

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Di era digital sekarang, kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek masyarakat, termasuk pendekatan pemerintah dalam hal komunikasi publik. Komunikasi publik memainkan peran penting sebagai pendorong utama dalam memastikan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik yang optimal.

Munculnya perubahan tersebut terasa semakin nyata dengan munculnya perkembangan teknologi yang menjadikan praktik komunikasi publik berlangsung secara lebih cepat, luas, dan efisien. Menurut Sugiarto (2024), perubahan-perubahan ini juga telah mengubah pola komunikasi pemerintah dengan masyarakat, yang sebelumnya berlangsung secara satu arah melalui media konvensional yaitu surat kabar, radio, dan televisi, menjadi model yang lebih interaktif dan responsif dengan pemanfaatan media baru (*new media*), seperti media sosial, situs web resmi, dan berbagai aplikasi layanan publik.

Di antara berbagai kanal digital yang tersedia, media sosial menempati posisi strategis sebagai sarana komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat. Instansi pemerintahan sekarang tidak lagi menggunakan media sosial semata sebagai media publikasi dua arah, melainkan telah memanfaatkannya sebagai bagian dari tata kelola komunikasi publik yang bersifat transparan, responsif, dan partisipatif (Maulvi dkk., 2023).

Dalam bukunya yang berjudul "*Social Media for Government*", Khan (2017) mengatakan bahwaasannya media sosial merupakan platform dengan basis internet yang mudah diakses dan memungkinkan penggunaanya guna menciptakan serta membangikan beragam konten seperti informasi, pendapat, serta minat dalam beragam konteks, baik yang bersifat informatif, edukatif, maupun kritis. Karakteristik ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif bagi pemerintah guna menyebarkan pesan publik serta memperkuat hubungan mereka dengan masyarakat.

Di Indonesia, jumlah pengguna internet terus meningkat dengan pesat. Menurut data dari We Are Social (2025) yang dirilis pada Februari 2025, penggunaan internet terus tumbuh secara signifikan. Laporan tersebut, yang mengacu pada data dari lembaga riset *kepios*, menyatakan bahwa per Januari 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta orang, atau 74,6% dari total populasi sekitar 285 juta jiwa. Selain itu, penggunaan internet di Indonesia tercatat menggunakan waktu rata-rata sekitar 7 jam 22 menit per hari untuk terhubung ke internet melalui beragam perangkat (Putranto, 2025). Fakta ini menggambarkan bahwa aktivitas digital telah sepenuhnya terintegrasi ke dalam kehidupan masyarakat, sehingga membuka peluang yang signifikan bagi pemerintah untuk memaksimalkan komunikasi publik melalui platform digital, termasuk media sosial.

Djaffar (2022) mengemukakan, perkembangan teknologi digital yang pesat mendorong pemerintah untuk beradaptasi dalam pola komunikasi publiknya. Sejak diterbitkannya Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik, berbagai instansi pemerintah sudah menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama mereka untuk menyebarkan informasi dan mempererat hubungan dengan masyarakat. Penggunaan media sosial oleh pemerintah berfungsi sebagai sarana paling efektif dalam penyebaran informasi secara luas, sekaligus menjadi media promosi berbagai program, kegiatan, dan capaian kinerja lembaga. Melalui pengelolaan media sosial yang optimal, pemerintah dapat membentuk opini publik yang konstruktif serta memperkuat citra positif di mata masyarakat (Damayanti dkk., 2023).

Menurut Ma'ruf & Zahara (2025), keberadaan media sosial saat ini memungkinkan terwujudnya tiga pilar demokratisasi komunikasi publik, yaitu transparansi, partisipasi publik, dan responsivitas pemerintah. Pemanfaatan media sosial bukan sekadar perluasan kanal komunikasi, melainkan perubahan mendasar dalam cara negara berinteraksi dengan masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi publik melalui media sosial tidak dapat dilakukan dengan pendekatan formalistik layaknya surat edaran, dibutuhkan adaptasi format, gaya bahasa, serta ritme penyampaian pesan agar komunikasi menjadi lebih mudah dipahami, dirasakan, dan dibagikan oleh masyarakat. Ma'ruf & Zahara (2025) juga

menjelaskan bahwa terdapat empat karakter utama yang perlu diperhatikan dalam perancangan strategi komunikasi pemerintah di media sosial, yaitu: (1) Terbuka, (2) *Real-time*, (3) Partisipatif, (4) Visual dan Emosional.

Berdasarkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh Hikmat (2018), Muqoffa dkk. (2022), dan Dwiyanti dkk. (2023) sebagian besar lembaga pemerintah pusat maupun daerah telah memiliki serta memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi, membangun citra positif, dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Di antara beragam media sosial, Instagram menempati posisi teratas sebagai kanal yang paling banyak digunakan oleh pemerintah dalam menjalankan fungsi komunikasinya Nugraha dkk. (2024). Menurut Sanapang dkk. (2025), Instagram mengusung pendekatan berbasis visual dan menyediakan berbagai fitur interaktif yang memiliki sejumlah keunggulan, antara lain fokus pada konten visual, tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi, serta karakteristik audiens yang beragam. Hal tersebut menjadikan pemerintah dapat menyampaikan berbagai informasi terkait kebijakan, program, dan kegiatan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh publik.

Salah satu lembaga pemerintah yang secara konsisten mengoptimalkan media sosial untuk menjalankan fungsi komunikasinya adalah Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. Kemendikdasmen bertugas mengelola urusan pemerintah yang berkaitan dengan pendidikan dasar dan menengah (Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI, 2025). Melihat peran strategis media sosial dalam mendukung komunikasi publik pemerintah, Kemendikdasmen RI menjadi salah satu lembaga yang aktif memanfaatkannya untuk menjangkau masyarakat luas. Melalui berbagai kanal digital, Kemendikdasmen RI berupaya menggunakan media sosial sebagai jembatan komunikasi dengan publik, termasuk satuan pendidikan, tenaga pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya (Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI & Destya, 2025).

Sejalan dengan perkembangan teknologi digital saat ini, Kemendikdasmen RI memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menyampaikan kebijakan, program, kegiatan, dan capaian kinerja, dengan tujuan untuk membangun kedekatan serta meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam

dunia pendidikan, seperti yang dijelaskan oleh Badruddin dkk. (2024), bahwasanya pemerintah dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat, memberikan informasi terkini mengenai kebijakan, program, dan layanan yang disediakan, serta sarana untuk menerima masukan, keluhan, dan saran dari masyarakat. Sehingga pemerintah dapat lebih responsif dalam menanggapi kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Melalui media sosialnya, Kemendikdasmen RI membangun pola komunikasi yang lebih partisipatif dan berlandaskan pada pendekatan humanis, sejalan dengan karakteristik masyarakat digital masa saat ini, terutama kalangan pelajar, tenaga pendidik, dan orang tua. Karakteristik masyarakat di era digital saat ini dapat dipahami melalui beberapa aspek utama seperti yang dijelaskan oleh Andung (2024), antara lain: ketergantungan pada teknologi, interaktivitas yang tinggi, akses informasi yang cepat dan luas tanpa adanya batasan geografis, Identitas *daring* (Anonim dan tidak tampak), perubahan dalam pola interaksi sosial, keterbukaan dan aksesibilitas, dan keterhubungan global. Dengan karakteristik tersebut, masyarakat di era digital saat ini menuntut pola komunikasi publik yang adaptif, partisipatif, dan interaktif, menjadikan media sosial seperti Instagram sebagai sarana strategis bagi Kemendikdasmen RI untuk membangun kedekatan serta memperkuat komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Penggunaan Instagram memungkinkan penyebaran informasi secara lebih menarik dan efektif. Menurut Damayanti dkk. (2023), Instagram dianggap lebih unggul karena menawarkan fitur dan konten visual yang lebih menarik dan beragam dibandingkan platform lain. Kemendikdasmen RI memanfaatkan Instagram untuk menyebarluaskan informasi melalui berbagai bentuk konten visual. Pendekatan komunikasi publik yang diimplementasikan mendorong terbentuknya ruang interaksi dan dialog dua arah melalui fitur-fitur interaktif serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Dengan itu, pemanfaatan media sosial oleh Kemendikdasmen RI menjadi strategi penting dalam mewujudkan sistem komunikasi publik yang transparan, inklusif, serta berorientasi pada peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan sektor pendidikan.

Menurut laporan dari We Are Social (2025), platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di kalangan masyarakat Indonesia adalah WhatsApp dengan tingkat penggunaan mencapai 91,7%, disusul oleh Instagram dengan 84,6%, dan Facebook sebesar 83,0%. Sementara itu, tingkat penetrasi pengguna TikTok dan Telegram masing-masing mencapai 77,4% dan 61,6%. Meskipun menempati peringkat kedua dalam hal jumlah pengguna di Indonesia, Instagram masih termasuk salah satu platform media sosial dengan tingkat popularitas tinggi di kalangan masyarakat. Menurut Abidin & Soegiarto (2021), hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, memuat informasi yang beragam, serta efektivitasnya sebagai media publikasi. Selain itu, Instagram juga menawarkan beragam konten menarik dan kreatif dalam bentuk foto maupun video, mencakup berbagai tema seperti berita viral, edukasi, hiburan, hingga informasi inspiratif lainnya yang sesuai dengan minat pengguna (Damayanti dkk., 2023).

Salah satu bentuk nyata dari upaya Kemendikdasmen RI dalam memaksimalkan peran media sosial sebagai sarana komunikasi publik terlihat melalui pelaksanaan sosialisasi program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat. Berdasarkan Siaran Pers No. 657/sipers/A6/XII/2024 dari Kemendikdasmen (Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI, 2024a), Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat secara resmi diluncurkan pada tanggal 27 Desember 2024, di Jakarta, sebagai upaya strategis untuk mengembangkan sumber daya manusia berkualitas dengan karakter yang kuat. Inisiatif ini adalah salah satu bentuk dari Asta Cita ke-4 dalam visi pemerintahan Presiden Prabowo Subianto serta Wapres Gibran Rakabuming, yang menekankan peningkatan kualitas anak sejak usia dini. Gerakan tersebut bertujuan membentuk kebiasaan-kebiasaan baik pada anak Indonesia sehingga mereka dapat berkembang menjadi generasi yang sehat, cerdas, dan memiliki karakter unggul guna menghadapi dinamika era global.

Gerakan ini menitikberatkan pada pengimplementasian tujuh kebiasaan utama yang sangat penting dalam membentuk karakter anak, mulai dari Bangun Pagi, Beribadah, Makan Sehat dan Bergizi, Gemar Belajar, Bermasyarakat, dan Tidur Cepat. Dengan mengadopsi kebiasaan sederhana tersebut, Kemendikdasmen memiliki tujuan menanamkan gaya hidup disiplin, sehat, dan

produktif pada anak-anak sejak usia dini. Dalam pelaksanaannya, Kemendikdasmen menekankan peran penting kolaborasi lintas sektor yang melibatkan keluarga, sekolah, masyarakat, dan media untuk memastikan keberhasilan gerakan tersebut.

Selain itu, Kemendikdasmen meluncurkan “Senam Anak Indonesia Hebat” dan “Album Lagu Tujuh Kebiasaan Anak Indonesia Hebat” sebagai sarana pendukung yang bersifat edukatif sekaligus menghibur. Senam tersebut dibuat sebagai upaya meningkatkan kebugaran jasmani anak-anak, sementara lagu-lagu yang diciptakan berfungsi sebagai media kreatif untuk menyampaikan pesan moral dengan cara yang lebih menarik. Gerakan ini diharapkan akan melahirkan generasi muda yang tidak hanya unggul dalam intelektual, melainkan mempunyai jiwa sosial serta kepedulian terhadap lingkungan. Dengan melibatkan beragam pihak berkepentingan yaitu tokoh agama, lembaga pendidikan, serta masyarakat luas, Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat diharapkan sebagai landasan dalam membentuk generasi emas Indonesia pada tahun 2045 (Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI, 2024).

Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi publik memiliki peran penting supaya pesan yang disampaikan bisa dipahami, diterima, dan diimplementasikan oleh masyarakat luas. Septiyani dkk. (2024) mengutip pandangan Prof. Widodo Muktiyo yang menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi publik pemerintah tidak hanya ditentukan dari jenis pesan yang disampaikan, namun juga ditentukan dari keutuhan pesan dan pemilihan media yang digunakan. Perkembangan komunikasi di era digital saat ini menghadirkan tantangan baru bagi pemerintah dalam mengkomunikasikan kebijakan secara efektif kepada publik.

Perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi informasi, terutama di kalangan guru, siswa, dan orang tua, telah mendorong Kemendikdasmen untuk menerapkan pendekatan komunikasi yang lebih interaktif, fleksibel, dan mudah diakses. Media sosial berperan sebagai jawaban atas adanya perubahan pola komunikasi tersebut. Melalui platform seperti Instagram, pesan edukatif serta nilai-nilai yang terkandung pada Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat dapat disajikan secara lebih menarik dengan memanfaatkan elemen visual

dan narasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran pesan, tetapi juga meningkatkan keterlibatan publik melalui fitur interaktif seperti *like*, *comment*, dan juga *share* yang memungkinkan audiens bisa meningkatkan keterlibatan untuk berpartisipasi aktif secara langsung.

Pengoptimalisasian media sosial memungkinkan sosialisasi berlangsung secara dua arah, di mana pemerintah tidak lagi menjadi satu-satunya penyedia informasi, melainkan juga membuka ruang dialog untuk menerima masukan, umpan balik, serta berbagi kisah inspiratif dari implementasi program di lapangan. Dengan demikian, media sosial berperan tidak hanya digunakan untuk alat penyebaran informasi, melainkan untuk wadah kolaboratif yang memperkuat ikatan emosional antara pemerintah dengan masyarakat. Oleh sebab itu, strategi komunikasi berbasis media sosial menjadi elemen penting dalam memastikan pesan program pendidikan seperti Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat tersampaikan secara efektif, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mewujudkan generasi Indonesia yang berkarakter, unggul, dan berdaya saing tinggi.

Peran media sosial yang signifikan dalam mendorong partisipasi publik menjadikan strategi pengelolaannya penting untuk dikaji lebih mendalam. Salah satu *platform* yang paling aktif dimanfaatkan oleh Kemendikdasmen RI dalam mensosialisasikan program-programnya adalah Instagram. Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat, sebagai salah satu inisiatif pemerintah di sektor pendidikan, memanfaatkan Instagram sebagai saluran utama untuk sosialisasi kepada masyarakat. Berbagai konten terkait gerakan tersebut dipublikasikan secara rutin untuk memperkuat penyebaran pesan yang edukatif. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana pemanfaatan Instagram dalam mendukung sosialisasi program ini telah berjalan secara optimal. Instagram sendiri menjadi sarana strategis bagi Kemendikdasmen RI dalam mensosialisasikan berbagai program pendidikan, salah satunya Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat, yang memiliki cakupan luas serta pendekatan visual yang menarik.

Meski *platform* TikTok dikenal memiliki jangkauan distribusi konten yang luas kepada audiens, Instagram tetap dipilih oleh Kemendikdasmen RI sebagai salah satu kanal utama dalam mensosialisasikan Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat, yang ditandai adanya karakteristik komunikasi yang lebih terstruktur, visual, dan juga interaktif. Instagram juga memungkinkan penyampaian informasi dengan berbagai format konten seperti *feeds*, *reels*, *story*, hingga *collaboration post* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi publik pemerintah. Kemudian, penggunaan Instagram juga dinilai lebih relevan dalam membangun kedekatan dengan target audiens seperti pelajar, tenaga pendidik, dan orang tua yang menjadi sasaran utama dalam program tersebut. Maka dari itu, optimalisasi melalui Instagram menjadi penting agar proses penyampaian pesan dan peningkatan *awareness* masyarakat terhadap Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat dapat berjalan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Sejak peluncuran awal Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat, Instagram telah ditetapkan menjadi saluran utama guna menyebarkan informasi, edukasi, serta nilai-nilai yang terdapat di dalamnya lewat akun @kemendikdasmen. Sosialisasi program ini berfokus pada peningkatan *awareness* terhadap masyarakat luas. Konten-konten yang disajikan pun beragam, mulai dari informasi terkait panduan program, edukasi penerapan program di kehidupan sehari-hari, hingga menampilkan kegiatan-kegiatan Kemendikdasmen RI saat melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah atau kegiatan yang relevan dengan implementasi program tersebut melalui fitur *feeds*, *reels*, *story*, hingga fitur kolaborasi (*collaboration post*). Hal tersebut menunjukkan bahwa Kemendikdasmen RI berupaya secara konsisten memperkuat eksposur program melalui strategi komunikasi digital yang terarah. Arah komunikasi yang dibangun melalui Instagram pun menonjolkan beberapa pilar seperti informatif, edukatif, keterlibatan (*engagement*), dan hiburan (*entertain*), sehingga konten yang disajikan terkesan lebih fleksibel, dapat tersampaikan, dan dipahami oleh target audiens.

Meskipun Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat merupakan salah satu program unggulan Kemendikdasmen dalam pembentukan

karakter anak, proses sosialisasinya melalui platform Instagram masih menghadapi tantangan dalam menjaga eksposur dan konsistensi penyampaian pesan kepada publik. Di tengah banyaknya program lain yang juga disosialisasikan oleh Kemendikdasmen melalui Instagram, konten terkait program tersebut berpotensi mengalami penurunan perhatian audiens jika tidak dikelola secara optimal. Kemudian, karakteristik media sosial yang cepat dan kompetitif juga menuntut adanya strategi komunikasi yang adaptif supaya konten terkait program tersebut tetap mampu menjangkau audiens, membangun *engagement*, serta meningkatkan *awareness* masyarakat secara berkelanjutan. Maka dari itu, optimalisasi media sosial menjadi penting dilakukan supaya pesan dan nilai yang terkandung dalam Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat bukan hanya tersampaikan kepada masyarakat, tapi juga berhasil membangun *awareness* serta keterlibatan masyarakat secara berkelanjutan.

Selanjutnya, dalam pelaksanaan sosialisasi pada akun Instagram @kemendikdasmen, terdapat dinamika dalam pengelolaan konten yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, sosialisasi Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat itu masih tetap dilakukan secara berkelanjutan meskipun program tersebut telah diluncurkan sejak akhir tahun 2024.

Di tengah munculnya berbagai program baru yang juga disosialisasikan oleh Kemendikdasmen, konten terkait program ini masih dipublikasikan, meskipun dengan intensitas yang tidak sebanyak pada awal peluncurannya. Kondisi itu menunjukkan terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi eksposur program kepada audiens di tengah banyaknya informasi dan program-program lain yang juga dipublikasikan dan disosialisasikan oleh Kemendikdasmen. Hal tersebut menunjukkan kalau program tersebut diposisikan sebagai program yang sifatnya berkelanjutan, sehingga proses sosialisasinya tidak berhenti pada satu momentum saja, melainkan terus dilakukan secara bertahap.

Kemudian, dalam penyampaian kontennya, peneliti juga mengamati bahwa publikasi program cenderung menyesuaikan dengan momentum atau isu yang sedang berkembang, sehingga konten yang diunggah itu tetap relevan

dengan kondisi audiens. Hal itu memperlihatkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat adaptif dan tidak kaku mengikuti perencanaan awal.

Peneliti menemukan adanya variasi dalam penggunaan tagar pada beberapa unggahan yang berkaitan dengan Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat. Pada beberapa konten, penggunaan tagar belum sepenuhnya konsisten dalam merepresentasikan program tersebut. Kondisi itu menunjukkan masih terdapat ruang penguatan dalam aspek pengelompokkan dan identifikasi konten melalui penggunaan tagar yang lebih terarah.

Meskipun begitu, kondisi-kondisi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga konsistensi dan intensitas publikasi konten di tengah banyak program lain yang juga turut disosialisasikan. Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana strategi optimalisasi media sosial, khususnya Instagram, dilakukan agar pesan dari Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat tetap bisa tersampaikan kepada masyarakat.

Beberapa penelitian terdahulu sudah mencoba menjelaskan bagaimana pemerintah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana guna mensosialisasikan program-program pemerintah. Penelitian oleh Novianti dkk. (2020) dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)”, menunjukkan bahwasannya media sosial menjadi wadah paling efektif untuk menyebarkan informasi mengenai program pemerintah. Tidak hanya itu, media sosial juga dimanfaatkan sebagai alat berkomunikasi, diskusi, dan kolaborasi. Sementara itu, penelitian Artha & Santoso (2025) berjudul “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik”, menemukan bahwa mengoptimalkan media sosial pemerintah tidak hanya dengan menggunakan berbagai fitur yang dimiliki oleh Instagram, tetapi juga perlu memperhatikan aspek-aspek lain seperti bentuk dan gaya penyajian konten, serta interaksi dengan audiens agar informasi publik yang disampaikan bisa lebih optimal. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwasannya media sosial memegang peranan yang strategis bagi pemerintah sebagai sarana penyebaran informasi dan sosialisasi program pemerintah. Optimalisasi media sosialnya tidak semata

bergantung pada keberadaan akun itu sendiri, melainkan juga bagaimana cara pengelolaannya.

Meskipun beberapa penelitian terdahulu sudah ada yang mengkaji tentang optimalisasi media sosial khususnya instagram oleh pemerintah secara umum, namun masih belum ada penelitian spesifik yang membahas terkait optimalisasi media sosial dalam mensosialisasikan program-program pemerintah, khususnya dalam konteks Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat yang diinisiasi oleh Kemendikdasmen. Program ini bertujuan menanamkan kebiasaan positif untuk membentuk karakter anak-anak Indonesia menjadi generasi yang sehat, cerdas, dan berkarakter unggul di masa depan, lewat tujuh kebiasaan utama, yaitu Bangun Pagi, Beribadah, Berolahraga, Makan Sehat dan Bergizi, Gemar Belajar, Bermasyarakat, serta Tidur Cepat.

Perlu adanya strategi komunikasi publik yang terarah agar dapat tersampaikan dan dipahami oleh berbagai pemangku kepentingan melalui media sosial khususnya Instagram yang memiliki jangkauan yang luas. Oleh sebab itu, penelitian ini secara khusus menganalisis strategi Kemendikdasmen RI dalam mensosialisasikan Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat melalui optimalisasi media sosial, terutama Instagram, kepada publik. Adapun penelitian ini dibatasi hanya pada konten media sosial Instagram Kemendikdasmen RI yang berkaitan dengan Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat, sedangkan konten di luar program tersebut tidak menjadi objek analisis dalam penelitian ini.

### **1.2. Rumusan Masalah**

“Bagaimana strategi optimalisasi media sosial Instagram dalam mensosialisasikan program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat oleh Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI?”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

“Untuk menganalisis strategi optimalisasi media sosial Instagram dalam mensosialisasikan program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat oleh Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI”

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Manfaat Akademis

Secara akademis, peneliti berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembacanya serta bermanfaat untuk pengembangan jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam konteks kajian komunikasi publik pemerintah di era digital saat ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya perspektif akademis terkait peran media sosial khususnya Instagram, dalam strategi komunikasi pemerintah, khususnya untuk mendukung sosialisasi program-program pemerintah.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

1. Diharapkan dapat menjadi *insight* bagi tim pengelola media sosial Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI dalam mengoptimalkan strategi komunikasi publik melalui media sosial, khususnya Instagram, untuk mensosialisasikan program-program pendidikan.
2. Diharapkan dapat menjadi acuan bagi instansi pemerintah pusat maupun daerah dalam menyusun strategi sosialisasi program pemerintah yang efektif di era digital lewat media sosial.

