



STIA LAN MAKASSAR

Jurnal Administrasi Negara, Volume 25 Nomor 3, Desember 2019

---

---

Jurnal  
Administrasi Negara

---

---

## PERAN TAGAR #ENERGIBERKEADILAN PADA MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL

### *HASHTAG BENEFITS #ENERGIBERKEADILAN ON SOCIAL MEDIA OF THE MINISTRY OF ENERGY AND MINERAL RESOURCES*

Thoriq Ramadani

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral  
email: thoriq.ramadani@esdm.go.id

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran tanda pagar (tagar) #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM). Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dan metode studi kasus pada media sosial Kementerian ESDM. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tagar #EnergiBerkeadilan merupakan rangkuman dari Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 dan Nawa Cita Presiden Joko Widodo, yang merupakan *tagline* dari Kementerian ESDM dan diteruskan menjadi tagar di media sosial Kementerian ESDM. Tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM memiliki peran antara lain: (1) menjadi *campaign* bagi program kerja dan capaian kinerja sektor ESDM, efektifitasnya dapat dilihat dari jumlah pengikut, yang telah menembus angka lebih dari satu juta, (2) menjadi sumber pencarian terkait sektor ESDM pada media sosial (3) menjadi sarana baru gerakan sosial, dengan memerlukan kegiatan yang terencana dan dilakukan secara luas, dan (4) menjadi sarana membangun komunitas virtual, dengan kegiatan rutin Temu Netizen. Sedangkan, manfaat tagar #EnergiBerkeadilan merubah bagaimana berbicara secara verbal dan non verbal pada media sosial belum terlihat, karena tagar #EnergiBerkeadilan lebih kepada rangkuman konten di media sosial terkait sektor ESDM.

**Kata Kunci:** Tanda Pagar, Media Sosial, #EnergiBerkeadilan

#### Abstract

*This research aims to determine the hashtag benefits of #EnergiBerkeadilan on social media of the Ministry of Energy and Mineral Resources (EMR). Research with qualitative paradigms and case study on social media Ministry of EMR. The results of the study revealed that the hashtag #EnergiBerkeadilan is a summary of the 1945 Constitution and President Joko Widodo's Nawa Cita, which is a tagline from the Ministry of EMR and continues to be a hashtag on social media the Ministry of EMR. The benefits of #EnergiBerkeadilan are (1) being a campaign for work programs and performance achievements of the EMR sector, its effectiveness can be seen from the number of followers, (2) being a source of search related to the EMR sector in the media social, although easily accounts other than the Ministry of EMR account can make it, (3) become a new means of social movement, by requiring activities that are planned and carried out widely, and (4) become a means of building virtual communities, with activities Temu Netizen. Meanwhile, the benefits of changed how to speak on social media has not yet been seen, because it is more about summarizing content on social media related to the EMR sector.*

**Keywords:** Hashtag, Social Media, #EnergiBerkeadilan

## PENDAHULUAN

Presiden Joko Widodo (Jokowi) menginstruksikan kepada Menteri Kabinet Kerja, Sekretaris Kabinet, Kepala Kepolisian Negara, Jaksa Agung, Panglima Tentara Nasional Indonesia, Kepala Badan Intelijen Negara, Kepala Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Gubernur dan Bupati/Walikota untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing dalam rangka mendukung pelaksanaan komunikasi publik. Hal itu dituangkan dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Inpres berisikan perintah antara lain, pertama, menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sekorat dan lintas daerah kepada publik secara cepat dan tepat. Kedua, menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang energi dan sumber daya mineral untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

(Kementerian ESDM 2019, iv), memiliki lima tujuan dalam Rencana Strategis (Renstra) Kementerian ESDM 2015-2019, yaitu (1) terjaminnya penyediaan energi dan bahan baku domestik, (2) terwujudnya optimalisasi penerimaan negara, (3) terwujudnya subsidi energi yang lebih terarah dan harga yang kompetitif, (4) terwujudnya peningkatan investasi sektor ESDM dan (5) terwujudnya manajemen dan Sumber Daya Manusia yang profesional serta peningkatan kapasitas ilmu pengetahuan dan teknologi & pelayanan bidang geologi (ESDM, Renstra KESDM 2015-2019 2015, 83).

Dalam melaksanakan Inpres 9/2015, tugas Kementerian ESDM dan tujuan Renstra Kementerian ESDM, Kementerian ESDM melalui Biro Komunikasi Layanan Informasi Publik dan Kerja Sama (KLIK) menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan, program dan capaian kinerja. Dalam paparan yang disampaikan pada Forum Kehumasan Kementerian ESDM 2019 di Yogyakarta 18 Januari 2019, Kementerian ESDM menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, website, promosi dan pameran, ekspose di media massa (Soemanto 2019).

Secara konseptual, komunikasi pemerintahan, berarti penyampaian ide, gagasan, informasi, isi/pikiran pernyataan dari pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Sedarmayanti 2018, 179). Sistem komunikasi di lingkungan pemerintah, tidak akan dapat dilepaskan dari sistem pemerintah yang dianutnya (Suprawoto 2018, 178).

Jika para pejabat pemerintah atau birokrat memahami berbagai peristiwa komunikasi yang terjadi dalam organisasi pemerintah, seperti penerimaan pesan, pemahaman terhadap pesan, dan bagaimana pesan dilaksanakan dengan benar, kemungkinan organisasi pemerintah mencapai tujuannya sesuai dengan harapan (Buluamang and Handika 2018, 58-59). Untuk efektifnya sebuah komunikasi kebijakan diperlukan strategi komunikasi yang direncanakan secara sistematis dan dijalankan sesuai jadwal yang direncanakan (Pricahyadi and Ramadani 2019, 125-126). Humas Pemerintah menjalankan fungsi dalam mengelola komunikasi publik untuk penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah. (Ramadani, *Pengelolaan Komunikasi Publik* 2019, 13).

Menurut Indarto dalam paparannya yang dipresentasikan pada rapat narasi tunggal Kementerian ESDM 6 April 2018 di Bandung, komunikasi publik merupakan

usaha memfasilitasi masyarakat dengan informasi publik terkait kebijakan program dan kegiatan pemerintah yang sudah, sedang dan akan dilakukan (Indarto 2018). Ahmed Kurnia Soeriawidjaja dalam paparannya yang disampaikan pada Forum Kehumasan Dewan Energi Nasional (DEN) 23 Oktober 2018 di Jakarta, pengelolaan komunikasi publik adalah tata cara pengendalian informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah (Soeriawidjaja 2018). Pengelolaan komunikasi publik merupakan hal penting dalam sebuah pemerintahan. Pengelolaan komunikasi publik menjadi sarana penyampaian kebijakannya Pemerintah, baik itu program maupun capaian yang disampaikan kepada masyarakat. (Ramadani, 2019)

Salah satu metode komunikasi publik yang dilakukan oleh Kementerian ESDM adalah melalui media sosial. Kementerian ESDM memiliki beberapa akun media sosial di antaranya Facebook, Twitter, dan Instagram. Facebook memiliki pengikut terbesar sebanyak 450.991 pengikut, diikuti oleh Twitter sebesar 369.947 pengikut dan Instagram sebanyak 303.022 pengikut. Sehingga total pengikut tahun 2018 berjumlah 1.123.960 pengikut,

meningkat signifikan yang pada tahun 2017 berjumlah 659.409 pengikut.

Salah satu elemen konten pada media sosial adalah tagar (*hashtag*). Menurut Caleffi (2015) *a hashtag consists of the pound sign (#) and a string of characters as a label for the intended reference* (Shan 2016, 5). *Hashtag shows topics or themes, and it is an important innovation in communication in social media. The use of hashtags is very powerful because it is so participatory* (Mulyadi and Fitriana 2018, 49). Mulyadi dan Fitriana (2018) menjelaskan bahwa beberapa peran tanda pagar antara lain: (1) mengubah bagaimana kita berbicara secara verbal atau non verbal, (2) mengubah bagaimana menjual produk atau *campaign*, (3) menjadi perlengkapan untuk mencari sumber konten di media sosial, (4) menjadi sarana baru untuk gerakan sosial, dan (5) mengubah bagaimana membangun komunitas virtual.

Dalam konteks komunikasi pemerintahan, beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan terkait dengan tema penggunaan tanda pagar sebagai media komunikasi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan terhadap Ridwan Kamil, mengungkapkan penyebab Ridwan Kamil menggunakan media sosial dalam aktifitas komunikasinya, yaitu (1) Ridwan Kamil memiliki mimpi untuk memberi dan berbagi sebanyak mungkin manfaat bagi

masyarakat Bandung dari apa yang beliau miliki yaitu media sosial disertai jaringan kreatif dan kekuasaan formal, (2) hasil refleksi dari kepercayaan spiritual yang beliau percayai (Munandar and Suherman 2016, 429-430). Selain itu, disampaikan bahwa ternyata media sosial memiliki satu peran istimewa dalam komunikasi pemerintah yang dilakukan Ridwan Kamil dan Pemerintah Kota Bandung yaitu memperpendek dan mempermudah alur birokrasi pemerintah yang selama ini biasanya lamban dan berbelit-belit (Munandar and Suherman 2016, 430).

Penelitian lain yang dilakukan terhadap Presiden Joko Widodo (Jokowi), mengungkap bahwa melalui Video Blog (Vlog) #BaliAman, Presiden Jokowi berusaha memberikan kembali kepercayaan kepada masyarakat akan tingkat keamanan Pulau Bali pasca ledakan Gunung Agung (Besman, Adiputra and Saputra 2018, 43). Hasil penelitian menunjukkan dalam konteks bencana di Pulau Bali, Presiden Joko Widodo merepresentasikan citra dirinya sebagai pemimpin negara yang sanggup memberikan rasa aman pada masyarakat, sekaligus menghadirkan kesetaraan yang tidak berjarak antara presiden dan rakyatnya (Besman, Adiputra and Saputra 2018, 43).

Pengelolaan komunikasi melalui media sosial yang dilakukan harus disempurnakan dengan selalu melakukan analisis yang efektif mengenai jenis pesan, konteks dan efek yang ingin diciptakan. Presiden Jokowi terbilang cukup efektif dalam melakukan komunikasi jenis ini paling tidak jika diukur dengan jumlah *follower* dan *subscriber* yang ia dapatkan selama ini (Besman, Adiputra and Saputra 2018, 54).

Penelitian terdahulu tersebut menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasinya. Pada Ridwan Kamil untuk memperpendek dan mempermudah alur birokrasi, sedangkan Presiden Jokowi untuk menghadirkan kesetaraan yang tidak berjarak antara presiden dan rakyatnya. Tetapi, belum memfokuskan kepada peran penggunaan tanda pagar (tagar) atau *hashtag* (#) dalam aktifitas komunikasi di media sosial.

Berdasarkan hal di atas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut bagaimana manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM? Dengan tujuan untuk mengetahui manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dengan paradigma kualitatif dengan metode studi kasus pada

media sosial Kementerian ESDM. Teknik pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer dari wawancara terhadap *key informants* dan data sekunder berupa tinjauan literatur seperti jurnal, buku dan peraturan terkait.

Data tersebut dikelompokkan pada kesamaan kategori frasa terkait tagar #EnergiBerkeadilan untuk disajikan. Kompilasi data dilakukan dengan mengurutkan yang relevan dengan masalah penelitian. Berdasarkan data tersebut untuk memudahkan penyamaan data mengenai fakta yang ditemukan dan tinjauan yang ada.

Wawancara dilakukan kepada lima *key informants* yang dianggap memiliki kompetensi dengan media sosial dan tagar #EnergiBerkeadilan, baik itu dari lingkungan Kementerian ESDM maupun masyarakat umum. *Key informants* dari lingkungan Kementerian ESDM yaitu Tenaga Ahli Menteri ESDM yang diwawancarai pada tanggal 21 Oktober 2019, Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik, Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi yang diwawancarai pada tanggal 11 Oktober 2019. Sedangkan *key informants* dari masyarakat yaitu Desainer Grafis yang diwawancarai pada tanggal 12 Oktober 2019 dan Mahasiswa

diwawancarai pada tanggal 11 Oktober 2019.

**Tabel 1. Key Informants Penelitian**

No.	Jabatan	Keterangan
1.	Tenaga Ahli Menteri ESDM	Pembuat konsep tagar #EnergiBerkeadilan
2.	Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik	Penyiapan koordinasi dan pembinaan pengelolaan komunikasi, pelayanan informasi publik, humas dan kelembagaan, pengelolaan kerja sama lembaga negara dan masyarakat, serta tata usaha
3.	Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi	Penyiapan bahan koordinasi dan pembinaan pelaksanaan rencana dan program komunikasi dan informasi publik
4.	Desainer Grafis	Pembuat konten media social
5.	Mahasiswa	Pembuat konten media social

Sumber: Data Peneliti

Penelitian menggunakan analisis yang disampaikan Mulyadi dan Fitriana (2018) tentang tagar yang telah memberi

warna berbeda di media sosial, yaitu memberikan manfaat pada masyarakat, yaitu (1) tagar merubah bagaimana kita berbicara secara verbal atau non verbal, (2) tagar merubah bagaimana menjual produk atau *campaign*, (3) tagar menjadi perlengkapan untuk mencari sumber konten di media sosial, (4) tagar menjadi sarana baru untuk gerakan sosial, dan (5) tagar merubah bagaimana membangun komunitas virtual.

## HASIL PENELITIAN

Media sosial Kementerian ESDM berisikan tentang informasi program kerja dan capaian kinerja sektor ESDM, baik itu sub sektor minyak dan gas bumi, mineral dan batubara, ketenagalistrikan, energi baru terbarukan dan konservasi energi, geologi dan mitigasi bencana. Maupun berisikan informasi yang bersifat umum seperti hari kemerdekaan, hari raya dan prestasi anak bangsa.

Media sosial Kementerian ESDM dikelola oleh Biro Komunikasi, Layanan Informasi Publik dan Kerja Sama (KLIK). Berdasarkan Peraturan Menteri ESDM No. 13 Tahun 2016 tentang organisasi dan Tata Kerja Kementerian ESDM, Biro KLIK mempunyai tugas melaksanakan koordinasi, pembinaan, dan pelaksanaan komunikasi, layanan informasi publik, serta

pengelolaan hubungan kelembagaan dan kerja sama.

Media sosial dipilih sebagai saluran komunikasi oleh Kementerian ESDM, selain website, promosi dan pameran. Awal dimulainya #EnergiBerkeadilan, pada saat Ignasius Jonan menjadi Menteri ESDM sejak 14 Oktober 2016.

Komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian ESDM mulai ditingkatkan, salah satunya dibentuknya Tim Komunikasi Kebijakan dan Kinerja Sektor ESDM. Tim ini dibentuk dalam rangka memperkuat fungsi komunikasi publik untuk penyebarluasan informasi kebijakan dan kinerja serta pengelolaan informasi publik sektor ESDM guna membangun reputasi Kementerian ESDM yang jujur, profesional, melayani inovatif dan berarti.

Berdasarkan hasil wawancara Tenaga Ahli Menteri ESDM, Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik, Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi, Desainer Grafis dan Mahasiswa serta peninjauan literatur dalam menjawab permasalahan bagaimana manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM, akan jabarkan di bawah ini.

Saat ini tantangan kehumasan Pemerintah adalah adanya *shifting* atau

pergeseran pola komunikasi publik. Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan:

“Apakah lewat jaringan internet dan grup percakapan, sehingga ini muncul fenomena baru, masyarakat bukan konsumen informasi tapi juga produsen informasi, bisa menyebarkan informasi.”

Sebelumnya, media konvensional memberitakan tentang sesuatu hal, lalu media sosial juga memberitakannya. Lebih lanjut Tenaga Ahli Menteri ESDM mengungkapkan:

“Kita riding the wave, menumpang gelombang. Kita ada di situ, bukan di belakang atau mencegah. Kita memanfaatkan (media sosial). Media sosial memang merepotkan tapi juga potensi, kekuatan, kita harus memanfaatkan, makanya kita maksimalkan sekali.”

Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan tentang #EnergiBerkeadilan:

”Jadi, Bapak Ignasius Jonan mempertimbangkan betul bagaimana agar pengelolaan sektor ESDM memberi dampak langsung kepada masyarakat. Program yang arahnya bersentuhan dengan kepentingan masyarakat. Masyarakat bisa meningkat taraf

hidupnya, atau akses energi lebih mudah, terjangkau, selain ketersediaan juga keterjangkauan, *affordability*, sangat ditekankan. Sisi lain, harus ada mendukung iklim investasi yang bagus, sektor ESDM keseluruhan bisa memberikan kontribusi pertumbuhan perekonomian nasional. Inilah kemudian yang dirumuskan dalam Energi Berkeadilan.”

Di satu sisi, memberikan akses yang *affordability*, keterjangkauan dan ketersediaan. Selain itu, Tenaga Ahli Menteri ESDM menambahkan #EnergiBerkeadilan merujuk kepada undang-Undang Dasar (UUD) 1945 Pasal 33. Satu lagi aspek berkeadilan adalah berkelanjutan. Adil untuk generasi yang akan datang, *sustainability*.

Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik menyampaikan tagar #EnergiBerkeadilan adalah:

“Menyediakan energi secara merata dengan harga terjangkau. Meningkatkan kontribusi penerimaan negara, sekaligus memacu pertumbuhan ekonomi dan investasi.”

Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi mengatakan tagar:

“#EnergiBerkeadilan adalah memberikan akses energi secara merata kepada seluruh rakyat Indonesia melalui pembangunan infrastruktur sektor ESDM serta pengoptimalan potensi sumber energi setempat dengan harga terjangkau dan berkelanjutan.”

Menurut *Key Informant* mahasiswa #EnergiBerkeadilan adalah:

“Program pemerintah untuk pemerataan akses energi untuk seluruh masyarakat Indonesia melalui program-program infrastruktur dan pemanfaatan sumber daya di seluruh Indonesia.”

#EnergiBerkeadilan juga merupakan implementasi Nawa Cita Presiden Joko Widodo. Tenaga Ahli Menteri ESDM mengungkapkan:

“Saya kira, kita sesuai dengan visi besar Bapak Presiden, Nawa Cita. Negara hadir untuk memberikan kepastian dan iklim kondusif untuk investasi, negara hadir untuk akses energi yang terjangkau dan tersedia secara luas untuk masyarakat.”



Adapun target #EnergiBerkeadilan pada media sosial adalah satu juta pengikut (followers dan subscribers), seperti yang disampaikan Tenaga Ahli Menteri ESDM:

“Menteri targetnya satu juta followers. Alhamdulillah, sudah tercapai. Sekarang dengan potensi di Biro KLIK dan kehumasan sub sektor kita maksimalkan di sini, media sosial kita gencarkan. Kita dibanjiri informasi macam-macam, masyarakat, orang tidak bisa milih, mana yang baik benar, kita harus hadir, di situ.”

Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik, dan Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi mengungkapkan pada akhirnya jika terjadi pergantian kepemimpinan tagar #EnergiBerkeadilan bisa diganti dengan tagar lain, sesuai kebijakan pimpinan yang baru.

Hal senada juga diungkapkan Tenaga Ahli Menteri ESDM, “Adagium penting kalau bergerak di komunikasi *publish or finish*. Anda dipublikasikan atau anda habis.”

Dalam bekerja, jika tidak dipublikasikan, tidak ada artinya. Kalau publik tidak mengetahui, berarti publik mengambil kesimpulan tidak melakukan

apa-apa. Sehingga *publish* itu menjadi penting.

#### 1. Tagar #EnergiBerkeadilan Merubah Bagaimana Kita Berbicara

Dalam merubah bagaimana orang menggunakan tagar #EnergiBerkeadilan menjadi percakapan sehari-hari di media sosial (verbal non verbal) butuh proses yang melibatkan banyak orang dan sudah barang tentu menjadi kebiasaan. Mahasiswa menjelaskan:

“Berkaitan dengan tagar #EnergiBerkeadilan merupakan slogan yang menarik yang menunjukkan suatu program yang dapat dimengerti langsung oleh pembaca. Serta dapat merubah kita berbicara secara verbal maupun non verbal. Karena berkaitan dengan bagaimana kita berkomunikasi menyampaikan isi pesan yang akan disampaikan dari tagar #EnergiBerkeadilan tersebut.”

Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi menyampaikan, “Lebih ke merangkum apapun konsep/program muaranya ke #EnergiBerkeadilan.” Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik mengungkapkan, “Tagline Kementerian. Media sosial mengikuti, saja.”

Sementara itu, Desainer Grafis menyampaikan hal yang berbeda, “Tidak. Ya, lain. Otomatis tidak dipakai untuk ini.” Menurutnya, tagar #EnergiBerkeadilan tidak digunakan untuk menyampaikan sesuatu hal yang merubah komunikasi sehari-hari di media sosial, (verbal atau non verbal), tidak digunakan untuk itu, namun hanya sebatas tagar saja.

Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan: “Menurut saya fungsinya tagline identity, kita bisa bangun melalui warna color id, kalau warna ini, berarti identik dengan ini. Selanjutnya tagline, kalau ini berarti ESDM. Itu dua kata yang bisa menjelaskan banyak hal, merangkum cukup kuat menjelaskan Kementerian ESDM.”

Tagar #EnergiBerkeadilan dianggap belum merubah bagaimana berbicara secara verbal atau non verbal pada media sosial. Tagar #EnergiBerkeadilan lebih kepada rangkuman daripada program dan capaian kinerja sektor ESDM.

## 2. Tagar #EnergiBerkeadilan Merubah Bagaimana Melakukan Campaign

Kementerian tidak menjual produk namun lebih kepada campaign terhadap program dan capaian kinerja dari

Kementerian ESDM. Desainer Grafis menyampaikan:

“#EnergiBerkeadilan seperti campaign program pemerintah, untuk mensejahterakan rakyat. Mendapatkan energi secara adil, mendapatkan listrik, gas, BBM, dan minyak tanah.”

Mahasiwa menyampaikan campaign bisa terlaksana:

“Tergantung bagaimana mensosialisasikan / mempromosikan. Karena dalam perdagangan sendiri semakin dikenal dan dilihat banyak orang maka bisa merubah pandangan dan lebih mudah diterima oleh pembeli/masyarakat.”

Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi menyampaikan hal yang sama, campaign terhadap program dan capaian kinerja Kementerian ESDM, bisa dilakukan melalui media sosial. Senada dengan itu itu, Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan campaign terhadap program dan capaian kinerja bisa diterapkan pada media sosial Kementerian ESDM dan campaign tersebut lebih kepada efektifitas.

Efektifitasnya sendiri dapat dilihat dari jumlah pengikut, hal ini seiring

dengan penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap Presiden Jokowi. Presiden Jokowi terbilang cukup efektif dalam melakukan komunikasi pada media sosial, paling tidak jika diukur dengan jumlah pengikut yang ia dapatkan selama ini. Begitu juga dengan Kementerian ESDM, yang telah mendapatkan lebih dari satu juta pengikut.

### 3. Tagar #EnergiBerkeadilan Menjadi Perlengkapan Untuk Mencari Sumber Konten Di Media Sosial

Ada beberapa cara dalam melakukan pencarian sumber konten di media sosial, pada instagram dapat dilihat terhadap top, accounts, tags dan places. Pada Twitter terhadap trend, baik itu lokasi kita berada dan siapa yang kita ikuti, akun Twitter dan juga tagar. Sedangkan pada Facebook pencarian dapat dilakukan terhadap akun, tagar, posting content, grup, foto dan video.

Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi menyampaikan sangat bisa, orang menggunakan tagar #EnergiBerkeadilan untuk melakukan pencarian di media sosial. Senada, Mahasiswa mengungkapkan:

“Bisa saja. Karena #EnergiBerkeadilan sendiri mencakup banyak sekali bidang dan cakupan informasi cukup luas. Berkaitan dengan pemanfaatan

energi sebagai kebutuhan di negara kita. Tentunya bisa dijadikan sumber informasi melalui platform media.”

Pendapat berbeda disampaikan *Key Informant* Desainer Grafis, menurutnya tagar #EnergiBerkeadilan tidak dapat dijadikan sebagai sumber pencarian konten di media sosial. Ia menyampaikan bahwa tagar #EnergiBerkeadilan bukan tagar yang dapat dijadikan pencarian.

Pencarian sumber konten lumrah dan sangat bisa dilakukan pada sarana internet, seperti yang sering dilakukan dengan menggunakan google atau lebih akrab dikenal *googling*. Pada media sosial juga dapat dilakukan dengan menggunakan tagar yang memiliki relasi atau kedekatan dengan apa yang ingin kita cari.

Tagar #EnergiBerkeadilan bisa digunakan atau dijadikan sumber pencarian, memang pada hasil pencarian tidak hanya konten dari akun media sosial Kementerian ESDM saja, namun juga dari akun lainnya. Karena memang mudah untuk membuat tagar #EnergiBerkeadilan, setiap akun dapat melakukannya.

### 4. Tagar #EnergiBerkeadilan Menjadi Sarana Baru Untuk Gerakan Sosial

Gerakan sosial yang berawal dari media sosial, marak akhir-akhir ini, seperti contoh #SaveKPK. Mahasiswa menjelaskan:

“Justru dengan adanya tagar #EnergiBerkeadilan ini dapat membantu menyebarkan informasi tentang program pemerintah dan menjadi tolok ukur pembangunan energi di Indonesia sudah sampai mana. Lalu, juga masyarakat menjadi tahu dan terlayani dengan adanya program ini, akses energi dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Dan, menjadi citra yang baik pemerintah di mata masyarakat terkait pemerataan energi.”

Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi menyampaikan tagar #EnergiBerkeadilan bisa menjadi gerakan sosial. Terlebih lagi apa yang dilakukan Kementerian ESDM selama ini untuk kepentingan rakyat.

Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan bahwa apa yang diharapkan sebagai *movement* ini dari langsung dari Unit-Unit di lingkungan Kementerian ESDM:

“Misalnya ketenagalistrikan itu sangat bisa, kemudian menerjemahkan

#EnergiBerkeadilan dalam sebuah movement, misalnya gerakan untuk hemat listrik, dulu teman-teman bikin 10%. Karena semakin kita menghemat, berarti ada dampak secara luas, masyarakat kembali ke masyarakat lagi.”

Ia menambahkan bahwa garis besarnya #EnergiBerkeadilan ini berpeluang dari setiap sub sektor (Unit-Unit) di lingkungan Kementerian ESDM:

“Kemudian di Bidang Geologi, soal air tanah, Termasuk tadi, air tanah, Ini potensial untuk kita jadikan gerakan sosial, bagaimana kita bisa konservasi, bagaimana kita bisa memperlakukan air tanah dengan benar, sekaligus sebuah movement. Kalau energi baru terbarukan, misalnya kita membuat kebijakan rooftop tenaga surya, ini bisa jadi gerakan sosial.”

Sementara, Desainer Grafis menyampaikan:

“Harus ada bentuk konkritnya dulu. Tagar bisa berpengaruh jika dia dibesarkan dari sebuah peristiwa. #SaveKPK karena ada peristiwa besar yang mengancam KPK. Kalau mau seperti itu, harus ada bentuk kegiatan yang konkrit dan masif, seperti campaign dan tools-nya bisa

bermacam-macam. Contoh, mempublikasikan progress pemerataan listrik, itu bisa jadi campaign besar dan dibangunnya tidak bisa sebentar. Selain jadi tagar, juga dijadikan campaign line/tag line. Harusnya bisa disematkan di setiap post. Tapi, campaign line tetap tanpa tagar. “Energi Berkeadilan!” Lebih firm dan kuat rasanya, daripada #EnergiBerkeadilan.”

Gerakan yang timbul dari tagar #EnergiBerkeadilan belum dapat terlihat secara langsung, karena tagar #EnergiBerkeadilan merupakan tagar Kementerian ESDM secara umum. Pada khususnya sub sektor di Kementerian ESDM justru yang diharapkan menurunkan tagar #EnergiBerkeadilan dengan program dan capaian kinerja masing-masing.

Selain itu, gerakan sosial dari tagar besar dari sebuah peristiwa, diperlukan kegiatan yang terencana dan dilakukan secara luas, seperti peningkatan hemat energi, sumur bor untuk masyarakat yang kesulitan untuk mendapatkan air bersih dan pengembangan energi baru terbarukan. Sehingga, masyarakat tertarik untuk ikut dalam kegiatan tersebut.

##### 5. Tagar #EnergiBerkeadilan Merubah Bagaimana Membangun Komunitas Virtual

Komunitas virtual yang terbangun di media sosial terbentuk atas dasar kesamaan, baik itu hal yang disukai seperti hobi, maupun hal yang tidak disukai seperti bagaimana memberantas narkoba. Kepala Subbagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi menyampaikan bahwa tagar #EnergiBerkeadilan bisa membangun komunitas virtual, dengan kesamaan yang sama, yaitu menyukai dan menggeluti sektor ESDM.

Mahasiswa juga sependapat dengan menjelaskan:

“Komunikasi virtual itu kan berkaitan dengan dunia digital dan dunia informasi dari berbagai bidang dan sumber tentunya tagar #EnergiBerkeadilan dapat berkembang seiring dengan berbagai informasi dan konten yg di sebarluaskan dengan tagar #EnergiBerkeadilan.”

Selain itu, Tenaga Ahli Menteri ESDM menjelaskan bahwa Kementerian ESDM melakukan pertemuan rutin dengan kegiatan Temu Netizen, yang membahas sektor ESDM. Ia menambahkan “*Saya sendiri rutin mengumpulkan pengamat dan mengumpulkan jurnalis.*”

Walau perkembangan media sosial sangat pesat, ternyata hubungan antar manusia yang *notabene* adalah makhluk sosial juga masih penting. Dengan sarana komunitas baik itu virtual dan tatap muka atau “kopi darat” tetap perlu dilakukan, untuk mempertemukan warga net milenial dan membangun rasa kebersamaan yang semakin solid, untuk membangun sektor ESDM

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara Tenaga Ahli Menteri ESDM, Kepala Bagian Komunikasi dan Layanan Informasi Publik, Kepala Sub Bagian Rencana dan Program Komunikasi dan Informasi, Desainer Grafis, dan Mahasiswa, serta tinjauan literatur dalam penelitian yang telah dilakukan dalam menjawab permasalahan tentang bagaimana bagaimana manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM, penulis akan jabarkan di bawah ini.

Penelitian ini pada dasarnya berupaya menemukan jawaban mengenai bagaimana manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM? Berdasarkan analisa manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada Media Sosial Kementerian ESDM terlihat bahwa tagar #EnergiBerkeadilan memiliki manfaat.

Pemanfaatan tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial merupakan turunan atau mengikuti *tagline* dari Kementerian ESDM sejak kepemimpinan Menteri ESDM Ignasius Jonan. #EnergiBerkeadilan merupakan rangkuman dari Pasal 33 UUD 1945 dan Nawa Cita Presiden Jokowi.

Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan Munandar dan Suherman (2018) kepada media sosial milik Ridwan Kamil menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi pemerintahannya, untuk memperpendek dan mempermudah alur birokrasi. Pada media sosial Kementerian ESDM menerima *feedback* masyarakat dari media sosial baik itu *comment*, *direct message* maupun *retweet*.

Ini merupakan salah bentuk dari memperpendek dan mempermudah alur birokrasi, yaitu dapat secara langsung dan mudah menyampaikan masukan kepada Kementerian ESDM. Tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM menjadi elemen konten media sosial, walaupun belum ada yang menyampaikan bahwa tagar #EnergiBerkeadilan adalah identitas Kementerian ESDM.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan pada media sosial Presiden Jokowi yang dilakukan oleh Besman, Adiputra dan Saputra (2018), menjelaskan

komunikasi yang dilakukan Presiden Jokowi di media sosial untuk menghadirkan kesetaraan yang tidak berjarak antara presiden dan rakyatnya. Media sosial Kementerian ESDM juga menjadi hal yang setara yang tidak berjarak pada rakyat atau pengikut (*followers* dan *subscribers*) media sosial Kementerian ESDM.

Pengikut (*followers* dan *subscribers*) media sosial Kementerian ESDM pun dapat memberikan *mention* media sosial kementerian ESDM dan memberikan elemen tagar #EnergiBerkeadilan pada *posting*-an yang mereka buat. Dengan memberikan *mention* pada media sosial kementerian ESDM dan memberikan elemen tagar #EnergiBerkeadilan merupakan bentuk kesetaraan dan tidak berjarak.

Dari kelima manfaat yang disampaikan Mulyadi dan Fitriana (2018), empat dapat terlihat manfaatnya pada tagar #EnergiBerkeadilan. Yang pertama, manfaat tagar #EnergiBerkeadilan menjadi *campaign* terkait program dan capaian kinerja sektor ESDM pada media sosial Kementerian ESDM. Efektifitasnya dapat dilihat dari jumlah pengikut, yang telah menembus angka satu juta lebih.

Manfaat kedua, dapat terlihat bahwa tagar #EnergiBerkeadilan bisa digunakan atau dijadikan sumber

pencarian. Salah satu *key informant* menyampaikan tidak bisa dijadikan sumber pencarian, tetapi tidak dapat dipungkiri tagar dapat dijadikan sumber pencarian.

Tagar #EnergiBerkeadilan dengan mudah dibuat oleh akun selain akun media sosial Kementerian ESDM pada media sosial. Sehingga, tetap perlu dilihat kembali apakah yang membuat tagar #EnergiBerkeadilan akun Kementerian ESDM atau akun yang lain.

Tagar #Energiberkeadilan memerlukan kegiatan yang terencana dan dilakukan secara luas, untuk menjadi manfaat ketiga yaitu sarana baru gerakan sosial. Gerakan sosial ini dimaksudkan bahwa kegiatan yang merupakan gerakan yang melibatkan masyarakat untuk pengelolaan energi yang berkeadilan.

Gerakan sosial tersebut seperti mendorong peningkatan rasio ketenagalistrikan, BBM Satu Harga dan memberikan akses air bersih bagi masyarakat. Tagar #Energiberkeadilan dapat membuat masyarakat tertarik berpartisipasi pada kegiatan di atas.

Selanjutnya, pada manfaat keempat, yaitu merubah bagaimana membangun komunitas virtual. Kementerian ESDM rutin melaksanakan kegiatan Temu Netizen, dalam rangka mempertemukan pengikut akun Kementerian ESDM dan membangun rasa kebersamaan yang

semakin solid, untuk membangun sektor ESDM.

Adapun manfaat yang belum terlihat dari tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM adalah tagar #EnergiBerkeadilan dianggap belum merubah bagaimana kita berbicara secara verbal atau non verbal pada media sosial. Tagar #EnergiBerkeadilan lebih kepada rangkuman konten di media sosial terkait sektor ESDM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM, diungkapkan bahwa tagar #EnergiBerkeadilan merupakan rangkuman Pasal 33 UUD 1945 dan Nawa Cita Presiden Jokowi, yang merupakan *tagline* dari Kementerian ESDM dan diteruskan menjadi tagar di media Sosial kementerian ESDM. Adapun manfaat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM yaitu (1) menjadi *campaign* bagi program kerja dan capaian kinerja sektor ESDM, efektifitasnya dapat dilihat dari jumlah pengikut, yang telah menembus angka satu juta lebih, (2) menjadi sumber pencarian terkait sektor ESDM pada media sosial, meskipun dengan mudahnya akun selain akun

Kementerian ESDM dapat membuat tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial, (3) menjadi sarana baru gerakan sosial, dengan memerlukan kegiatan yang terencana dan dilakukan secara luas, dan (4) menjadi sarana membangun komunitas virtual, dengan kegiatan rutin Temu Netizen. Sedangkan yang belum terlihat untuk menjadi manfaat tagar #EnergiBerkeadilan adalah merubah bagaimana berbicara secara verbal dan non verbal pada media sosial, karena tagar #EnergiBerkeadilan lebih kepada rangkuman konten di media sosial terkait sektor ESDM. Saran yang dapat diberikan untuk rekomendasi penelitian selanjutnya adalah mengukur efektifitas pengelolaan komunikasi publik di Kementerian ESDM pada media sosial.

## REFERENSI

- Besman, Abie, Andika Vinianto Adiputra, and Sandi Jaya Saputra. 2018. "KOMUNIKASI PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM VLOG #BALIAMAN ." *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 21 No. 1* (SESINDO) 43-56 .
- Buluamang, Yohanes Museng Ola, and Leope Pinnega Handika. 2018. "Komunikasi Pemerintahan Antara Perangkat Daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT)." *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.21 No. 1* 57-72.
- Caleffi, Paola Maria. 2015. "The 'hashtag': A new word or a new rule?" *SKASE*



- Journal of Theoretical Linguistics, Vol. 12 Issue 2.* 46-69.
- Handika, Leope Pinnega. 2018. *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 21 No.1* 57-72.
- Indarto, J Marolli. 2018. "Efektifitas Narasi Tunggal." *Paparan dipresentasikan pada Rapat Narasi Tunggal Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral.* Bandung, April 6.
- Mulyadi, Urip, and Lisa Fitriana. 2018. "Hashtag (#) as Message Identity in Virtual Community." *Jurnal The Messenger, Vol. 10, No. 1* (School of Communication University of Miami) 44-53. Accessed Mei 9, 2014.  
<http://com.miami.edu/car/miamibeach1.htm>.
- Munandar, Haris, and Maman Suherman. 2016. "Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial ." *Prosiding Hubungan Masyarakat Volume 2, No. 1.* 423-430.
- Ramadani, Thoriq. 2019. "Implementasi Kebijakan Pengelolaan Komunikasi Publik di Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral." *Jurnal Borneo Administrator, Vol. 15 No. 1* 11-18.
- Ramadani, Thoriq. 2019. "Pengelolaan Komunikasi Publik." *Jurnal Good Governance Volume 15 No. 1* 11-27.
- Sedarmayanti. 2018. *Komunikasi Pemerintahan.* Bandung: Refika Aditama.
- Shan, Chew Min. 2016. "#SG50ShadesOfGrey – The social life of a hashtag." *#SG50ShadesOfGrey – The social life of a hashtag.* SCHOOL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES NANYANG TECHNOLOGICAL UNIVERSITY, 3 7.
- Soemanto, Ariana. 2019. "Strategi Komunikasi Humas Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral." Yogyakarta: Kementerian ESDM, Januari 18.
- Soeriawidjaja, Ahmed Kurnia. 2018. "Government Public Relations NARASI TUNGGAL." *Paparan dipresentasikan pada Forum Kehumasan Dewan Energi Nasional.* Jakarta, 10 23.
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations perkembangan & Praktik di Indonesia.* Jakarta: Prenadamedia Group.