi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Rokan Hulu Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat,” *Ensiklopedia of Journal* 1, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.33559/eoj.v1i1.53>.

⁴ Kemenag, “Tiga Tantangan Humas Kemenag Saat Ini,” <https://kemenag.go.id>, accessed May 17, 2025, <https://kemenag.go.id/nasional/tiga-tantangan-humas-kemenag-saat-ini-30msbr>.



efektivitas komunikasi publik menjadi kurang optimal. Keterbatasan pelatihan dan minimnya anggaran untuk pengembangan konten kreatif turut memperparah situasi, sehingga respons terhadap isu-isu aktual dan kebutuhan publik menjadi kurang maksimal.

Secara ideal, teori komunikasi publik menekankan pentingnya model komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication*), seperti yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt. Namun, teori ini tidak secara memadai menjelaskan bagaimana interaksi kolaboratif antara pihak internal pemerintah memengaruhi efektivitas komunikasi eksternal. Konsep komunikasi kolaboratif Hargreaves & O'Connor menjadi relevan dalam situasi ini. Metode ini menekankan pentingnya kolaborasi antara unit organisasi untuk mengembangkan pesan yang konsisten, inklusif, dan mewakili suara kolektif institusi.⁵

Dalam model ini, Humas berperan aktif membangun dialog, mendengarkan, serta merespons kebutuhan dan aspirasi publik secara setara.⁶ Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa idealisme tersebut belum sepenuhnya tercapai di Kanwil Kemenag Jawa Timur. Beban kerja yang berat dan keterbatasan kapasitas SDM membuat komunikasi publik yang terbangun masih cenderung satu arah dan kurang inovatif. Sementara itu, ekspektasi masyarakat terhadap pelayanan informasi yang cepat dan transparan terus meningkat, terutama dalam isu-isu keagamaan yang sensitif dan dinamis.

Penelitian tentang peran hubungan masyarakat pemerintah dalam komunikasi publik telah banyak dilakukan di Indonesia, meskipun sebagian besar masih berfokus pada fungsi penyampaian informasi dan pembentukan citra lembaga. Misalnya, Rosmala (2018) menemukan bahwa pendekatan hubungan masyarakat Sekretariat Daerah Rokan Hulu masih bersifat sepihak dan tidak memaksimalkan partisipasi publik. Penelitian Purnomo (2020) juga menunjukkan bahwa model komunikasi dua arah simetris yang diciptakan oleh Grunig belum diterapkan secara efektif dalam konteks pemerintahan kota, terutama karena proses birokrasi yang ketat dan kurangnya dukungan institusional.

Di sisi lain, Kudadiri (2023) meneliti strategi hubungan masyarakat Kementerian Agama di Kabupaten Dairi dan menemukan bahwa kekurangan sumber daya manusia menyebabkan para profesional hubungan masyarakat harus melakukan banyak tugas sekaligus, yang mengakibatkan kualitas komunikasi publik yang kurang baik. Analisis menunjukkan bahwa masalah utama bukan hanya taktik komunikasi, tetapi juga kurangnya kapasitas sumber daya manusia dan beban kerja yang berat.

⁵ Andy Hargreaves dan Michael T. O'Connor, *Collaborative Professionalism: When Teaching Together Means Learning for All* (Corwin Press, 2018).

⁶ Sigit Purnomo, "Pemanfaatan Model Komunikasi J. Grunig untuk Meningkatkan Implementasi Keterbukaan Informasi Publik di Pemerintah Kabupaten Magelang," n.d.

Namun, sejumlah studi terbaru menyoroti keunggulan digitalisasi dalam hubungan masyarakat. Muthia, Sultan, dan Latief (2024) menunjukkan bahwa penggunaan situs web *Kemenag.co.id* sebagai bentuk komunikasi publik telah berhasil memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program moderasi agama. Meskipun demikian, masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan antara keterbatasan struktural sumber daya manusia (SDM) dan strategi inovatif digital dalam konteks humas lembaga besar seperti Kementerian Agama Jawa Timur. Sebagian penelitian hanya berhenti pada deskripsi masalah (kekurangan tenaga kerja), tanpa membahas bagaimana inovasi komunikasi digital digunakan untuk mengatasi keterbatasan tersebut.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan empiris dan konseptual (*empirical–conceptual gap*) dalam literatur komunikasi publik kehumasan di sektor pemerintahan. Di sinilah letak kesenjangan penelitian yang ingin dijawab dalam studi ini. Artikel ini menyoroti perbedaan tersebut dengan menekankan pentingnya transformasi peran Humas menuju komunikasi publik yang efektif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana Humas Kanwil Kemenag Jatim membangun komunikasi publik yang efisien menggunakan metode digital adaptif di tengah keterbatasan sumber daya manusia dan beban kerja yang tinggi. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi kondisi, tetapi juga pada pemaparan praktik kreatif yang mencerminkan pergerakan komunikasi publik menuju model komunikasi digital dua arah yang simetris *two-way symmetrical digital communication* dalam kerangka *digital governance*.

Berdasarkan pengamatan selama program magang penulis, Humas Kanwil Kemenag Jawa Timur menghadapi ketidakseimbangan antara beban kerja yang tinggi dan kapasitas SDM yang terbatas. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas strategi komunikasi publik yang dijalankan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas Kanwil Kemenag Jawa Timur dalam membangun komunikasi publik yang efektif berbasis kolaborasi internal di tengah keterbatasan tersebut.

Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan gambaran nyata tentang efektivitas strategi komunikasi publik di lingkungan Kanwil Kemenag Jawa Timur, sekaligus menawarkan rekomendasi penguatan peran Humas di era digital yang dinamis dan penuh tantangan.⁷ Selain memberikan rekomendasi strategis untuk memperkuat peran Humas dalam tata kelola komunikasi publik yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan di era digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika komunikasi publik di lembaga pemerintah.

⁷ Annisa Julianti Kudadiri, “Strategi Komunikasi Humas Dalam Pengelolaan Dan Pelayanan Informasi Di Kementerian Agama Kabupaten Dairi,” *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 1, no. 4 (October 16, 2023): 01–09, <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i4.1472>.

PERAN HUMAS DALAM KERANGKA KOMUNIKASI KOLABORATIF PEMERINTAHAN DAN MENJAGA CITRA LEMBAGA

Citra lembaga merupakan persepsi publik terhadap kredibilitas, kinerja, dan kepribadian institusi. Dalam konteks Kanwil Kemenag Jawa Timur, Humas memiliki tanggung jawab besar untuk membentuk citra yang positif, inklusif, dan profesional. Citra lembaga sangat dipengaruhi oleh bagaimana Humas merespons isu, menyampaikan keberhasilan, serta menangani kritik yang muncul. Pada situasi krisis, seperti kesalahpahaman kebijakan atau isu sensitif terkait layanan publik, Humas menjadi garda terdepan dalam membangun narasi yang menenangkan. Mereka melakukan klarifikasi cepat melalui siaran pers, unggahan media sosial, hingga menyampaikan informasi kepada wartawan secara langsung.⁸

Pendekatan ini menunjukkan kemampuan Humas dalam menjalankan fungsi *issue management* dan *crisis communication*. Sebagaimana yang terjadi di Sumatera Utara, Humas di sana juga berupaya membangun citra lembaga melalui pengelolaan informasi yang cepat dan akurat. Selain menjaga citra dalam situasi darurat, Humas juga secara aktif membangun relasi dengan wartawan, tokoh agama, dan organisasi masyarakat. Jejaring ini menjadi aset penting untuk menyampaikan pesan-pesan strategis secara lebih personal dan terpercaya, terutama di kalangan komunitas keagamaan dan pedesaan yang memiliki keterbatasan akses terhadap media digital.⁹

Upaya menjaga citra lembaga ini bukan hanya tentang memperbaiki kesan saat terjadi masalah, tetapi juga memastikan bahwa publik melihat Kementerian Agama sebagai institusi yang terbuka, melayani, dan menjunjung nilai-nilai moderasi beragama. Melalui berbagai program publikasi dan kampanye, Humas berupaya memperkuat citra positif lembaga secara berkelanjutan.

Dalam konteks lembaga pemerintah modern, keberhasilan komunikasi publik tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi internal yang kolaboratif. Kerja sama lintas fungsi yang harmonis antara hubungan masyarakat dan departemen lain dalam organisasi menghasilkan komunikasi publik yang efektif. Metode ini sejalan dengan paradigma Kerangka Kerja Komunikasi Kolaboratif, yang menekankan bahwa kolaborasi antara pihak internal akan

⁸ Mengelola Citra dan Universitas Muhammadiyah, "Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran," *Kajian Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 44–55.

⁹ "Peran Bagian Humas Dalam Meningkatkan Informasi Kepada Masyarakat – Pusat Jurnal Ilmiah Universitas Medan Area – Pusat Jurnal Ilmiah Terbaik di Sumatera Utara," diakses 2 Desember 2025, <https://pji.uma.ac.id/index.php/2024/02/27/peran-bagian-humas-dalam-meningkatkan-informasi-kepada-masyarakat/>.

meningkatkan jangkauan komunikasi eksternal dan mempercepat respons institusi terhadap dinamika sosial.¹⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kanwil Kemenag Jatim menerapkan berbagai strategi komunikasi publik berbasis digital, seperti pengelolaan media sosial, penerbitan berita di situs web resmi, dan kemitraan dengan media massa. Namun, efisiensi teknik-teknik ini sangat bergantung pada sejauh mana kolaborasi lintas sektor dapat dilakukan secara sistematis. Faktor utama yang menentukan keaslian informasi yang disediakan kepada publik adalah proses kerja sama antara Humas dengan bidang pendidikan madrasah, urusan Islam, administrasi haji dan umrah.

Humas kini berperan sebagai pusat interaktif yang menggabungkan data dari berbagai sumber internal untuk menciptakan narasi publik yang meyakinkan, bukan sebagai “pesan tunggal”, berkat pendekatan komunikasi kolaboratif. Karena setiap bidang memberikan masukan berdasarkan pengalaman dan konteks programnya, kolaborasi ini juga memungkinkan penciptaan pesan yang lebih akurat. Dengan demikian, komunikasi publik menjadi hasil dari dialog horizontal antar unit, bukan sekadar produk hierarki birokrasi satu arah.¹¹

Selain itu, penerapan prinsip komunikasi dua arah yang simetris (Grunig & Hunt, 1984) terlihat dalam upaya Humas untuk mengembangkan forum diskusi dengan masyarakat melalui sarana digital. Idealisme kebijakan terbuka dan partisipasi publik tercermin dalam dialog dua arah ini. Namun, untuk mencapai komunikasi dua arah yang optimal, diperlukan komunikasi kolaboratif internal yang kuat sehingga setiap kebijakan yang disampaikan kepada publik telah melalui proses konsultasi lintas disiplin.¹²

Selain keuntungan praktis, strategi kolaboratif memiliki implikasi strategis dalam membentuk citra lembaga. Kolaborasi internal meningkatkan kesan publik terhadap profesionalisme dan kredibilitas institusi dengan memastikan keselarasan pesan antar departemen. Hal ini sejalan dengan temuan Zannah dkk. (2025) bahwa keselarasan komunikasi antar unit di Kementerian Agama meningkatkan reputasi institusi di mata publik. Dalam situasi ini, kolaborasi berfungsi sebagai mekanisme koordinasi dan investasi sosial internal yang membangun kepercayaan publik.

¹⁰ Siti Hajar dan Yuliana Putri Syaesti, “Efektivitas Strategi Komunikasi dalam Memengaruhi Opini Publik,” *JURNAL STUDI INTERDISIPLINER PERSPEKTIF JPIAN: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jayabaya* 24, no. November (2024).

¹¹ Prita Rara Ulumiyah dan Rindri Andewi Gati, “Humas Pemerintahan dalam Pelayanan Informasi Publik pada Portal Website PPID Kementerian,” *Jurnal Pembangunan dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2024): 41–58.

¹² Herlina Novi Bimantara Putri dan Gilang Gusti Aji, “Model Kehumasan Dua Arah untuk Membangun Kepercayaan Publik (Studi Kasus Pemerintah Kabupaten Nganjuk),” *Commercium* 04, no. 1 (2021): 132–42.

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK HUMAS KANWIL KEMENAG JATIM

Strategi komunikasi publik merupakan elemen fundamental dalam upaya membangun hubungan antara institusi pemerintah dan masyarakat. Humas Kanwil Kemenag Jawa Timur menjalankan berbagai strategi untuk menjangkau publik, meningkatkan partisipasi, serta membentuk pemahaman yang benar terkait kebijakan dan program keagamaan. Strategi yang digunakan mencakup pendekatan digital dan konvensional.¹³

Secara digital, Humas aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, serta YouTube untuk menyebarkan informasi berbasis visual dan narasi yang menarik. Konten yang dibuat meliputi peliputan kegiatan resmi, kutipan kebijakan keagamaan, serta klarifikasi isu-isu yang beredar di masyarakat. Selain itu, website resmi Kanwil Kemenag Jatim berfungsi sebagai pusat data dan informasi yang lebih formal dan terstruktur.¹⁴

Digitalisasi membuka peluang baru bagi kemitraan humas. Kanwil Kemenag Jatim telah memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, namun belum sepenuhnya memanfaatkan potensi kolaborasi di dalam domain digitalnya sendiri. Komunikasi kolaboratif dapat diimplementasikan dengan lebih cepat dan efektif melalui integrasi *platform* digital seperti forum online internal, sistem manajemen informasi berbasis cloud, dan grup koordinasi lintas bidang.¹⁵

Inovasi ini memiliki kemampuan untuk mengubah paradigma komunikasi publik dari sekadar “publikasi kegiatan” menjadi “ko-produksi informasi publik.” Hal ini berarti setiap bidang terlibat dalam mengembangkan narasi tentang agama, pendidikan, dan kebijakan yang mencerminkan semangat partisipasi institusi. Strategi ini sejalan dengan konsep tata kelola kolaboratif digital (Lee & Kwak, 2022), yang menempatkan transparansi dan interaksi multi-pihak sebagai landasan tata kelola komunikasi pemerintah modern.

Kanwil Kemenag Jatim telah menunjukkan pergeseran teoretis dalam praktik komunikasi menuju paradigma komunikasi dua arah kolaboratif yang simetris. Dalam paradigma ini, pertukaran informasi bersifat partisipatif, egaliter, dan berfokus pada penciptaan bersama makna publik. Paradigma ini menggabungkan konsep komunikasi dua arah (Grunig & Hunt) dengan mekanisme kolaboratif (Hargreaves & O'Connor).

Namun, tantangan utama dalam implementasi strategi komunikasi publik di Kanwil Kemenag Jawa Timur adalah keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM). Banyak pranata humas belum mendapatkan pelatihan yang memadai

¹³ Hajar dan Syaesti, “Efektivitas Strategi Komunikasi dalam Memengaruhi Opini Publik.”

¹⁴ Dina Mizanie dan Irwansyah, “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Kehumasan Digital di Era Revolusi Industri 4.0,” *Komunikasi* 13, no. 2 (2019): 149–64.

¹⁵ “Peran Humas di Era Digital: Strategi, Tantangan, dan Peluang Baru,” *Iprahumas*, diakses 2 Desember 2025, <https://iprahumas.id/postingan/berita/peran-humas-di-era-digital-strategi-tantangan-dan-peluang-baru>.

dalam keterampilan komunikasi modern, seperti penulisan berita, pengelolaan media sosial, dan desain grafis. Kondisi serupa juga ditemukan di Kantor Wilayah Kemenag Sumatera Utara, di mana keterbatasan SDM menjadi penghambat utama efektivitas komunikasi publik. Selain itu, jumlah staf humas yang terbatas membuat beban kerja menjadi tidak seimbang, sehingga mengurangi efisiensi dan efektivitas dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Sebagai solusi, Kementerian Agama RI telah menyelenggarakan pembinaan SDM kehumasan yang mencakup pelatihan dalam penulisan berita, fotografi jurnalistik, pembuatan video, dan pengelolaan media sosial. Program pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi SDM agar dapat mengelola informasi secara lebih profesional dan efektif, sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian terkait pengolahan informasi oleh Humas Kanwil Kemenag Provinsi Sumatera Utara.

Upaya lain adalah penguatan kolaborasi dengan media, influencer, dan *content creator* guna memperluas jangkauan informasi ke publik, termasuk generasi muda. Di Kabupaten Dairi, sinergi antara Humas dan media massa lokal telah terbukti meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi program-program keagamaan. Namun, hal ini tetap membutuhkan penguatan kapasitas SDM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Humas juga mengadakan koordinasi berkala dengan media massa lokal dan nasional, baik dalam bentuk press release maupun briefing langsung. Hal ini mencerminkan praktik komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberi masukan dan menyampaikan pertanyaan secara langsung melalui kanal digital atau dalam forum terbuka. Penerapan komunikasi dua arah ini mendukung model *two-way symmetrical communication* dalam teori Grunig dan Hunt, dimana lembaga menjalin hubungan sejajar dengan publik melalui interaksi timbal balik.

TANTANGAN DALAM PELAKSANAAN FUNGSI KEAMANAN

Humas Kanwil Kementerian Agama Jawa Timur menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan fungsi komunikasi publik yang efektif. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Tim Humas yang terdiri dari personel terbatas harus mengelola berbagai tugas sekaligus, seperti menjadi fotografer, editor video, penulis berita, hingga pengelola media sosial. Kondisi ini menyebabkan beban kerja ganda yang dapat berdampak pada keterlambatan publikasi atau kualitas konten yang kurang optimal. Sekretaris Jenderal Kemenag, Nur Syam, menekankan pentingnya memperkuat SDM Humas agar mampu merespons situasi yang berubah cepat, dengan melakukan pembaruan informasi, keahlian, keterampilan, kebersamaan, dan kemampuan di bidang teknologi informasi

Selain itu, koordinasi antarbagian di internal Kemenag Jawa Timur belum sepenuhnya optimal. Komunikasi dan distribusi informasi internal yang tidak sinkron dapat menghambat respon cepat terhadap isu yang berkembang. Hal ini memperlambat proses klarifikasi publik dan menyebabkan kesenjangan informasi antara pusat dan publik. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan sinergi dan koordinasi yang baik antarunit kerja, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk mempercepat aliran informasi.

Di sisi eksternal, tantangan lain adalah kecepatan arus informasi di media sosial yang menuntut Humas untuk bergerak cepat, akurat, dan hati-hati dalam menyampaikan respons. Kesalahan informasi sekecil apa pun dapat menyebar luas dan menciptakan sentimen negatif terhadap lembaga. Oleh karena itu, Humas dituntut untuk kreatif dalam mengemas informasi agar dapat menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang lebih menyukai konten berbasis audio visual.¹⁶

Selain itu, minimnya anggaran untuk pengembangan konten kreatif dan program edukatif juga menjadi hambatan dalam membangun komunikasi yang lebih menarik dan berkelanjutan. Dukungan anggaran yang memadai sangat diperlukan agar Humas dapat menjalankan fungsi komunikasi publik secara optimal, terutama dalam pengembangan konten visual, video, dan kampanye digital.

Menghadapi tantangan ini, diperlukan penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan jurnalistik digital, manajemen krisis, dan desain komunikasi visual. Selain itu, dukungan struktural dari pimpinan lembaga sangat penting agar fungsi Humas tidak hanya dipandang sebagai pelengkap, tetapi sebagai bagian strategis dalam pelayanan publik. Menteri Agama, Yaqut Cholil Qoumas, menekankan bahwa seluruh ASN Kemenag harus mampu menjadi Humas yang dapat mengkomunikasikan kebijakan dan program serta menjalin hubungan baik dengan stakeholders.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Humas Kanwil Jawa Timur Kementerian Agama memainkan peran penting dalam membangun komunikasi publik yang efektif dan adaptif di tengah perkembangan teknologi digital. Humas tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran satu arah untuk penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai penghubung dan fasilitator komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Posisi ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan publik, memastikan transparansi kebijakan agama, dan meningkatkan citra positif institusi di mata masyarakat.

¹⁶ Mia Nurmiarani dkk., "Masa Depan Media Massa di Era Digital: Peluang , Risiko, dan Strategi," *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana* 30, no. 2 (2024): 141-51.

Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan beban kerja ganda, Humas Kantor Wilayah Jawa Timur Kementerian Agama telah menunjukkan upaya inovatif dengan memanfaatkan media sosial, situs web resmi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak seperti media massa dan pembuat konten. Strategi digital ini menargetkan berbagai sektor masyarakat dan memungkinkan penyebaran informasi secara lebih cepat dan interaktif. Penerapan prinsip komunikasi dua arah yang partisipatif juga menandakan pergeseran menuju model komunikasi publik yang lebih terbuka dan inklusif.

Strategi komunikasi publik di Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur perlu difokuskan pada peningkatan tata kelola kolaboratif digital, dengan penekanan pada pembentukan forum komunikasi internal berbasis digital yang lintas fungsi; peningkatan konsistensi pesan publik melalui kolaborasi konten antar unit; pengembangan kapasitas sumber daya manusia hubungan masyarakat melalui pelatihan kolaboratif; dan optimalisasi saluran komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Dengan langkah-langkah ini, Humas Kanwil Kemenag Jatim dapat bertransformasi menjadi pusat komunikasi publik yang kolaboratif, partisipatif, dan berkelanjutan yang sesuai dengan visi good governance dan digital citizenship di era pemerintahan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., Farobie, O., Widyanto, R., Armiyanti, J., Ersis, L., Abbas, W., Jumriani, M., Bella, E., Potensi, E., Caulerpa, E., Pi, S., Dengan, A., Limbah, C., Air, K., Hapsari, J. E., Amri, C., Suyanto, A., Hidayati, J. R., Diponegoro, U., ... Prihatini, N. S. (2020). Panduan Implementasi Moderasi Beragama Di Madrasah. *Https://Medium.Com/*, 4(3), 248–253.
- Citra, M., & Muhammadiyah, U. (2020). Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran. *Kajian Ilmu Sosial*, 1(1), 44–55.
- Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). Efektivitas Strategi Komunikasi dalam Memengaruhi Opini Publik. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif Jpian: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jayabay*, 24(November).
- Hargreaves, A., & O'Connor, M. T. (2018). *Collaborative Professionalism: When Teaching Together Means Learning for All*. Corwin Press.
- Kemenag. (2025). *Menag: Seluruh ASN Kemenag Harus Mampu Jadi Humas*. <https://kemenag.go.id>. Diambil 17 Mei 2025, dari <https://kemenag.go.id/nasional/menag-seluruh-asn-kemenag-harus-mampu-jadi-humas-nmocs7>
- Kemenag. (2025). *Tiga Tantangan Humas Kemenag Saat Ini*. <https://kemenag.go.id>. Diambil 17 Mei 2025, dari <https://kemenag.go.id/nasional/tiga-tantangan-humas-kemenag-saat-ini-30msbr>

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). Diambil 17 Mei 2025, dari <https://prepair.kemenag.go.id/>
- Kudadiri, A. J. (2023). Strategi Komunikasi Humas dalam Pengelolaan Dan Pelayanan Informasi di Kementerian Agama Kabupaten Dairi. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(4), 01-09. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i4.1472>
- Muthia, A., Sultan, Moeh. I., & Latief, D. (2024). Website Kemenag.co.id sebagai Strategi Komunikasi Publik dalam Menyebarkan Program Moderasi Beragama. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 354-360. <https://doi.org/10.54082/jupin.302>
- Mizanie, D., & Irwansyah. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Kehumasan Digital di Era Revolusi Industri 4.0. *Komunikasi*, 13(2), 149-164.
- Nurmiarani, M., Firmansyah, D., & Hariyati, F. (2024). Masa Depan Media Massa di Era Digital: Peluang , Risiko, dan Strategi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 30(2), 141-151.
- Peran Bagian Humas Dalam Meningkatkan Informasi Kepada Masyarakat – Pusat Jurnal Ilmiah Universitas Medan Area – Pusat Jurnal Ilmiah Terbaik di Sumatera Utara.* (t.t.). Diambil 2 Desember 2025, dari <https://pji.uma.ac.id/index.php/2024/02/27/peran-bagian-humas-dalam-meningkatkan-informasi-kepada-masyarakat/>
- Peran Humas di Era Digital: Strategi, Tantangan, dan Peluang Baru.* (t.t.). IPRAHUMAS. Diambil 2 Desember 2025, dari <https://iprahumas.id/postingan/berita/peran-humas-di-era-digital-strategi-tantangan-dan-peluang-baru>
- Purnomo, S. (2020). Pemanfaatan Model Komunikasi J. Grunig untuk Meningkatkan Implementasi Keterbukaan Informasi Publik di Pemerintah Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 4(1), 49-61.
- Putri, H. N. B., & Aji, G. G. (2021). Model Kehumasan Dua Arah untuk Membangun Kepercayaan Publik (Studi Kasus Pemerintah Kabupaten Nganjuk). *Commercium*, 04(1), 132-142.
- Rosmala, R. (2018). Strategi Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Rokan Hulu dalam Memberikan Informasi kepada Masyarakat. *Ensiklopedia of Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.33559/eoj.v1i1.53>
- Sevenlight. (2025). Humas sigap menyampaikan informasi kepada publik. bdkpalembang.kemenag.go.id. Diambil 17 Mei 2025, dari <http://bdkpalembang.kemenag.go.id/artikel/humas-sigap-menyampaikan-informasi-kepada-publik>
- Zannah, N., Triwulan, D., Surbakti, M., & Sazali, H. (2025). Keberadaan, Peran, Dan Tujuan Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Sumatera Utara Dalam Mendukung Komunikasi Dan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 2(3), 841-845.



2nd AICLeMA

“Menyemai Kurikulum Berbasis Cinta dalam Ekosistem Pembelajaran Mendalam”

Ulumiyah, P. R., & Gati, R. A. (2024). Humas Pemerintahan dalam Pelayanan Informasi Publik pada Portal Website PPID Kementerian. *Jurnal Pembangunan dan Administrasi Publik*, 6(1), 41–58.

