

Strategi Humas Diskominfo Kabupaten Bogor Dalam Pengelolaan Akun Instagram @Kabupaten.Bogor Sebagai Sarana Diseminasi Informasi Publik

Keyla Intan Madaniy¹, Vivien Febri Astuti²

^{1,2} Komunikasi Digital dan Media, IPB University, Indonesia

E-mail: keyla.intan14@gmail.com¹, vivien-fas@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 04 Mei 2025

Revised: 03 Juli 2025

Accepted: 31 Juli 2025

Keywords:

Diseminasi
Informasi, Humas,
Komunikasi, Media Sosial

Abstract: Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, terutama media sosial, telah mengubah cara pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor sebagai sarana diseminasi informasi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang mengidentifikasi empat tahap kunci dalam strategi komunikasi, yaitu fact finding, planning, action and communication, serta evaluation, yang diadaptasi dari teori Cutlip, Center, dan Broom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Diskominfo berperan penting dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta memastikan informasi yang disampaikan cepat dan akurat. Meskipun demikian, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, perencanaan konten, dan koordinasi antar dinas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan efektivitas diseminasi informasi publik, Humas Diskominfo perlu memperkuat kolaborasi dan responsivitas, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada. Secara keseluruhan, pengelolaan media sosial yang efektif dapat memperkuat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta mendukung transparansi dan akuntabilitas pemerintah daerah.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin inovatif di era global, memberikan dampak signifikan bagi masyarakat yang semakin akrab dengan media sosial (Ajinegoro & Kurniawan, 2023). Media sosial menawarkan kesempatan bagi pemerintah, organisasi, dan individu untuk menyampaikan informasi secara cepat dan luas. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram. Penggunaan media sosial Instagram oleh humas pemerintahan menjadi cara yang efektif untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan

pemahaman masyarakat tentang lembaga pemerintah (Putri & Sutarjo, 2023). Platform ini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Interaksi yang terjadi di platform ini memungkinkan masyarakat untuk memberikan tanggapan dan berpartisipasi dengan isu-isu yang relevan.

Berkembangnya teknologi informasi dengan pesat membuat distribusi informasi kini dapat dilakukan melalui berbagai jenis media, yang pada gilirannya mempermudah proses diseminasi informasi kepada masyarakat luas. Diseminasi Informasi merujuk pada proses penyebaran pesan dan informasi dengan menyertakan fakta yang relevan untuk menyampaikan pesan dengan akurat dan jelas (Robbaniyah *et al.*, 2020). Kemajuan teknologi seperti media sosial Instagram berpengaruh terhadap diseminasi informasi publik. Instagram dapat mempercepat arus informasi dan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi terbaru secara cepat dan luas, sehingga diseminasi informasi publik menjadi lebih efektif. Karakteristik visual dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas, membuat Instagram dapat menjadi sarana yang ideal bagi instansi untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada audiens.

Humas pemerintah memiliki komponen penting dalam suatu lembaga sebagai sarana untuk meningkatkan pelayanan publik, terutama dalam hal penyebaran informasi (Prastowo, 2020). Humas pemerintah berperan menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta membangun citra positif melalui penyampaian informasi (Rosmala *et al.*, 2025). Publikasi menjadi salah satu tugas utama yang dilaksanakan oleh divisi humas. Melalui publikasi, opini masyarakat dapat dibentuk, sehingga menciptakan citra positif yang bermanfaat bagi pemerintah (Permini & Atmaja, 2022). Publikasi dan penyebaran informasi yang dibangun melalui pendekatan yang inovatif dan responsif, dapat meningkatkan kepercayaan publik dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, pembuatan strategi oleh humas sangat berpengaruh terhadap kesesuaian yang memengaruhi citra positif atau negatif suatu pemerintahan. Adanya relasi yang kuat juga dapat membentuk citra di suatu instansi, sehingga strategi yang dibentuk humas harus berdampak positif bagi lembaga (Ayudia & Wulandari, 2021).

Proses diseminasi informasi publik berkaitan dengan pengelolaan informasi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketersediaan informasi publik menjadi salah satu elemen kunci untuk mewujudkan pemerintahan yang transparan (Maryanti *et al.*, 2022). Sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam penyediaan informasi publik, Diskominfo Kabupaten Bogor memiliki kewajiban untuk melakukan diseminasi informasi publik dengan cara yang akurat. Populasi masyarakat yang besar dan beragam dapat menjadi tantangan tersendiri bagi humas Diskominfo dalam menyampaikan sebuah informasi. Humas Diskominfo Kabupaten Bogor memiliki tanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif dalam mempublikasikan kegiatan pemerintah. Tujuan utama dari strategi ini adalah memastikan bahwa penyebaran informasi dapat tersampaikan kepada publik dengan tepat dan jelas. Pengelolaan akun Instagram Pemkab Bogor oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor menjadi salah satu cara mendiseminasikan informasi publik, mulai dari program-program pemerintah, kebijakan publik, informasi untuk masyarakat, serta kegiatan-kegiatan yang berlangsung di daerah.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana cara Humas Diskominfo Kabupaten Bogor mendiseminasikan informasi publik melalui Instagram @kabupaten.bogor. Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu untuk mengidentifikasi strategi yang diterapkan oleh humas dan mengidentifikasi hambatan dalam mendiseminasikan informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan jawaban yang mendalam terhadap kedua rumusan masalah tersebut,

dengan fokus pada analisis media sosial yang dimanfaatkan oleh Diskominfo Kabupaten Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor sebagai sarana diseminasi informasi publik. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumajantia, Mega Purnamab, dan Anjang Priliantini mengenai "Diseminasi Informasi Publik oleh Humas Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia dalam Meningkatkan Kesadaran Publik" telah memberikan kontribusi penting. Namun, penelitian tersebut kurang mendalami analisis strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan diseminasi informasi dengan menggunakan teori komunikasi tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan bagi Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dengan pendekatan baru. Penelitian ini akan menerapkan teori komunikasi yang lebih relevan, seperti yang diusulkan oleh Cutlip, Center, dan Broom, yang mencakup empat tahap, yakni *fact finding, planning, action and communication, dan evaluation* untuk mengidentifikasi strategi humas dalam mendiseminasikan informasi publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi humas di era digital, khususnya dalam konteks komunikasi publik di Kabupaten Bogor.

LANDASAN TEORI

Strategi

Strategi merupakan suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan (Dhamayanti, 2022). Strategi menjadi sebuah elemen kunci dalam hubungan masyarakat, terutama dalam konteks komunikasi yang efektif. Strategi komunikasi yang terencana dan terarah menjadi sangat penting untuk mendukung program kehumasan agar dapat berjalan dengan lebih efektif. Penerapan strategi komunikasi dalam hubungan masyarakat pemerintahan memperhatikan faktor-faktor sosial, operasional, dan internal organisasi, guna menghasilkan strategi yang inovatif dalam menghadapi tantangan era milenial yang didorong oleh teknologi informasi (Nugraha *et al.*, 2022). Strategi yang digunakan oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor juga mencerminkan penerapan prinsip-prinsip tersebut. Humas Diskominfo berupaya untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui informasi yang cepat dan akurat.

Humas

Humas merupakan aktivitas pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyebarkan informasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Juhji, 2020). Humas pemerintah berfungsi untuk meyakinkan masyarakat agar secara aktif berpartisipasi dalam agenda program kerja yang telah disusun oleh pemerintah (Athifah & Novita, 2024). Humas berperan penting dalam lembaga pemerintahan untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, transparan, dan dapat dipahami dengan baik oleh publik.

Media Sosial

Media sosial merupakan wujud nyata dari kemajuan teknologi berbasis internet, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dalam berbagai bentuk dengan lebih mudah (Mahmudah & Rahayu, 2020). Media sosial merujuk pada pemanfaatan platform media modern yang memerlukan elemen dan saluran komunikasi publik, yang ditandai oleh aktivitas daring. Dalam konteks ini, media sosial menciptakan struktur sosial yang memungkinkan individu untuk saling berinteraksi dan berkolaborasi satu sama lain (Fayiz *et al.*). Humas Diskominfo memaksimalkan pengelolaan media sosial Instagram sebagai sarana yang

fleksibel untuk mendiseminasikan informasi kegiatan atau program yang bersangkutan dan visi dan misi pemerintah Kabupaten Bogor.

Diseminasi Informasi Publik

Diseminasi informasi publik mengacu pada proses penyebaran informasi kepada sekelompok orang agar dapat diakses dan dimanfaatkan oleh banyak orang (Maryanti *et al.*, 2022). Informasi publik merujuk pada informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, disebar, dan/atau diterima oleh lembaga publik yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas negara atau lembaga publik lainnya. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) mewajibkan badan publik untuk menyediakan informasi publik kepada pemohon, kecuali informasi yang dikecualikan. Distribusi informasi publik Kabupaten Bogor melalui media sosial merupakan tanggung jawab dari bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) di Diskominfo Kabupaten Bogor. Oleh karena itu, melalui akun Instagram @Kabupaten.Bogor, pemerintah daerah dapat menyampaikan kebijakan, program, dan kegiatan kepada masyarakat secara terbuka dengan cepat dan efisien, sehingga masyarakat dapat mengakses informasi dengan cepat dan dapat dilakukan secara dua arah melalui media sosial Instagram.

Teori Cutlip Center & Broom

Teori humas yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2006: 320) merupakan suatu kerangka kerja yang mencakup empat tahap utama dalam pengelolaan kegiatan hubungan masyarakat suatu lembaga. Pertama, *Fact Finding*, yang melibatkan pengumpulan fakta dan data mengenai opini, sikap, serta reaksi masyarakat terhadap kebijakan atau aktivitas organisasi melalui riset, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informasi ini menjadi dasar pengambilan keputusan pada tahap berikutnya. Kedua, *Planning*, humas menyusun rencana kerja dan strategi komunikasi yang sejalan dengan tujuan organisasi dan kepentingan publik, termasuk penetapan tujuan, sasaran, dan pemrograman kegiatan untuk menyampaikan pesan secara efektif. Ketiga, *Action and Communication*, adalah implementasi rencana, di mana humas melaksanakan program komunikasi melalui berbagai media dan metode, seperti acara, media massa, atau media sosial, untuk membangun hubungan positif dan memengaruhi opini publik. Keempat, *Evaluation* bertujuan untuk menilai efektivitas program humas yang telah dijalankan, dengan mengukur hasil dan *feedback* untuk bahan perbaikan strategi di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian Kualitatif merujuk pada metode penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata untuk menggambarkan dan menjelaskan makna dari berbagai fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu (Waruwu, 2023). Metode ini dipilih karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial secara mendalam, terutama dalam konteks komunikasi pada instansi pemerintahan di era digital. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa daftar pertanyaan dan *handphone* sebagai alat dokumentasi dan perekam suara. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini mencakup wawancara mendalam dengan Humas Diskominfo Kabupaten Bogor untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan. Selain itu, dilakukan observasi terhadap aktivitas media sosial Pemkab guna mengamati interaksi antara Pengelola Instagram dan masyarakat, serta partisipasi aktif melalui magang selama 5 bulan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber literatur, termasuk tulisan ilmiah, *e-book*, serta penelitian terdahulu. Subjek penelitian ini adalah Bidang Pengelolaan Informasi Komunikasi Publik (PIKP) terutama tim

humas pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor yang berada di bawah Pemerintahan Kabupaten Bogor. Dinas ini memiliki tugas untuk membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pengelolaan komunikasi, informatika, statistik, dan persandian. Sementara itu, objek penelitian ini secara khusus berfokus pada peran Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun media sosial Instagram @kabupaten.bogor dalam mendiseminasikan informasi publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pemahaman tentang media sosial menjadi hal yang penting untuk dimiliki agar dapat dimanfaatkan secara optimal, terutama oleh instansi pemerintahan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menyebarkan informasi secara efektif kepada masyarakat. Salah satu fungsi humas di lembaga pemerintahan adalah menyediakan pelayanan informasi publik dan menindaklanjutinya melalui berbagai aktivitas komunikasi. Upaya ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan dukungan publik, serta membangun persepsi, citra, dan reputasi lembaga yang positif (Nugraha *et al.*, 2020). Humas Diskominfo Kabupaten Bogor berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah daerah dan masyarakat, sesuai dengan peraturan Bupati Bogor No.122 Tahun 2021 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas Komunikasi dan Informatika. Diskominfo Kabupaten Bogor memiliki tugas untuk mempublikasikan berbagai kegiatan pemerintah daerah, yang mencakup kepala daerah dan perangkat daerah seperti dinas, kecamatan, dan kelurahan.

Strategi Diseminasi Informasi Publik melalui IG @kabupaten.bogor

Humas Diskominfo memiliki prioritas untuk mempublikasikan kegiatan pimpinan daerah, karena informasi tersebut memiliki peranan yang krusial dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tindakan yang telah dilakukan oleh pemerintah. Hal ini juga berkaitan dengan visi dan misi bupati yang dijabarkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Melalui RPJMD, program-program dinas dan kecamatan dikemas menjadi konten yang relevan untuk disebarluaskan melalui media sosial. Hal ini menjadi tugas humas dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor dalam upaya mendiseminasikan informasi publik. Hasil temuan penelitian ini mengacu pada teori strategi hubungan masyarakat yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom, yang terdiri dari empat komponen utama:

1. Fact Finding

Strategi yang diterapkan oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola akun Instagram @kabupaten.bogor untuk mendiseminasikan informasi publik kepada masyarakat dapat dibagi menjadi beberapa tahap. Tahap awal dimulai dengan melakukan riset dan penemuan fakta atau isu untuk memahami kebutuhan informasi masyarakat. Hasil wawancara dengan salah satu informan mengatakan bahwa, riset data dan informasi terkait kegiatan pemerintah didapatkan melalui grup koordinasi WhatsApp yang melibatkan 40 kecamatan dan 28 SKPD, di mana informasi terkait kegiatan dapat dibagikan secara langsung.

Humas Diskominfo memperoleh informasi dari rutinitas monitoring terhadap berbagai media, termasuk media online, media sosial, dan media cetak. Tim media sosial bertugas untuk melaporkan isu-isu negatif yang berkembang, sehingga humas dapat berkoordinasi dengan dinas terkait untuk menangani permasalahan tersebut. Isu yang bersifat terbuka akan ditangani secara langsung, sedangkan isu yang bersifat tertutup dibiarkan agar tetap menjadi tanggung jawab dinas terkait. Humas juga melakukan kolaborasi data antara informasi dari luar dan dalam untuk menciptakan konten yang lebih informatif. Namun, pengelolaan informasi ini tetap harus

mengikuti regulasi yang ada, mengingat humas merupakan bagian dari pemerintah yang memiliki batasan dan kewenangan tertentu. Penyebaran informasi oleh humas lebih mengarah pada fungsi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Masyarakat yang membutuhkan data dapat mengajukan permintaan, namun humas juga perlu memahami konteks dari permintaan tersebut.

Pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor berfokus pada publikasi kegiatan pemerintah daerah. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh kepala daerah. Namun, humas juga sedang berupaya untuk melakukan pendekatan yang juga menampilkan kegiatan dari perangkat daerah lainnya. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami bahwa dinas-dinas yang ada di Kabupaten Bogor juga aktif dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

2. Planning

Humas Diskominfo Kabupaten Bogor menerapkan berbagai strategi untuk memastikan informasi publik dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat. Proses perencanaan dan produksi konten dilakukan dengan brainstorming oleh tim humas untuk menyamakan visi dan misi. Setiap anggota tim dilibatkan dalam diskusi untuk memberikan masukan dan ide-ide kreatif. Tanggung jawab dalam pelaksanaan konten diberikan kepada orang yang tepat di bidangnya, sehingga setiap konten yang dihasilkan dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ditemukan bahwa tugas pokok Diskominfo adalah melakukan publikasi, oleh karena itu agenda-agenda maupun isu-isu yang berpotensi meningkatkan citra positif pemerintah daerah akan dicari dan diidentifikasi. Contohnya, kegiatan seperti peresmian atau pemberian bantuan kepada masyarakat dari golongan tertentu akan dipilih sebagai materi konten. Selanjutnya, konten-konten tersebut disusun dan disesuaikan agar sesuai dengan kebutuhan publikasi dan dapat menarik perhatian masyarakat secara efektif.

Penentuan tema dan frekuensi postingan menjadi salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi yang dijalankan. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, baik itu dari bupati, wakil bupati, sekretaris daerah, serta dengan luasnya wilayah Kabupaten Bogor yang mencapai 40 kecamatan dan 416 desa, menjadi prioritas untuk dipublikasikan secara cepat. Hal ini menjadikan akun Instagram @kabupaten.bogor rutin mengunggah lebih dari tiga konten setiap harinya. Humas Diskominfo berupaya untuk mengunggah konten secara konsisten, meskipun tidak selalu berkaitan dengan kegiatan pemerintah daerah. Humas dapat mendiseminasikan informasi publik yang berkaitan dengan kegiatan kecamatan, kegiatan dinas, maupun potensi wisata di Kabupaten Bogor.

3. Taking Actions and Communicating

Komunikasi antara pengelola Instagram @kabupaten.bogor dan audiens merupakan aspek penting dalam diseminasi informasi publik. Penyebaran informasi tidak hanya sekadar mengirimkan data, tetapi juga melibatkan komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat. Tugas humas sebagai pengelola Instagram Pemkab Bogor mencakup peliputan, pengambilan gambar, dan pembuatan rilis berita terkait kegiatan-kegiatan yang telah dijadwalkan, yang kemudian dikemas menjadi produk informasi untuk disebarluaskan melalui media sosial, media cetak, dan media online. Dalam hal ini, Humas Diskominfo melakukan koordinasi dengan protokol komunikasi pimpinan dilakukan untuk mendapatkan agenda kegiatan yang akan diliput.

Humas Diskominfo memiliki tim admin yang terdiri dari beberapa orang, di mana satu orang bertanggung jawab sebagai admin utama, sementara dua anggota lainnya membantu dalam pengelolaan konten. Menurut informan, semakin banyak SDM yang mengelola Instagram

@kabupaten.bogor, maka diseminasi informasi publik akan menjadi lebih efisien. Tim admin dapat saling membantu dalam mengunggah konten, terutama saat ada banyak informasi yang perlu disampaikan. Hal ini juga memungkinkan humas untuk tetap aktif di media sosial meskipun ada keterbatasan waktu dari masing-masing anggota tim.

Bedasarkan informasi yang ditemukan, informan mengemukakan bahwa admin media sosial Instagram @kabupaten.bogor tidak menggunakan template untuk membalas pesan maupun komentar dari masyarakat. Keputusan ini diambil untuk mencapai efektivitas dalam interaksi di media sosial. Menjawab komentar secara langsung, baik melalui kolom komentar maupun *Direct Message (DM)*, dianggap lebih sederhana, terutama untuk komentar yang bersifat spesifik. Meskipun penggunaan template dapat membantu dalam menjaga konsistensi dan kejelasan komunikasi, pilihan untuk memberikan jawaban yang langsung dan sesuai dengan konteks pertanyaan lebih diutamakan.

Akun Instagram @kabupaten.bogor merupakan akun resmi pemerintah, sehingga seorang humas perlu berhati-hati dalam mengelola sesuai dengan regulasi yang berlaku. Meskipun demikian, Humas Diskominfo dapat menerapkan pendekatan yang lebih santai dengan menyampaikan informasi yang dikemas secara *to the point* dan dengan konten yang ringan. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Humas Diskominfo memiliki komitmen untuk tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan, tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat. Mereka memahami bahwa tidak semua audiens memiliki pemahaman yang sama mengenai isu-isu yang diangkat. Oleh karena itu, humas berusaha untuk memberikan penjelasan yang jelas dan informatif, sehingga masyarakat dapat memahami konteks dari setiap jawaban yang diberikan.

Salah satu strategi komunikasi dalam pengelolaan akun media sosial Pemkab adalah mengembangkan branding untuk Instagram @kabupaten.bogor dengan sapaan khas "*Hai Warga*" dalam setiap interaksi. Sapaan ini bertujuan menciptakan kedekatan dengan masyarakat dan memperkuat identitas akun sebagai representasi pemerintah daerah. Admin berupaya membangun interaksi yang lebih personal dan responsif dengan memberikan informasi akurat dan edukatif. Admin juga akan melibatkan dinas dengan men-*tag* akun dinas terkait agar dapat memberikan jawaban yang lebih teknis, terutama terkait pertanyaan mengenai infrastruktur. Selain itu, penting bagi admin untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, mengingat tidak semua audiens memiliki pemahaman yang sama tentang isu-isu yang diangkat. Oleh karena itu, penjelasan yang jelas dan informatif diperlukan agar masyarakat dapat memahami konteks setiap jawaban yang diberikan.

4. Evaluation

Evaluasi pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor mencakup beberapa aspek, antara lain analisis konten, interaksi dengan audiens, serta pengukuran dampak dari setiap postingan. Humas secara rutin menganalisis konten yang telah didiseminasikan melalui media sosial Pemkab untuk menentukan tema dan jenis konten yang lebih menarik bagi masyarakat. Evaluasi konten dilihat secara langsung dari *feedback* yang diberikan oleh masyarakat, baik dalam bentuk *like*, komentar, maupun *share*. Fitur *insight* pada aplikasi Instagram juga digunakan oleh humas untuk mengukur dampak dari setiap postingan. Humas dapat menganalisis seberapa besar dampak terhadap kesadaran masyarakat mengenai kegiatan pemerintah melalui metrik yang mencakup jumlah jangkauan, impresi, dan tingkat keterlibatan (*engagement rate*). Humas Diskominfo juga rutin melakukan monitoring terhadap isu-isu yang berkembang di media sosial dan media massa. Tim monitoring akan melaporkan isu-isu negatif yang muncul, dan humas akan berkoordinasi dengan dinas terkait untuk memberikan

klarifikasi atau solusi.

Informan menyatakan bahwa humas Diskominfo Kabupaten Bogor juga memanfaatkan aplikasi yang bekerja sama dengan pihak ketiga untuk memantau tren positif dan negatif di media sosial, termasuk analisis mengenai apakah terdapat kenaikan atau penurunan dalam interaksi publik. Kerja sama ini tidak hanya melibatkan Diskominfo, tetapi juga instansi pemerintahan lainnya, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih akurat. Aplikasi ini memungkinkan humas untuk melihat isu-isu yang berkembang di masyarakat, termasuk isu-isu liar yang mungkin muncul di media sosial. Tahap evaluasi yang dilakukan oleh Humas Diskominfo memungkinkan media sosial pemerintah tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi positif terkait publikasi dan program-program pemerintah, tetapi juga untuk mengidentifikasi dan merespons isu-isu negatif yang mungkin muncul.

Hambatan dalam Mendiseminasikan Informasi Publik melalui IG @kabupaten.bogor

Diskominfo Kabupaten Bogor menghadapi beberapa hambatan yang mempengaruhi efektivitas diseminasi informasi publik melalui media sosial Instagram @kabupaten.bogor. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan, hambatan-hambatan tersebut dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu keterbatasan sumber daya manusia, *content planning*, dan koordinasi antar dinas.

Hambatan utama yang dihadapi oleh Humas Diskominfo adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Meskipun terdapat beberapa admin yang terlibat dalam pengelolaan akun oleh Humas Diskominfo, adanya tekanan pekerjaan lainnya membuat mereka kesulitan untuk fokus pada pengelolaan media sosial. Admin tidak hanya bertanggung jawab untuk mengelola akun Instagram, tetapi juga memiliki tugas lain yang menyita waktu dan perhatian mereka. Hal ini mengakibatkan respons terhadap komentar dan pertanyaan dari masyarakat menjadi lambat, serta mengurangi interaksi dua arah yang seharusnya terjadi di platform tersebut.

Pengelolaan konten oleh Humas Diskominfo menunjukkan bahwa mereka memiliki rencana konten yang ideal, tetapi sering kali tidak dapat melaksanakannya secara optimal karena keterbatasan waktu dan sumber daya. Saat ini, fokus utama mereka adalah pada kegiatan pemerintah daerah, sehingga konten yang lebih beragam dan menarik bagi masyarakat menjadi terabaikan. Meskipun ada upaya untuk mengangkat konten dari kegiatan kecamatan atau desa wisata, keterbatasan sumber daya manusia menyulitkan pelaksanaannya secara konsisten.

Hambatan dalam pengelolaan akun Instagram Pemkab oleh Humas Diskominfo tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia, tetapi juga oleh kurangnya inisiatif dari beberapa dinas untuk berkolaborasi dalam diseminasi informasi publik. Idealnya, dinas yang telah menyiapkan konten seharusnya memposting terlebih dahulu dan mengajak kolaborasi dengan akun Instagram Pemkab. Namun, dalam praktiknya, sering kali Pemkab yang lebih dulu menginisiasi kolaborasi. Hal ini mengakibatkan informasi yang seharusnya dapat dipublikasikan menjadi terhambat. Selain itu, beberapa dinas cenderung tertutup dan tidak terbuka untuk berkolaborasi, sehingga menghambat upaya humas untuk menyampaikan informasi yang lebih komprehensif kepada masyarakat.

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor mencakup keterbatasan sumber daya manusia, anggaran, peralatan, koordinasi antar dinas, dan responsivitas terhadap audiens. Untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik, Humas perlu mengatasi hambatan-hambatan ini dengan memperkuat kolaborasi antar dinas, meningkatkan responsivitas, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Humas Diskominfo Kabupaten Bogor telah menerapkan strategi komunikasi dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor sebagai sarana diseminasi informasi publik. Strategi yang dijalankan mencakup empat tahap kunci, yaitu *fact finding, planning, action and communication*, serta *evaluation*. Hal ini menunjukkan keselarasan yang kuat dengan teori hubungan masyarakat yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Setiap tahap dalam teori tersebut penting untuk memastikan pesan yang disampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Melalui strategi yang diterapkan, Humas Diskominfo Kabupaten Bogor berkontribusi pada transparansi dan akuntabilitas pemerintah, yang merupakan prinsip dasar dalam diseminasi informasi publik.

Secara keseluruhan, hambatan-hambatan yang dihadapi Humas Diskominfo dalam pengelolaan akun Instagram @kabupaten.bogor menunjukkan perlunya peningkatan koordinasi, alokasi sumber daya, dan inisiatif kolaborasi antar dinas. Mengatasi kendala tersebut menjadi langkah penting bagi humas agar diseminasi informasi publik dapat berjalan lebih optimal, sehingga masyarakat dapat menerima informasi yang akurat, tepat waktu, dan komprehensif. Upaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintah tidak hanya bergantung pada strategi komunikasi yang baik, tetapi juga pada kemampuan untuk mengatasi tantangan yang ada dalam pengelolaan informasi publik. Humas Diskominfo perlu terus berinovasi dalam penyampaian informasi guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta meningkatkan citra positif pemerintah daerah. Pengelolaan media sosial yang baik dapat menjadi alat yang kuat untuk memperkuat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, sekaligus mendukung tujuan pembangunan daerah yang lebih inklusif dan partisipatif.

DAFTAR REFERENSI

- Athifah, F., K., N., & Novita, S. (2024). Strategi Humas Jawa Barat Dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 4(1), 61–68.
- Ayudia, A., P., & Wulandari, S., S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 249–268.
- Cutlip, S., M., Center, A., H., & Broom, G., M. (2006). *Effective public relations* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Dhamayanti, P., V. (2022). Systematic literature review: Pengaruh strategi pembelajaran inkuiri terhadap kemampuan berpikir kritis peserta didik. *Indonesian Journal of Educational Development (IJED)*, 3(2), 209-219.
- Fayiz, Z., Saeni., R., & Kunci, K. (n.d.). (2022). Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare dalam Mengelola Media Sosial sebagai Media Informasi Covid-19. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 32-41.
- Juhji. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Mahmudah, S., M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Maryanti, S., Komariah, N., & Rodiah, S. (2022). Diseminasi informasi publik oleh pejabat pengelola informasi dan dokumentasi Kota Banjar sebagai upaya keterbukaan informasi publik. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 517-533.
- Permini, N., L., P., E., & Atmaja, I., M., W., K. (2022). Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 620–632.

-
- Nugraha, A., R., et al. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221-239.
- Nugraha, A., R., Sjoraida, D., F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286.
- Prastowo, FX., A., A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *Profesi Humas*, 5(1), 17-31.
- Putri, Y., D., & Sutarjo, M., A., S. (2023). Strategi humas pemerintahan Kota Bandung dalam mengelola media sosial Instagram @humas_bandung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198-3205.
- Rosmala., et al. (2025). Peran Humas Pemerintah Membangun Citra Positif: (Analisis Kasus Gubernur Kalimantan Selatan Tahun 2024). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 10(1), 259-276.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(1). 2896-2910.