

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL HUMAS MAHKAMAH AGUNG DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA PERADILAN MELALUI INSTAGRAM

Hikmatul Rafif Hanifah¹, Iin Soraya², Yogi Ariska³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika
hikmatulrafifhanifahtunhar@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/09/03; Revised: 2025/09/04; Accepted: 2025/08/07

Abstract

The decline in public trust toward Indonesia's judiciary largely driven by corruption scandals involving court officials has underscored the urgent need for the Public Relations division of the Supreme Court of Indonesia (Humas Mahkamah Agung RI) to adopt more effective communication strategies. This research focuses on examining how Humas Mahkamah Agung utilizes social media, specifically the Instagram account @humasmahkamahagung, to build and reinforce a positive image of the judiciary. Employing a qualitative case study approach, data were gathered through interviews, field observations, and supporting documentation. The findings reveal that Instagram serves as a strategic visual communication platform where institutional messages are shared in an organized manner, combining positive storytelling, engaging visuals, and consistent publication schedules. Despite the current limitations in facilitating two-way interactions with the public, this communication approach has successfully contributed to enhancing the public image of the judiciary. Contributing factors to this success include the availability of high-quality visual content and the presence of a professional PR team, while the main challenge remains the limited direct engagement with the public. Ultimately, this research highlights the essential role of digital communication strategies in shaping and maintaining the reputation of public institutions, especially in the era of social media that demands transparency, speed, and responsiveness to evolving legal issues.

Keywords

Communication Strategy, Public Relations, Supreme Court, Institutional Image, Instagram



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena korupsi di Indonesia terus menjadi perhatian publik karena dampaknya yang luas terhadap tata kelola pemerintahan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga negara, terutama lembaga peradilan. Kasus-kasus korupsi di lingkungan lembaga yudikatif, seperti yang melibatkan oknum Pengadilan Negeri Surabaya dalam perkara Georgius Ronald Tannur, telah

menimbulkan krisis kepercayaan publik terhadap Mahkamah Agung (MA) sebagai lembaga tertinggi peradilan di Indonesia (Erwina Rachmi Puspapertiwi, 2024). Kasus tersebut memperlihatkan adanya dugaan intervensi kekuasaan dan penyalahgunaan wewenang yang mencederai prinsip independensi peradilan. Meskipun hasil survei Litbang pada Januari 2025 menunjukkan adanya peningkatan citra Mahkamah Agung hingga 69,0% dari 65,2% pada September 2024 (Muhammad Nurulloh Jarmoko, 2025), data tersebut belum cukup untuk menandakan pulihnya sepenuhnya kepercayaan publik terhadap integritas lembaga peradilan.

Sebagai lembaga yudikatif yang menjalankan fungsi penegakan hukum dan keadilan, Mahkamah Agung memiliki tanggung jawab moral untuk menjaga integritas dan transparansi dalam setiap proses komunikasi publiknya. Dalam konteks era digital saat ini, strategi komunikasi yang dilakukan lembaga negara tidak lagi hanya terbatas pada penyampaian informasi secara konvensional, melainkan juga melalui media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah yang lebih interaktif dan cepat. Instagram, sebagai salah satu platform digital dengan basis pengguna aktif terbesar di Indonesia, menjadi medium strategis dalam membangun citra dan kredibilitas lembaga publik. Melalui akun resmi @humasmahkamahagung, MA berupaya menampilkan wajah baru peradilan yang lebih terbuka, komunikatif, dan responsif terhadap publik dengan cara menyajikan informasi kelembagaan, klarifikasi isu hukum, serta dokumentasi kegiatan resmi secara visual dan terstruktur (@humasmahkamahagung, 2019).

Kajian mengenai strategi komunikasi digital lembaga publik telah banyak dilakukan sebelumnya, namun sebagian besar masih berfokus pada sektor eksekutif dan pendidikan. Misalnya, penelitian oleh Salsabila, Romadhan, dan Ayuningrum (2024) tentang *Strategi Digital Public Relations BNN Provinsi Jawa Timur* menunjukkan bahwa penerapan model *two-way asymmetric* cukup efektif dalam membangun citra institusi melalui Instagram, tetapi kurang optimal dalam menanggapi umpan balik publik. Penelitian lain oleh Nardo, Rizqi, dan Paramita (2025) pada SMPK Angelus Custos II menekankan pentingnya konsistensi pesan digital dan segmentasi audiens dalam strategi komunikasi institusi pendidikan. Sementara itu, penelitian oleh Panggabean et al. (2024) di SMAN 10 Kota Bogor menunjukkan bahwa penggunaan visual yang menarik dan penjadwalan unggahan yang konsisten merupakan faktor utama dalam pembentukan citra positif sekolah di media sosial.

Penelitian serupa oleh Manggi, Mandaru, dan Pietriani (2024) tentang *Paradox Coffee and Roastery* menyoroti pentingnya publikasi konten yang edukatif dan interaktif untuk memperkuat *brand image*. Sedangkan studi yang dilakukan oleh

Irawan, Wijaya, dan Madani (2025) mengenai strategi *public relations* di MTs Muhammadiyah 1 Samarinda menunjukkan bahwa penerapan strategi publikasi, acara, berita, dan media sosial dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam di tengah persaingan yang ketat. Dari berbagai penelitian tersebut dapat dilihat bahwa strategi komunikasi digital melalui media sosial terbukti mampu memperkuat citra institusi, tetapi fokus kajian sebelumnya masih terbatas pada lembaga pendidikan, bisnis, dan pemerintahan eksekutif.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) terletak pada belum banyaknya studi yang secara spesifik mengkaji bagaimana lembaga yudikatif, seperti Mahkamah Agung, memanfaatkan komunikasi digital untuk membangun citra lembaga peradilan di tengah krisis kepercayaan publik. Padahal, citra lembaga peradilan memiliki peran penting dalam menentukan legitimasi hukum dan persepsi masyarakat terhadap keadilan di Indonesia. Selain itu, penggunaan media sosial oleh lembaga peradilan menghadirkan tantangan tersendiri dalam menjaga keseimbangan antara transparansi dan kewibawaan institusional. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menelaah secara mendalam bagaimana Humas Mahkamah Agung mengimplementasikan strategi komunikasi digitalnya, khususnya melalui Instagram, dalam membangun kembali citra positif lembaga peradilan.

Penelitian ini juga memperkaya kajian komunikasi publik dengan menggunakan Teori Citra Frank Jefkins sebagai landasan konseptual. Teori ini menjelaskan bahwa citra publik dibangun melalui empat elemen utama, yaitu konsistensi pesan, kejujuran informasi, simbol visual, dan frekuensi komunikasi (Rumandang Bulan & Sumayah, 2025; Wang, 2024). Dalam konteks komunikasi digital, keempat elemen tersebut diwujudkan melalui publikasi konten yang selaras dengan nilai-nilai lembaga, keterbukaan dalam penyampaian informasi hukum, penggunaan identitas visual yang kuat seperti logo dan warna institusional, serta frekuensi unggahan yang teratur untuk menjaga eksistensi lembaga di ruang publik daring. Dengan demikian, strategi komunikasi digital Mahkamah Agung di Instagram dapat dipahami sebagai bentuk penerapan teori citra yang berorientasi pada transparansi dan penguatan legitimasi hukum di era digital.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Humas Mahkamah Agung melalui akun Instagram @humasmahkamahagung dalam membangun citra lembaga peradilan, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Melalui penelitian ini diharapkan dapat ditemukan model

komunikasi digital yang efektif bagi lembaga yudikatif dalam memperkuat kepercayaan publik dan mewujudkan transparansi kelembagaan di era informasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode **kualitatif** dengan pendekatan **studi kasus** yang berfokus pada strategi komunikasi Humas Mahkamah Agung Republik Indonesia melalui media sosial Instagram. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam proses komunikasi digital yang dijalankan oleh lembaga tersebut dalam membentuk citra positif di masyarakat. Penelitian dilaksanakan di Biro Hukum dan Humas Mahkamah Agung Republik Indonesia yang beralamat di Jl. Medan Merdeka Utara No. 9–13, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Kegiatan penelitian dilakukan pada bulan April hingga Juni 2025 yang mencakup tahap bimbingan, penentuan masalah penelitian, pengumpulan referensi, penyusunan proposal, pembuatan dan pelaksanaan wawancara, serta penyusunan laporan akhir. Objek penelitian difokuskan pada strategi komunikasi yang dijalankan oleh Humas Mahkamah Agung dalam empat tahapan, yaitu analisis situasi, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi program, sebagaimana diterapkan dalam aktivitas komunikasi digital di akun Instagram @humasmahkamahagung.

Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada dua informan yang berperan langsung dalam pengelolaan akun Instagram Humas Mahkamah Agung, yaitu Ishmah Purnawakti, S.Ikom., M.Ikom., selaku pejabat fungsional ahli muda, dan Yurez Abdul Muchyi, S.T., M.T., selaku staf Biro Hukum dan Humas. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung unggahan dan aktivitas komunikasi melalui akun Instagram Humas Mahkamah Agung serta keterlibatan dalam kegiatan konferensi pers. Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi arsip pemberitaan, laporan tahunan, dan publikasi resmi lembaga. Selain itu, studi literatur dilakukan untuk memperkuat analisis dengan menelaah jurnal, e-book, serta laporan penelitian yang relevan dengan topik komunikasi digital lembaga pemerintah. Data yang diperoleh dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, serta penarikan kesimpulan secara sistematis. Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang diperoleh dari berbagai sumber berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Berdasarkan Tahapan Strategi Komunikasi

Pencarian Fakta Masalah (Fact Finding)

Langkah pertama dalam menyusun strategi komunikasi dimulai dengan tahap pencarian fakta (fact finding), yang memegang peranan penting untuk memperoleh pemahaman utuh mengenai kondisi nyata yang sedang dihadapi organisasi. Pada fase ini, organisasi perlu mengumpulkan data dan informasi secara objektif agar mampu mengidentifikasi sumber masalah secara menyeluruh.

Dalam penelitian ini, Humas Mahkamah Agung tengah menghadapi persoalan serius terkait penurunan citra lembaga. Situasi ini muncul setelah adanya dugaan keterlibatan salah seorang aparat peradilan, Georgius Ronald Tannur, dalam kasus suap yang ramai diberitakan publik.

Agar strategi komunikasi yang disusun benar-benar relevan dan sesuai dengan kondisi yang ada, proses penggalian fakta ditempuh melalui berbagai langkah, seperti menganalisis pemberitaan media massa, memeriksa dokumen putusan hukum resmi, hingga melakukan observasi langsung terhadap kegiatan komunikasi publik yang dijalankan oleh Humas MA. Dalam wawancara bersama Ishmah dijelaskan bahwa:

“Terkait kasus Ronald Tannur di Mahkamah Agung, batasannya adalah mengadakan konferensi pers terkait perkembangan kasus Ronald Tannur di Pengadilan Surabaya. Jadi, untuk pengumpulan data yang dilakukan pastinya berkoordinasi dengan pihak terkait, yaitu Pengadilan Negeri Surabaya, kemudian membuat preskon dengan mengundang media dan membuat rilis.” (Ishmah, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Ishmah, terungkap bahwa Humas Mahkamah Agung menerapkan strategi komunikasi digital khusus dalam menangani isu sensitif seperti kasus Ronald Tannur. Langkah yang diambil melibatkan koordinasi erat dengan Pengadilan Negeri Surabaya sebagai pihak yang memiliki otoritas untuk menyediakan data hukum resmi. Informasi tersebut kemudian disampaikan kepada publik melalui mekanisme konferensi pers dan selanjutnya diperkuat dengan publikasi ulang di akun Instagram resmi @humasmahkamahagung. Pendekatan ini memiliki hubungan erat dengan rumusan masalah pertama, karena mencerminkan strategi yang terstruktur, terencana, serta mengedepankan kerja sama antarlembaga demi membangun citra lembaga peradilan yang kredibel di ranah digital. Sementara itu, jika dikaitkan dengan rumusan masalah kedua, faktor yang mendukung keberhasilan strategi ini adalah adanya pola koordinasi kelembagaan yang memastikan keakuratan informasi, ditambah dengan kesiapan teknis Humas dalam memproduksi dan menyebarkan konten digital secara

optimal. Meski demikian, tantangan yang muncul adalah keterbatasan ruang untuk interaksi dua arah melalui Instagram, mengingat model komunikasi yang diterapkan lebih condong ke arah Public Information Model yang bersifat satu arah. Hal ini memang menjaga transparansi informasi, tetapi secara bersamaan membatasi peluang partisipasi publik yang lebih luas.

Adapun menurut hasil dokumentasi yang diperoleh dari pemberitaan media, salah satunya melalui situs Hukumonline.com, terungkap bahwa kasus yang menyeret nama Ronald Tannur mulai menyedot perhatian publik sejak Oktober 2023. Saat itu, ia ditetapkan sebagai tersangka atas dugaan tindak kekerasan yang menyebabkan kematian Dini Sera Afriyanti di Surabaya. Namun, puncak krisis kepercayaan terhadap lembaga peradilan baru benar-benar terjadi pada pertengahan tahun 2024, yakni ketika majelis hakim memutuskan untuk membebaskan terdakwa, meskipun jaksa sebelumnya telah menuntut hukuman penjara selama 12 tahun. Putusan ini kemudian memicu reaksi keras dan kritik luas dari masyarakat, yang berdampak negatif pada citra lembaga peradilan di mata publik.

Sebagai langkah untuk memastikan keabsahan dan memperkuat akurasi data yang digunakan, peneliti juga melakukan observasi partisipatif pada kegiatan Konferensi Pers I kasus Ronald Tannur yang diselenggarakan pada tanggal 24 Oktober 2024 yang bertempat di Media Center Gedung Mahkamah Agung Jakarta serta bukti dokumen resmi berupa putusan kasasi atas nama Ronald Tannur. Dokumen tersebut diunduh melalui Direktori Putusan Mahkamah Agung yang dapat diakses di laman <https://putusan3.mahkamahagung.go.id>.

Keberadaan dokumen ini menjadi sumber rujukan penting dalam proses analisis terhadap strategi komunikasi Humas MA RI, sekaligus memastikan bahwa seluruh data yang dijadikan landasan penelitian bersifat resmi, sah, dan telah terverifikasi.



Gambar 1. Konferensi Pers I Ronald Tannur

Sumber: (Aida Mardatillah, 2024)



Gambar 2. Pemberitaan Kasus Ronald Tannur di Website hukumonline.com

Sumber: (RI, 2025)

Perencanaan (Planning)

Salah satu hasil penting yang terungkap pada tahap pencarian fakta adalah bahwa keputusan-keputusan strategis di lingkup Humas Mahkamah Agung ternyata sangat dipengaruhi oleh adanya sistem komando internal serta sikap kehati-hatian yang melekat dalam budaya institusi. Kedua faktor tersebut menjadi penentu utama dalam menilai apakah suatu informasi sudah layak atau belum untuk dipublikasikan ke masyarakat. Pola kerja seperti ini juga memperlihatkan bagaimana struktur hierarki dan kalkulasi risiko menjadi pertimbangan penting dalam merumuskan serta menyampaikan pesan kepada publik. Hal ini dikonfirmasi oleh pernyataan dari narasumber Yurez yang menyatakan bahwa:

"jadi kita sih hanya memikirkan apakah perlu untuk di publish atau tidak lalu kita serahkan kepada pimpinan pimpinan MA lagi bagaimana tindak lanjutnya kalau memang perlu di publish kita publish kalau tidak berarti kita hold dulu seperti itu" (Yurez, 2025). Senada dengan itu, Ishmah menjelaskan bahwa dalam menyikapi isu-isu krusial seperti kasus Ronald Tannur hal yang dilakukan oleh Humas Mahkamah Agung:

"yaitu dengan menyelenggarakan konferensi pers yang dibuat in time, real time dengan merespon dalam merespon masyarakat dengan mengundang media dan disiarkan secara live pada Instagram Humas Mahkamah Agung sehingga masyarakat dapat mengetahui perkembangan terkini dari kasus Ronald Tannur" (Ishmah, 2025).

Temuan ini memperlihatkan bahwa Humas Mahkamah Agung RI memanfaatkan Instagram tidak sebatas sebagai sarana dokumentasi, melainkan juga

sebagai medium komunikasi digital yang tanggap terhadap dinamika sosial serta tuntutan keterbukaan publik. Strategi tersebut menjadi salah satu upaya membangun citra lembaga melalui penyajian informasi yang transparan dan disampaikan secara tepat waktu. Terkait dengan rumusan masalah kedua, ditemukan faktor pendukung berupa pemanfaatan fitur siaran langsung yang mampu menjangkau audiens lebih luas, sedangkan hambatan utamanya terletak pada proses validasi internal yang memerlukan waktu sehingga dapat memperlambat respons terhadap isu yang muncul. Walaupun demikian, strategi komunikasi digital yang dijalankan tetap bersifat adaptif dan akuntabel, mencerminkan kesungguhan Humas MA dalam menegakkan citra positif lembaga peradilan di ranah digital.

Melakukan Tindakan dan Komunikasi (Action and Communication)

Dalam studi ini, peneliti menelaah bagaimana respons komunikasi publik yang dijalankan Mahkamah Agung melalui Biro Hukum dan Humas saat menghadapi sorotan tajam akibat menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat. Kondisi ini dipicu oleh kasus Georgius Ronald Tannur, yang bukan hanya berdampak pada rusaknya reputasi lembaga peradilan karena dugaan adanya suap dan intervensi di pengadilan tingkat pertama, tetapi juga menempatkan Mahkamah Agung dalam tekanan besar untuk bertindak transparan dan memulihkan kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang terbuka dan terencana.

Guna memperoleh gambaran lebih rinci terkait strategi komunikasi tersebut, peneliti melakukan observasi langsung terhadap salah satu agenda penting Mahkamah Agung, yakni konferensi pers lanjutan yang diselenggarakan pada 28 Oktober 2024. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari konferensi pers sebelumnya yang diadakan pada 24 Oktober 2024, dan dilaksanakan secara luring di Media Center Gedung Mahkamah Agung, Jakarta. Acara tersebut dihadiri oleh Juru Bicara Mahkamah Agung, beberapa perwakilan dari Biro Hukum dan Humas, serta wartawan dari berbagai media nasional.



Gambar 3. Konferensi Pers II Sikap MA Terhadap Kasus Ronald Tannur



Gambar 4. Pemberitaan Pembentukan Tim Penyidik Perkara Ronald Tannur

Dalam upaya menjalankan strategi komunikasi publik, Mahkamah Agung RI menugaskan unit Humas sebagai pihak utama yang bertanggung jawab menyebarluaskan informasi resmi kepada khalayak. Salah satu hasil penting yang ditemukan dalam penelitian ini mengungkap bahwa jalannya komunikasi tersebut tidak bersifat bebas, melainkan wajib mematuhi serangkaian prosedur dan mekanisme yang telah ditentukan sebelumnya. Kondisi ini tak lepas dari peran Mahkamah Agung sebagai lembaga yudikatif di Indonesia, sehingga setiap informasi yang akan diumumkan kepada publik harus melewati proses seleksi konten serta pertimbangan institusional yang mendalam sebelum akhirnya dipublikasikan. Sebagaimana dijelaskan oleh salah satu informan yaitu Yurez bahwa:

"ini yang saya tahu ya kalau untuk penyampaian informasi ini kita itu lebih ke menyampaikan berita aja ya berita yang putusan Hakim misalkan apa lalu vonisnya seperti apa karena kalau untuk berita di luar itu itu biasanya kan berita yang sudah dikasih bumbu-bumbu ya dan itu biasanya juga dipublish oleh media-media luar kalau untuk media internal pemerintah pasti hanya menyampaikan informasi-informasi penting atau yang menjadi intinya dari kasus yang mau disampaikan seperti contohnya disini kasus beritanya Ronald Tanur" (Yurez, 2025).

Pernyataan ini juga diperkuat oleh Ishmah yang menyatakan bahwa konten komunikasi Humas Mahkamah Agung, terutama dalam kasus Ronald Tannur, dikemas dalam bentuk rilis resmi. Ia menjelaskan:

"Karena kemarin itu konten di kita itu berupa preskon jadi narasinya itu berbentuknya rilis rilis gitu. tentu bentuknya lebih ke resmi sesuai dengan data sesuai dengan bentuk putusan yang dikirimkan dari pengadilan lalu juga informasi yang dikirimkan dari lembaga terkait tentang informasi penangkapan dan juga sanksi terkait hakim-hakim itu" (Ishmah, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Yurez, terungkap bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Humas Mahkamah Agung memiliki karakter selektif dan berlandaskan data resmi, alih-alih mengikuti narasi media eksternal yang kerap bersifat spekulatif. Hal ini sesuai dengan rumusan masalah pertama dalam penelitian, yaitu “Bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Humas Mahkamah Agung RI melalui akun Instagram @humasmahkamahagung dalam membangun citra melalui Instagram?” Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa akun Instagram dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi hukum yang bersifat faktual dan resmi, guna menjaga citra lembaga agar tetap terkontrol serta tidak terseret opini publik yang belum terverifikasi. Selanjutnya, hasil wawancara dengan Ishmah juga selaras dengan rumusan masalah kedua, yaitu “Apa saja faktor penghambat dan pendukung yang dihadapi Humas Mahkamah Agung dalam mengimplementasikan strategi komunikasi digital dalam membangun citra melalui media Instagram?” Dari sini terlihat bahwa faktor pendukung utama berasal dari ketersediaan data resmi institusi peradilan yang menjadi acuan pembuatan konten digital. Sementara itu, faktor penghambatnya muncul karena adanya batasan dalam menyusun narasi yang lebih kreatif, mengingat konten harus tetap berpatokan pada data hukum yang bersifat tetap dan formal. Oleh karena itu, hasil wawancara ini menegaskan bahwa akun Instagram @humasmahkamahagung tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi visual semata, tetapi juga menjadi instrumen legitimasi institusional dalam menjaga sekaligus membangun citra positif lembaga peradilan di tengah derasnya arus informasi dari media luar yang seringkali belum terjamin kebenarannya.

Evaluasi (Evaluation)

Beberapa hari setelah Mahkamah Agung resmi memutuskan untuk menolak kasasi yang diajukan oleh Jaksa Penuntut Umum dalam perkara Ronald Tannur, Metro TV merilis pemberitaan yang menyoroti semakin dalamnya kekecewaan masyarakat terhadap sistem peradilan di Tanah Air. Dalam laporan tersebut, Metro TV menekankan bahwa putusan bebas yang dijatuhkan pengadilan tingkat pertama kepada Ronald Tannur, ditambah dengan tidak ditemukannya pelanggaran kode etik, menjadi pusat perhatian publik.

Temuan ini sejalan dengan hasil observasi langsung yang dilakukan peneliti pada 18 November 2024 di Media Center Gedung Mahkamah Agung RI. Dalam kesempatan itu, turut hadir Juru Bicara Mahkamah Agung bersama Kepala Biro Hukum dan Humas yang memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai perkembangan dan dinamika kasus tersebut.



Gambar 6. Hasil Konferensi Pers Perkara Ronald Tannur



Gambar 7. Pemberitaan Hasil Pemeriksaan Kasus Ronald Tannur

Sumber: (Metro TV, 2024)

Berdasarkan dokumen resmi Refleksi Akhir Tahun 2024 yang diterbitkan oleh Mahkamah Agung RI pada Desember 2024, tercatat bahwa sepanjang tahun tersebut lembaga ini menerima sebanyak 20.418 perkara. Angka ini menunjukkan kenaikan sekitar 6,5% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu 2023. Dari total perkara yang diterima, Mahkamah Agung berhasil memutus 19.870 perkara, sementara 548 perkara lainnya masih dalam tahap penanganan, sehingga tingkat penyelesaian perkara mencapai 97,3%.

Selain itu, laporan ini juga mencatat bahwa terdapat 1.156 perkara kasasi di bidang pidana umum yang telah diselesaikan sepanjang tahun 2024. Meski demikian, dokumen tersebut tidak merinci secara khusus kasus-kasus yang bersifat sensitif atau kontroversial dan memicu perhatian luas masyarakat, seperti perkara Ronald Tannur yang menjadi sorotan publik pada tahun yang sama.

Dalam konteks strategi komunikasi yang efektif, tahap evaluasi tidak hanya diposisikan sebagai penilaian akhir atas pelaksanaan suatu program, tetapi juga menjadi landasan penting untuk merancang komunikasi selanjutnya yang lebih adaptif, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Berdasarkan temuan penelitian ini, Humas Mahkamah Agung RI telah memahami pentingnya evaluasi

sebagai sarana untuk menggali karakteristik, preferensi, hingga harapan para pengguna media sosial, khususnya mereka yang aktif di Instagram. Pemahaman tersebut turut diperkuat melalui wawancara bersama Ishmah yang menjelaskan:

"Dengan membuat konten yang sesuai kebutuhan masyarakat dan informatif untuk masyarakat dan jadi terkait kasus untuk yang Ronald Tanur ini kita melakukan evaluasi melalui media monitoring. Nah, jadi media monitoring ini ada timnya lagi gitu. Jadi nanti mereka bikin laporan di media monitoring ini." (Ishmah, 2025). Senada dengan itu, Yurez menambahkan bahwa:

"Dari hasil evaluasi yang sudah kita dapatkan, kita jadi tahu nih audiens kita itu butuhnya apa dan mereka itu mau konten atau informasi seperti apa dengan begitu jika kita melakukan evaluasi dan mempelajari apa yang mereka mau dan selanjutnya membuat konten yang sesuai dengan harapan mereka atau apa yang mereka cari secara gak langsung itu bisa aja mereka share postingan kita ke temen-temennya dari temen-temennya yang gak tau atau bahkan gak follow itu jadi nge-follow jadi semakin luas juga cakupan dari konten kita ini jadi semua orang di Indonesia bisa mengetahui informasi apa aja yang disampaikan di akun IG Humas Mahkamah Agung " (Yurez, 2025).

Temuan ini semakin menguatkan bahwa Humas Mahkamah Agung tidak semata-mata bergantung pada pola komunikasi satu arah, tetapi juga secara aktif mengembangkan strategi yang didasarkan pada analisis data dan respons audiens. Pendekatan ini dilakukan untuk memperluas distribusi informasi sekaligus membangun serta mempertebal kepercayaan publik terhadap lembaga peradilan.

Pembahasan Penelitian Berdasarkan Tahapan Strategi Komunikasi Pencarian Fakta Masalah (Fact Finding)

Pada tahap ini, Humas Mahkamah Agung RI menjalankan proses pengumpulan fakta guna memahami secara lebih mendalam kebutuhan komunikasi lembaga, termasuk persepsi publik terhadap lembaga peradilan. Berdasarkan temuan penelitian, dapat dilihat bahwa Humas Mahkamah Agung RI tidak serta-merta memproduksi konten tanpa landasan, melainkan diawali dengan pemetaan isu serta identifikasi atas kebutuhan informasi yang diharapkan publik. Hal tersebut tampak dalam pernyataan narasumber yang menjelaskan bahwa setiap publikasi konten selalu didasarkan pada data konkret dan hasil koordinasi bersama unit-unit terkait. Salah satu contohnya terlihat dalam penanganan isu hukum seperti kasus Ronald Tannur, di mana Humas MA terlebih dahulu melakukan koordinasi lintas instansi dengan Pengadilan Negeri Surabaya, kemudian menggelar konferensi pers dan

merilis informasi resmi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kegiatan komunikasi digital yang dilakukan tidak bersifat spontan atau reaktif, melainkan dibangun melalui tahapan pengumpulan fakta serta analisis situasi terlebih dahulu.

Perencanaan (Planning)

Pada tahap perencanaan, fokus utama diarahkan pada bagaimana merancang strategi penyampaian informasi yang tidak hanya sistematis, tetapi juga selaras dengan dinamika komunikasi digital modern melalui akun Instagram @humasmahkamahagung. Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan ini tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui pertimbangan matang terhadap segmentasi audiens yang menjadi sasaran pesan, tingkat urgensi dan sensitivitas informasi yang perlu dipublikasikan, hingga sejauh mana efektivitas kanal digital dapat membantu mencapai tujuan komunikasi lembaga. Lebih dari itu, proses penyusunan konten dirancang agar sejalan dengan pedoman protokol kehumasan, serta mengedepankan prinsip kehati-hatian sebagai upaya meminimalisir risiko munculnya multitafsir atau kesalahpahaman di masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan komitmen Humas Mahkamah Agung untuk tetap menjaga keakuratan, kredibilitas, dan akuntabilitas dalam setiap pesan yang disampaikan kepada publik melalui ruang digital, sekaligus memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan tetap mendukung citra positif lembaga peradilan di tengah arus informasi yang sangat cepat dan kompetitif.

Melakukan Tindakan dan Komunikasi (Action and Communication) Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terungkap bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi satu arah, di mana fitur komentar dibatasi untuk menjaga keutuhan informasi dan menghindari munculnya opini liar yang dapat menyesatkan publik. Konten yang dipublikasikan umumnya bersifat informatif sekaligus dokumentatif, menampilkan kegiatan lembaga peradilan secara aktual, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Aktivitas komunikasi ini dilakukan secara rutin dan konsisten, selaras dengan tuntutan transparansi publik serta kewajiban akuntabilitas lembaga negara. Selain itu, penerapan tone warna yang seragam pada setiap unggahan tidak hanya memperkuat identitas visual, tetapi juga membantu menjaga keselarasan pesan yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan tersebut, akun Instagram @humasmahkamahagung berperan sebagai wajah digital institusi yang tampil profesional dan dipercaya oleh audiens di ranah publik digital.

Evaluasi (Evaluation)

Proses evaluasi terhadap strategi komunikasi dilakukan dengan memantau sejauh mana pesan berhasil disampaikan kepada publik, meskipun tanpa melibatkan

mekanisme komentar langsung sebagai umpan balik. Berdasarkan hasil wawancara, upaya evaluasi ini mencakup pemantauan perkembangan isu yang beredar di berbagai media, baik media sosial maupun media massa, serta melalui koordinasi internal di lingkungan Humas MA. Selain itu, Humas MA juga memperhatikan kecepatan distribusi informasi dengan melihat indikator seperti jumlah penyebaran ulang (reshare), impresi, serta eksposur media. Kendati pola komunikasi yang diterapkan bersifat satu arah, kehadiran akun resmi media sosial tetap dianggap sebagai langkah strategis untuk menampilkan citra lembaga peradilan yang transparan dan informatif di mata publik. Proses evaluasi ini sekaligus menjadi bahan penting untuk menyempurnakan konten dan memperbaiki pendekatan komunikasi pada periode berikutnya.

Apabila dikaitkan dengan empat elemen strategi komunikasi di atas dengan teori citra yang diperkenalkan oleh Frank Jefkins, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pada tahap pencarian fakta (*fact finding*), Humas Mahkamah Agung terlebih dahulu melakukan pemetaan isu strategis yang tengah mencuat di masyarakat, termasuk persoalan krisis kepercayaan publik akibat kasus korupsi maupun kontroversi putusan hakim. Hasil pemetaan ini menjadi pijakan utama dalam merumuskan pesan komunikasi digital. Pendekatan tersebut selaras dengan pandangan Jefkins yang menekankan pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam mengomunikasikan informasi kepada khalayak. Setiap data yang disampaikan melalui akun Instagram resmi selalu berlandaskan koordinasi internal dan rilis resmi lembaga, sehingga pesan yang dibagikan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan cara ini, publik memperoleh informasi valid sekaligus terhindar dari kebingungan akibat maraknya isu simpang siur yang beredar di media massa.

Tahap berikutnya adalah perencanaan (*planning*), yakni proses penyusunan strategi pesan dan konten komunikasi. Pada fase ini, Humas Mahkamah Agung merancang penyajian konten digital melalui format yang mudah dipahami, seperti infografis putusan, dokumentasi foto kegiatan resmi, maupun video konferensi pers. Perencanaan semacam ini sangat berkaitan dengan unsur simbol visual dalam Teori Citra Jefkins. Menurut Jefkins, identitas visual merupakan aspek penting yang memengaruhi persepsi publik terhadap sebuah institusi. Karena itu, setiap unggahan di Instagram @humasmahkamahagung secara konsisten menampilkan logo resmi, warna khas lembaga, dan desain grafis yang seragam. Keseragaman tersebut bukan hanya sekadar aspek estetika, melainkan juga sarana untuk memperkuat profesionalitas dan konsistensi identitas lembaga peradilan di ranah digital.

Selanjutnya adalah tahap tindakan dan komunikasi (action and communication), yaitu fase implementasi dari strategi yang sudah dirancang. Pada bagian ini, Humas MA mengoptimalkan berbagai fitur Instagram, mulai dari feed, story, hingga live streaming, sebagai saluran penyampaian pesan. Konten yang disampaikan mencakup publikasi putusan, klarifikasi isu hukum, hingga edukasi mengenai sistem peradilan. Pola komunikasi ini menggambarkan penerapan prinsip konsistensi pesan dalam Teori Jefkins. Keberulangan unggahan dengan format yang relatif seragam membantu memperkuat pesan kelembagaan, mengurangi kesalahpahaman publik, serta meningkatkan kredibilitas komunikasi. Walaupun sifat komunikasi ini masih dominan satu arah, pesan yang tersaji secara konsisten tetap mampu membangun persepsi masyarakat bahwa Mahkamah Agung adalah lembaga yang terbuka dan akuntabel.

Tahap terakhir adalah evaluasi (evaluation), yaitu upaya untuk menilai sejauh mana komunikasi yang telah dilakukan mencapai efektivitasnya. Evaluasi ini dilakukan dengan meninjau respon publik melalui indikator jumlah tayangan, tanda suka (likes), maupun komentar. Meskipun ruang interaksi yang tersedia masih terbatas, evaluasi tetap menjadi aspek penting untuk memperbaiki dan menyesuaikan strategi komunikasi berikutnya. Bagian ini sejalan dengan prinsip frekuensi komunikasi dalam Teori Citra Jefkins, di mana pesan yang disampaikan secara teratur dan berkesinambungan akan menjaga citra lembaga tetap hadir dalam ingatan publik. Evaluasi juga berfungsi sebagai tolok ukur untuk mengetahui sejauh mana pesan dipahami dan diterima, serta mengidentifikasi bagian yang memerlukan peningkatan.

Secara menyeluruh, penelitian ini memperlihatkan bahwa integrasi model Cutlip, Center, dan Broom dengan Teori Citra Frank Jefkins terbukti efektif dalam memperkuat citra Mahkamah Agung di ruang digital. Transparansi informasi menjadi fondasi utama dalam membangun kembali kepercayaan publik, sementara identitas visual, konsistensi pesan, dan intensitas komunikasi berperan besar dalam memperkuat citra kelembagaan. Meski interaksi yang dibangun melalui Instagram masih cenderung satu arah, temuan penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang dilakukan tetap berhasil menjaga legitimasi serta reputasi lembaga peradilan. Dengan demikian, teori-teori yang digunakan tidak hanya relevan secara konseptual, tetapi juga aplikatif dalam praktik komunikasi digital lembaga negara di era media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi yang diterapkan

oleh Humas Mahkamah Agung Republik Indonesia (MA RI) dalam membangun citra lembaga peradilan melalui akun Instagram @humasmahkamahagung, dapat disimpulkan bahwa komunikasi digital berperan penting dalam menjaga legitimasi institusi, terutama di tengah cepatnya perubahan opini publik. Strategi komunikasi Humas MA dijalankan secara sistematis melalui beberapa tahapan, mulai dari pencarian fakta, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, hingga evaluasi. Dalam tahap pencarian fakta, Humas MA menerapkan pendekatan profesional dengan memverifikasi setiap informasi melalui dokumen hukum resmi dan konferensi pers, sehingga keakuratan data dapat dipertanggungjawabkan. Pada tahap perencanaan, strategi komunikasi difokuskan untuk memulihkan kepercayaan publik melalui pemanfaatan Instagram sebagai media utama yang relevan dengan karakteristik pengguna digital, terutama generasi muda. Pelaksanaan komunikasi dilakukan dengan menyebarkan konten resmi berupa siaran langsung, infografis, dan rilis singkat yang menonjolkan ketepatan informasi. Evaluasi dilakukan melalui media monitoring untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan sekaligus menganalisis respons masyarakat terhadap konten yang disajikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Humas Mahkamah Agung mampu meningkatkan citra positif lembaga peradilan serta memperkuat kredibilitas di ruang publik digital. Pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam menjaga konsistensi pesan institusional dan memperluas jangkauan audiens secara organik. Keberhasilan ini dapat menjadi acuan bagi lembaga pemerintahan lain dalam merancang strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis evaluasi publik. Untuk pengembangan ke depan, Humas MA disarankan menambah variasi konten edukatif tentang hukum agar lebih mudah dipahami masyarakat luas, sedangkan peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji efektivitas strategi komunikasi lembaga negara di berbagai platform media sosial lain guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

REFERENCES

- @humasmahkamahagung. (2019). *Tampilan Bio dan Feed Humas MA*.
<https://www.instagram.com/humasmahkamahagung/>
- @humasmahkamahagung. (2024). *Hasil Putusan Sidang Ronald Tannur di Mahkamah Agung*.
<https://www.instagram.com/tv/DBqMCdEy5F4/?igsh=M3hhcjdtMnY3Y2M4>
- Aida Mardatillah. (2024). *3 Hakim dan 1 Pengacara Ditetapkan Tersangka Terkait Kasus*

- Ronald Tannur. Hukumonline.Com. <https://www.hukumonline.com/berita/a/3-hakim-dan-1-pengacara-ditetapkan-tersangka-terkait-kasus-ronald-tannur-lt67199d5509985/>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *Pemanfaatan fitur Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu*. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Ayuningtyas, A. D. (2025). *Rekap Korupsi 2024, Kementerian Jadi yang Paling Banyak Terlibat*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/rekap-korupsi-2024-kementerian-jadi-instansi-paling-banyak-terlibat-cZ5sh>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). *Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples*. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Cindy Muawanah Khoirunnisak, Irzum Fariyah, I. N. S. (2024). *Strategi Kehumasan dalam Membangun Citra IAIN Kudus sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan di Era Digital*.
- Erwina Rachmi Puspapertiwi, R. S. N. (2024). *Kronologi Kasus Ronald Tannur, Suap Hakim demi Bebas dari Pembunuhan*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/24/154500465/kronologi-kasus-ronald-tannur-suap-hakim-demi-bebas-dari-pembunuhan-?page=all>
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Rekonstruksi Pemikiran Dasar Natural Research*. Literasi Nusantara.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Penelitian Kualitatif Komunikasi* (D. E. Restiani, Ed.). CV Jejak.
- Jamaludin, U., Adya Pribadi, R., & Sarni, S. (2023). *Implementasi model problem based learning pada pembelajaran IPA untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis*. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(2), 3247–3256. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i2.1015>
- Kiki Safitri, I. R. (2024). *MA Bentuk Tim Pemeriksa Terkait Perkara Ronald Tannur*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2024/10/28/15374931/ma-bentuk-tim-pemeriksa-terkait-perkara-ronald-tannur>
- Laelia, I. K. K. A. (2022). *Strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif Pemerintah Kabupaten Tegal*. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 130. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65325>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). *Peran media sosial bagi humas pemerintah*. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>

- Metro TV. (2024). *BREAKING NEWS - Putusan Hakim Agung Kasus Pelanggaran Etik Majelis Hakim Ronald Tannur.* YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=mmR66D_hbhA
- Muhammad Nurulloh Jarmoko. (2025). *Citra Positif MA Meningkatkan, Dorongan Kuat untuk Reformasi Lembaga.* MARINews. [https://marinews.mahkamahagung.go.id/berita/citra-positif-ma-meningkat-dorongan-kuat-reformasi-lembaga-07#:~:text=Citra positif Mahkamah Agung \(MA,2024 sebesar 64%2C8%25](https://marinews.mahkamahagung.go.id/berita/citra-positif-ma-meningkat-dorongan-kuat-reformasi-lembaga-07#:~:text=Citra positif Mahkamah Agung (MA,2024 sebesar 64%2C8%25)
- Mutiara. (2024). *Strategi komunikasi guru kepada siswa kelas 5 SDN 01 Cisangu dalam meningkatkan kemampuan literasi digital.*
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). *Pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini.* JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). *Analisis isi konten media sosial Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga.* Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 8(2), 98–108.
- Ramahdani, L., Helmi, H., Nasution, K., Mustafaruddin, M., & Suhairi, S. (2023). *Memahami komunikasi bisnis: Strategi dan pengelolaannya.* JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing), 3(2), 87–100. <https://doi.org/10.56696/jaka.v3i2.8659>
- Ramonita, L., & Pratiwi, C. P. (2024). *Ebook strategi komunikasi digital* (Issue October).
- RI, M. A. (2025). *Laporan Tahunan Mahkamah Agung 2024.* https://kepaniteraan.mahkamahagung.go.id/images/laporan_tahunan/laptah2024/buku_laptah_2024.pdf
- Rumandang Bulan, F., & Sumayah. (2025). *Social media influence on development of Carl Casper's image in Chef: Frank Jefkin's perspective.* Surakarta English and Literature Journal, 8(1), 37–54. <https://doi.org/10.52429/selju.v8i1.295>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif.* Alfabeta.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi komunikasi: Sebuah analisis teori dan praktis di era global.* PT Remaja Rosdakarya.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah.* Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Suwatno. (2018). *Pengantar public relations kontemporer.* PT Remaja Rosdakarya.
- Tegar Roli, A. (2024). *Komunikasi digital.* Ruang Karya.
- Triyono, A. (2021). *Metode penelitian komunikasi kualitatif.* Bintang Pustaka Madani.

- Ultari Oktaviana, T. H. (2023). *Strategi komunikasi pimpinan dalam meningkatkan motivasi kinerja staf di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekda Kabupaten Tanah Datar*.
- Wamprechtsamer, P. (2024). *Transparency ideals in online PR: Between dialogue, control and authenticity*. *Journal of Communication Management*, 28(2), 211–225. <https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2023-0028>
- Wang, X. (2024). *Visual communication and branding: The role of graphic design in building brand image and recognition*. *Highlights in Art and Design*, 8(2), 19–22. <https://doi.org/10.54097/qwy32g44>
- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). *Manajemen humas dalam membangun citra lembaga: Studi multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur*. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 159–169. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i1.3355>
- Yodiansyah, H., Artuti, S., Dewi, E., Kurniadi, D., & Theo, I. (2025). *Peran humas pemerintah membangun citra positif: Analisis kasus Gubernur Kalimantan Selatan tahun 2024*. 10(1), 259–276.

