



Pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

Rifana Dianti^{1*}, Elpa Hermawan², Ondy³

¹⁻³Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rifanadianti@gmail.com¹

Abstract. *This study aims to examine how the Instagram account @brin_indonesia is utilized as a medium for public communication by the National Research and Innovation Agency (BRIN). The background of this research is based on the high usage of social media in Indonesia, particularly Instagram, which offers significant opportunities for government institutions to establish more effective and efficient communication with the public. As a non-ministerial government agency, BRIN leverages Instagram as a strategic platform to disseminate information related to research, innovation, and science. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. The data analysis refers to the theory of new media by Martin Lister et al., which includes six key characteristics: digital, interactive, hypertextual, virtual, networked, and simulation/convergence. The findings indicate that BRIN's Instagram account functions not only as a one-way information channel but also as an interactive, educational, and representative digital space that supports institutional image and actively fosters public engagement in a structured manner.*

Keywords: BRIN; Instagram; New Media; Public Communication; Utilization of Social Media.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana akun Instagram @brin_indonesia dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, khususnya Instagram, yang memberikan peluang yang besar bagi lembaga pemerintah untuk menjalin komunikasi yang lebih efektif dan efisien dengan masyarakat. Sebagai lembaga pemerintah non-kementerian, BRIN memanfaatkan Instagram sebagai platform strategis untuk menyebarkan informasi terkait riset, inovasi, dan ilmu pengetahuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data merujuk pada teori media baru oleh Martin Lister dan kawan-kawan, yang mencakup enam karakteristik utama yaitu: digital, interaktif, hipertekstual, virtual, terkoneksi (networked), dan simulasi/konvergensi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram BRIN tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang digital yang interaktif, edukatif, dan representatif yang mendukung citra kelembagaan serta secara aktif mendorong keterlibatan publik secara terstruktur.

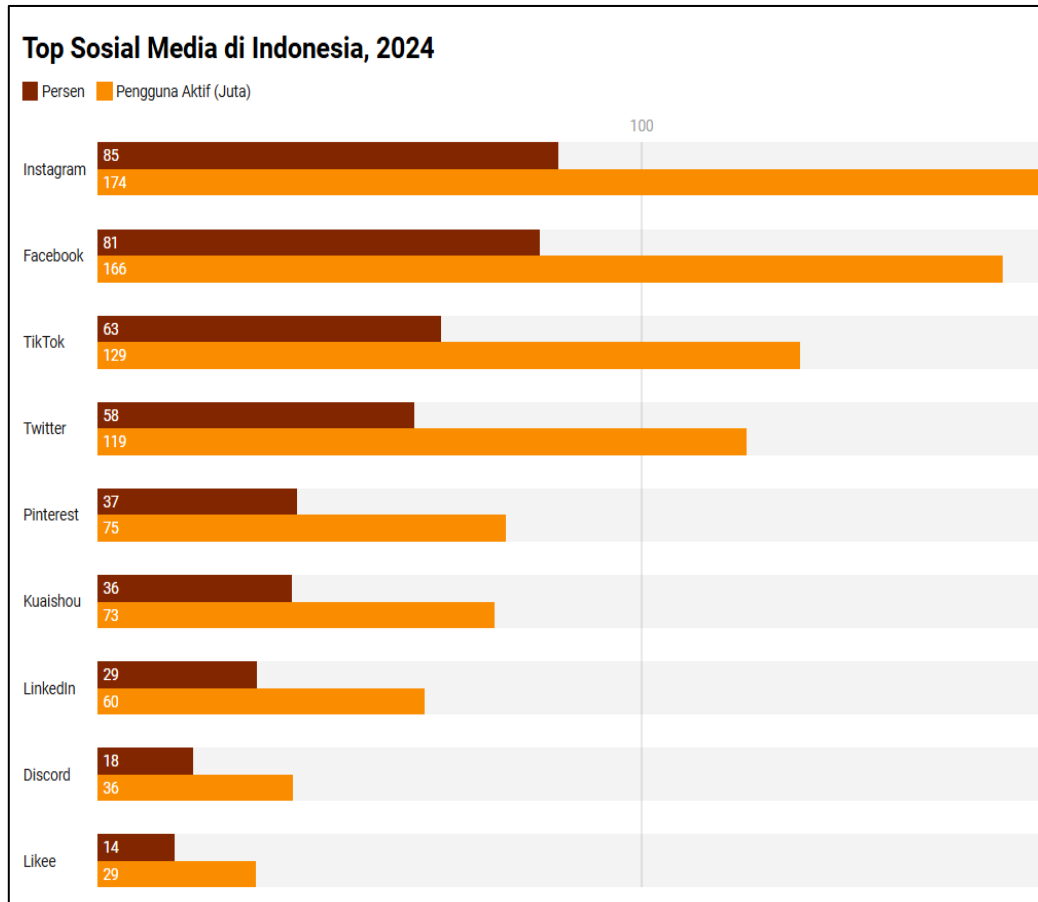
Kata kunci: BRIN; Instagram; Komunikasi Publik; Media Baru; Pemanfaatan Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Di tengah perkembangan zaman digital yang kian pesat, media sosial kini sudah menjadi bagian tak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk di Indonesia. Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk membangun interaksi antar pengguna dengan memungkinkan mereka menciptakan, membagikan, dan bertukar informasi maupun gagasan. Proses ini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, dan video yang disebarluaskan dalam jejaring serta komunitas virtual (Boer, 2021).

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya pengguna media sosial telah mengubah pola komunikasi publik. Indonesia menempati posisi ke-4 dunia dalam jumlah pengguna media sosial dengan lebih dari 167 juta pengguna, seperti data yang diterbitkan oleh CEOWORLD Magazine (2024).

Instagram menempati peringkat tertinggi dengan sekitar 174 juta pengguna aktif di Indonesia, seperti data yang dilansir dari The Global Statistics (2024). Fakta ini membuka peluang besar bagi lembaga pemerintah, termasuk BRIN, untuk memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi publik.



Gambar 1. Data Top Media Sosial di Indonesia, 2024.

Sumber : The Global Statistics (2024)

Sebagai lembaga pemerintah non-kementerian hasil peleburan beberapa lembaga riset nasional, yakni Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Badan Tenaga Nuklir Nasional (BATAN), Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT), Lembaga Penerbangan dan Antariksa Nasional (LAPAN). BRIN berkewajiban menyampaikan informasi riset, inovasi, dan kebijakan publik. Instagram dapat menjadi kanal strategis dalam membangun citra lembaga serta menjalin interaksi dengan masyarakat luas.

Akun Instagram resmi BRIN @brin_indonesia yang dikelola sejak 2021 telah memiliki lebih dari 749 ribu pengikut, yang tersaji pada tanggal 2 Mei 2025. Melalui Instagram, BRIN aktif mempublikasikan konten mengenai sains, riset, inovasi, serta berbagai agenda kelembagaan. Fakta ini menjadi penting untuk diteliti, mengingat komunikasi publik digital kini menuntut lembaga pemerintah lebih terbuka, transparan, dan partisipatif.

Mengenai analitik Instagram BRIN, seperti data yang dimuat pada Social blade pada 31 Mei 2025, memiliki nilai B+ dengan jumlah pengikut sebanyak 750.132 orang, BRIN mengikuti 107 akun Instagram, lalu jumlah media 3.621, tingkat keterlibatan sebanyak 0,14%, kemudian untuk rata-rata sukanya 1.002,31 dan jumlah komentar rata-ratanya 10.75. Dari data analitik yang ditampilkan oleh social blade menggambarkan jika Instagram BRIN memiliki nilai yang cukup baik. yakni B+, oleh karena itu, Instagram BRIN dapat menjadi platform penelitian yang menarik.

Penelitian sebelumnya oleh (Maharani, 2024) membahas pemanfaatan Instagram Humas Disdukcapil Pekanbaru yang digunakan untuk menyebarkan informasi layanan administrasi kependudukan, menjawab pertanyaan publik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat. Serta penelitian oleh (Ramadhan A. , 2024) yaitu penelitian yang relevan karena sama-sama meneliti pemanfaatan Instagram instansi pemerintah, namun dengan fokus pada akun @Kominfo.Riau di tingkat provinsi yang aktif mengunggah konten foto, video, dan memanfaatkan fitur Reels maupun Stories. Penelitian mengenai pemanfaatan Instagram pada instansi pemerintah nasional, khususnya BRIN sebagai lembaga riset dan inovasi yang berfokus pada komunikasi publik berbasis sains, masih sangat jarang ditemukan.

Maka dari itu, penelitian ini penting dilakukan untuk melengkapi gap tersebut, yaitu dengan mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN).

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian penelitian terdahulu oleh (Maharani, 2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Humas Disdukcapil Pekanbaru efektif digunakan sebagai sarana penyebaran informasi layanan publik, interaksi dengan masyarakat, dan peningkatan kesadaran kependudukan. Sementara itu, penelitian oleh (Ramadhan A. , 2024) mengungkapkan bahwa Instagram @Kominfo.Riau dimanfaatkan secara aktif untuk menyebarkan informasi pemerintah daerah dengan strategi konten terstruktur serta pemanfaatan fitur Instagram seperti Reels dan Stories.

Kedua penelitian tersebut sama-sama menegaskan bahwa Instagram memiliki peran penting sebagai media komunikasi publik instansi pemerintah. Namun, keduanya masih terbatas pada lingkup pemerintah daerah, baik di tingkat kota maupun provinsi. Dalam konteks ini, penelitian pada BRIN sebagai lembaga pemerintah non-kementerian dengan lingkup nasional, memberikan sudut pandang baru dalam melihat pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi publik di sektor riset dan inovasi.

Secara teoritis, penelitian ini menggunakan karakteristik media baru (*new media*) dari Martin Lister et al (Paz, Masunah, & Milyartini, 2023). yang menjelaskan enam karakteristik utama media baru: digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan konvergensi. Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @brin_indonesia tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang digital interaktif yang merepresentasikan citra lembaga riset nasional. Kemudian, model komunikasi oleh Lasswell dipandang sebagai suatu proses komunikasi yang dijabarkan melalui lima elemen utama, yakni siapa yang menyampaikan pesan, apa isi pesan yang disampaikan, media atau saluran apa yang digunakan, siapa pihak penerima pesan, serta dampak atau efek yang ditimbulkan dari penyampaian pesan tersebut (*who, says what, in which channel, to whom, and with what effect*) (Helmayuni, et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi fenomena yang diteliti (Ramadhan M. , 2021). Penelitian deskriptif kualitatif menghasilkan data berupa kata-kata, kalimat, dan perilaku yang dapat diamati, bukan dalam bentuk angka, sehingga lebih menekankan pada makna dan proses (Nurrisa, Hermina, & Norlaila, 2025) . Rancangan observasi deskriptif pada penelitian ini bertujuan menggambarkan secara terperinci ciri-ciri objek penelitian, yaitu pemanfaatan media sosial Instagram @brin_indonesia sebagai media komunikasi publik (Djiwandono & Yulianto, 2023).

Penelitian dilakukan di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), Gedung BJ Habibie, Jakarta. Unit analisis adalah Pemanfaatan Instagram BRIN seperti Konten-konten pada Instagram @brin_indonesia yang menjadi Top Konten dengan views terbanyak pada bulan februari, maret dan april 2025, melibatkan informan kunci: Ketua Tim fungsi Distribusi Informasi Publik (Ayi Doni Darussalam), dan informan pendukung: Ketua Tim Fungsi Produksi Media Massa (Purnomo). Informan penelitian ditentukan dengan purposive sampling yang mana berdasarkan pertimbangan khusus, serta dianggap paling memahami hal yang menjadi fokus penelitian. Informan kunci dipilih karena memiliki pengetahuan teknis mendalam mengenai subjek penelitian, sedangkan informan pendukung berperan melengkapi detail yang tidak dimiliki oleh informan kunci maupun informan utama. Namun, dalam penelitian kualitatif dapat mempertimbangkan jumlah informan sesuai konteks permasalahan penelitian (Asrulla, Jailani, & Jeka, 2023).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dipahami sebagai proses interaksi tatap muka dan tanya jawab antara peneliti dengan informan untuk memperoleh informasi mendalam (Hakim, 2024). Observasi digunakan untuk melihat dan mencatat fenomena yang terjadi secara sistematis serta merekam fakta yang relevan dengan fokus penelitian (Darlen, 2024). Sedangkan dokumentasi merupakan upaya untuk mengumpulkan bukti dari berbagai sumber, baik lisan, tertulis, maupun visual, yang terkait langsung dengan objek penelitian (Ramadhan A. , 2024). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah, wawancara untuk menggali informasi yang mendalam, observasi secara langsung isi Instagram BRIN, dokumentasi berupa keseluruhan isi konten pada Instagram BRIN serta dokumen-dokumen pendukung mengenai laporan media sosial.

Analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang membahas terkait pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik (Sugiyono, 2020). Penyajian data yang telah diklasifikasikan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi deskriptif dan dikutip sesuai konteks guna menunjang proses analisis dan penarikan kesimpulan. Tahapan pengolahan ini dilakukan untuk memastikan data yang digunakan memiliki validitas dan akurat, sehingga hasil penelitiannya dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana akun Instagram @brin_indonesia dimanfaatkan oleh BRIN dalam menyampaikan komunikasi publik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan pengumpulan data melalui tiga tahapan, yaitu Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Proses penelitian berlangsung dengan kurun waktu kurang lebih dua hingga tiga bulan, serta lokasi penelitian dilakukan di kantor pusat, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) Gedung BJ Habibie, yang beralamat di Jl. M.H. Thamrin No.8, RW.1, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari dikarenakan relevansi dengan topik penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) yang terdapat di kantor utama BRIN. Sehingga hal tersebut dapat memberikan kemudahan bagi penulis untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penelitian ini akan menguraikan dan menjelaskan data yang telah ditemukan berdasarkan data-data dari hasil penelitian wawancara dengan informan, observasi, serta dokumentasi

melalui data yang mendukung Pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN),

Karakteristik Media Baru (New Media)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di BRIN berjalan sesuai dengan enam karakteristik media baru sebagaimana yang diidentifikasi oleh Martin Lister et al., (Paz, Masunah, & Milyartini, 2023). Karakteristik menurut Martin Lister terdiri dari enam karakteristik, yakni: Digital, Interaktif, Hipertekstual, Jaringan, Virtual, Simulasi dan Konvergensi.

Digital, karakteristik digital terlihat jelas dari bentuk penyajian konten yang sepenuhnya berbasis platform digital. Seluruh informasi yang dipublikasikan melalui akun Instagram @brin_indonesia diproses, disimpan, dan disebar dalam format digital. Dengan demikian, distribusi pesan dapat dilakukan secara cepat, luas, dan efisien dibandingkan dengan media konvensional.

Interaktif, pemanfaatan Instagram oleh BRIN menonjolkan aspek interaktivitas. Hal ini tampak dari partisipasi audiens melalui fitur suka (*likes*), komentar (*comments*), membagikan (*shares*), dan simpan (*saves*). Masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan, namun juga dapat memberikan tanggapan langsung sehingga tercipta ruang dialog antara lembaga pemerintah dengan publik, yang dapat terjadi pada kolom komentar di setiap konten Instagram @brin_indonesia.

Hipertekstual, karakteristik hipertekstual tercermin dari penggunaan *hyperlink* berupa *tag* akun maupun tagar (*hashtag*) seperti #SainsBaru, #SpesiesBaru, atau #JelajahGua. *Hashtag* ini menghubungkan konten dengan isu-isu lain di luar konten utama, namun masih relevan dengan topik yang sedang di bahas dalam sebuah konten, hal ini memungkinkan audiens untuk menelusuri lebih banyak informasi yang relevan namun tidak berurutan.

Jaringan, sebagai media sosial berbasis internet, Instagram BRIN beroperasi dalam jaringan global. Konten yang dipublikasikan dapat diakses secara luas oleh masyarakat, baik nasional maupun internasional. Contohnya seperti kolaborasi yang BRIN lakukan dengan akun besar seperti @natgeoindonesia, hal ini juga memperlihatkan bagaimana jejaring antar institusi memperluas jangkauan pesan.

Virtual, Instagram berfungsi sebagai ruang komunikasi virtual yang memungkinkan publik mengakses informasi ilmiah tanpa batas. Misalnya, salah satu konten di Instagram BRIN mengenai informasi penemuan spesies ikan wader buta di Klapanunggal yang dapat dipahami masyarakat luas meskipun mereka tidak hadir langsung di lokasi riset. Simulasi dan

Konvergensi, karakteristik simulasi dan konvergensi terlihat dari penggabungan berbagai format media dalam satu *platform*. Contohnya, Instagram BRIN menghadirkan kombinasi teks, foto, infografis, dan video yang saling melengkapi. Kemudian konvergensi juga tampak dalam kolaborasi antara BRIN sebagai lembaga riset dengan media populer seperti *National Geographic* Indonesia. Hal ini memperlihatkan adanya integrasi antara institusi ilmiah dan media arus utama dalam menyebarkan informasi publik.

Proses Komunikasi

Model Komunikasi Lasswell pada pemanfaatan Instagram @brin_indonesia digunakan untuk menganalisis bagaimana komunikasi publik BRIN dijalankan sebagai proses komunikasi yang sistematis.

Who, penyampai pesan dalam komunikasi ini adalah Tim Komunikasi Publik BRIN, yang biasa disebut sebagai Tim Fungsi Distribusi Informasi Publik. Tim ini memiliki peran dalam merancang, mengelola, serta mendistribusikan konten informasi sains melalui akun Instagram resmi BRIN @brin_indonesia.

Says What, pesan yang disampaikan adalah informasi hasil riset, temuan ilmiah, serta kebijakan sains yang sedang dijalankan BRIN. Konten yang diunggah tidak hanya berupa informasi singkat, tetapi juga dirancang untuk mengedukasi publik mengenai perkembangan riset dan inovasi nasional di Indonesia.

In Which Channel, media yang digunakan adalah Instagram, dengan pemanfaatan fitur-fitur seperti *feeds*, *stories*, dan *reels*. Pemilihan Instagram didasarkan pada popularitas *platform* ini di Indonesia serta kemampuannya menjangkau audiens luas melalui visual dan interaktivitas.

To Whom, sasaran komunikasi BRIN adalah masyarakat umum yang memiliki ketertarikan terhadap informasi berbasis riset dan kebijakan sains, baik dari kalangan akademisi, peneliti, mahasiswa, maupun masyarakat luas yang ingin memperoleh pengetahuan ilmiah terkini.

With What Effect, efek yang diharapkan dari strategi komunikasi publik melalui Instagram BRIN adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang hasil riset, temuan ilmiah, dan kebijakan sains nasional. Efek lainnya ialah terciptanya citra BRIN sebagai lembaga riset yang terpercaya sekaligus menjadi referensi ilmiah yang dapat diakses secara terbuka oleh publik.

Aktivitas Instagram BRIN @brin_indonesia

BRIN mengelola beberapa akun resmi di berbagai platform media sosial, dan Instagram adalah salah satu kanal utama yang mengalami pertumbuhan sangat signifikan setiap harinya,

Instagram juga sekaligus yang dijadikan objek penelitian oleh penulis dalam penelitian ini. Berikut ini laporan mengenai aktivitas media sosial Instagram @brin_indonesia selama 3 bulan, yakni dimulai pada bulan februari hingga bulan april 2025:

Tabel 1. Data Laporan Instagram BRIN Februari - April, 2025.

Bulan	Followers	Engagement Rate	Rata-rata Likes	Rata-rata Komentar
Februari	748.000	0,14%	1.002	11
Maret	749.500	0,16%	1.220	15
April	750.132	0,13%	980	9

Sumber: laporan Media Sosial BRIN (2025)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial Instagram @brin_indonesia sebagai Media Komunikasi Publik di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), menunjukkan bahwa BRIN telah sepenuhnya menerapkan karakteristik-karakteristik media baru, Martin Lister. Konten-konten yang diunggah pun sangat edukatif, interaktif dan efektif dalam mendiseminasikan informasi hasil riset. Kemudian, seluruh konten terhubung dalam jaringan dan disajikan secara konvergen. Dengan cara ini, BRIN berhasil menyampaikan komunikasi publik berbasis sains dengan lebih menarik, luas, dan sesuai dengan cara masyarakat saat ini mengakses media digital.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang hanya berfokus pada pemanfaatan Instagram @brin_indonesia yang diobservasi dengan kualitatif, jadi hanya mendeskripsikan dan menarasikan pemanfaatan pada Instagram BRIN yang secara umum pada fitur yang terbatas dan konten dengan tayangan terbanyak, sehingga belum mencakup data terkait dengan penerimaan audiens terhadap konten pada setiap postingan di Instagram BRIN. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas penyampaian informasi oleh BRIN terhadap respons publik melalui komentar-komentar yang ada pada media sosial resmi BRIN, khususnya Instagram.

BRIN juga harus terus menjaga konsistensi konten yang informatif, edukatif dan mudah dipahami, sekaligus rutin mengevaluasi demografi audiens, seperti gender dan faktor pendukung lain, agar strategi komunikasi yang BRIN lakukan dapat lebih tepat sasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Asrulla, R., Jailani, M., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 26320-26332.
- Boer, R. F. (2021). *Menyelisik media sosial: Kajian persuasi & konsumsi generasi* . CV Literasi Nusantara Abadi.
- Darlen, M. (2024). Buku ajar metode penelitian kualitatif. Dalam E. Siswanto, A. Hayati, H. Farhana, S. Andriani, A. Yulianto, Y. Utomo, . . . S. Wau, *Buku ajar metode penelitian kualitatif*. CV Eureka Media Aksara.
- Djiwandono, P. I., & Yulianto, W. E. (2023). *Penelitian Kualitatif itu Mengasyikkan: Metode penelitian untuk Bidang Humaniora dan Kesusasteraan*. Yogyakarta: ANDI.
- Hakim, L. (2024, Juni 26). *Teknik pengumpulan data: Pengertian, prinsip, jenis dan FAQ*. Diambil kembali dari Deepublish store: https://deepublishstore.com/blog/teknik-pengumpulan-data/?srsltid=AfmBOoqobzSPuYbUnmhgRZ8k94W4TnEfHIuThr-1Fltzlteo40iL26ag#Pengertian_Teknik_Pengumpulan_Data
- Helmayuni, H., Haryanto, T., Marlida, S., Boer, R., Saktisyahputra, S., Abdullah, A., . . . Sunata, I. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Maharani, D. P. (2024). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi pada Humas Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pekanbaru* . Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim .
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian: Strategi, tahapan, dan analisis data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)*, 794.
- Paz, F. R., Masunah, J., & Milyartini, R. (2023). Cultural identity in choral performance through digital media. *Proceedings of the Fifth International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2022)* (hal. 426–436). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-100-5_57
- Ramadhan, A. (2024). *Pemanfaatan media sosial Instagram @kominfo.riau sebagai sarana informasi Provinsi Riau* . Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nasional (CMN).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.