

Pengelolaan Konten Instagram sebagai Praktik Humas Digital dalam Penyampaian Informasi Publik DPRD Kabupaten Bogor

Ginandita Novi Andhini¹, Abung Supama Wijaya²

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

E-mail: ginanditaniviandhini@gmail.com¹

Article History:

Received: 05 Juli 2026

Revised: 17 Juli 2026

Accepted: 23 Juli 2026

Keywords: *Pengelolaan konten, Humas digital, Media sosial Instagram, Informasi publik, POAC*

Abstract: *Penelitian ini mengkaji pengelolaan konten media sosial Instagram sebagai praktik humas digital dalam penyampaian informasi publik di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Tujuannya adalah untuk menganalisis proses pengelolaan konten serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan partisipasi aktif di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten telah mengacu pada fungsi manajemen POAC, yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling, namun implementasinya belum berjalan optimal karena perencanaan konten belum konsisten, keterbatasan sumber daya manusia, serta evaluasi konten yang masih dilakukan secara berkala. Konten yang dipublikasikan masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan, khususnya pada kategori legislasi, sehingga pemanfaatan media sosial cenderung berfokus pada penyampaian aktivitas kelembagaan. Meskipun demikian, Instagram tetap berperan dalam menyampaikan informasi publik terkait kegiatan dan kinerja DPRD kepada masyarakat secara lebih luas.*

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi komponen integral dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk di Indonesia. Menjelang tahun 2025, penggunaan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan We Are Social (2025), pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 180 juta orang atau 62,9% dari total populasi. Angka yang tinggi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai saluran utama untuk mengakses dan menyebarkan informasi. Kondisi ini mendorong perubahan dalam pola komunikasi publik, di mana masyarakat menuntut informasi yang lebih cepat, terbuka, dan mudah diakses.

Perkembangan media sosial berkaitan erat dengan tuntutan transparansi informasi publik sebagai elemen integral dari praktik demokrasi. Keterbukaan informasi merupakan salah satu pilar utama yang memastikan kelancaran proses demokrasi. Keterbukaan informasi ini telah diatur

dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang mewajibkan setiap badan publik untuk menyediakan informasi secara cepat, tepat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah dituntut untuk mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi publik yang efektif, sekaligus sebagai bentuk implementasi prinsip transparansi (Azka & Najicha, 2022).

Perkembangan teknologi digital mendorong pemanfaatan media sosial oleh berbagai lembaga pemerintah sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan kebijakan dan aktivitas pemerintah, tetapi juga menjadi sarana interaksi antara pemerintah dan masyarakat, serta membantu membangun citra positif lembaga (Siregar *et al.* 2023). Pengelolaan media sosial di lembaga pemerintah umumnya dilakukan oleh bagian hubungan masyarakat (humas) sebagai bentuk praktik humas digital. Sejalan dengan penelitian Pasha (2022), penyampaian informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan dan mempertahankan citra positif lembaga di mata masyarakat.

Instagram merupakan salah satu *platform* yang sering dimanfaatkan untuk komunikasi publik karena sifatnya yang visual dan memiliki jangkauan yang luas sehingga dianggap efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses (Widyaputri *et al.* 2022). Konten visual seperti gambar dan video lebih mudah dipahami serta mampu menarik perhatian masyarakat dibandingkan dengan teks panjang, sehingga Instagram menjadi media yang potensial untuk menyebarkan informasi publik (Syarifudin & Dharmawan, 2025).

DPRD Kabupaten Bogor melalui Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor memanfaatkan Instagram sebagai media penyampaian informasi publik. Pengelolaan akun dilakukan oleh Sub Bagian Humas Protokol dan Publikasi melalui akun resmi @setwankabbogor dan @dprd.kabupatenbogor_official. Akun tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, kebijakan, serta tugas DPRD dalam bentuk konten visual dan audiovisual. Agar informasi mudah dipahami, pengelolaan konten Instagram harus direncanakan dan dilakukan dengan baik. Pengelolaan ini meliputi perencanaan, pembuatan, publikasi, dan analisis kinerja konten untuk mencapai tujuan komunikasi (Pramudita & Saleh, 2025). Selain itu, penting untuk memperhatikan aspek visual dan relevansi pesan agar informasi jelas bagi publik.

Meskipun Instagram telah dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi publik, konten yang dipublikasikan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan yang bersifat informatif satu arah. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulida (2021) bahwa meskipun lembaga pemerintah di Indonesia telah memanfaatkan media sosial, komunikasi yang dilakukan umumnya belum bersifat dialogis dan minim interaksi dengan masyarakat. Proses pengelolaan konten juga cenderung mengikuti agenda kegiatan yang berlangsung, sehingga aspek perencanaan konten belum sepenuhnya terlihat terstruktur secara strategis. Selain itu, evaluasi terhadap performa konten belum tampak dilakukan secara optimal, sehingga efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi publik belum dapat dinilai secara menyeluruh.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pada instansi pemerintah memiliki peran penting dalam penyampaian informasi publik. Penelitian Yanti dan Riofita (2025) tentang Efektifitas Media Sosial Pemerintah dalam Meningkatkan Akses dan Kualitas Pelayanan Publik di Era Digital, membahas media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi publik yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun interaksi dengan masyarakat. Sementara itu, penelitian lainnya oleh Akbar dan Muksin (2025) yang berjudul Strategi *Government Public Relations* dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram @Kementerianpertanian mengenai pengelolaan media sosial Instagram pada instansi pemerintah

.....

menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang terencana memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas penyampaian informasi publik. Pengelolaan media sosial mencakup dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, perencanaan konten, pelaksanaan komunikasi, hingga evaluasi berbasis data *engagement*.

Kedua penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek interaksi dan strategi komunikasi yang terstruktur. Penelitian tersebut belum secara spesifik menjelaskan bagaimana proses pengelolaan konten dilakukan dalam praktik sehari-hari, khususnya pada tahap produksi hingga publikasi konten di *platform* Instagram pada instansi pemerintah daerah. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengelolaan konten media sosial Instagram di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor sebagai upaya untuk mengisi keterbatasan penelitian sebelumnya, dengan menggambarkan bagaimana proses pengelolaan konten dilakukan dalam praktik sehari-hari, khususnya pada tahap produksi hingga publikasi, serta bagaimana konten tersebut berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengelolaan konten media sosial Instagram dalam penyampaian informasi publik di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengelolaan konten tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai situasi yang diteliti. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, serta menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan yang ditetapkan (Nartin *et al.* 2024). Pendekatan ini dipilih untuk memahami proses pengelolaan konten media sosial Instagram dalam penyampaian informasi publik di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengelolaannya.

Penelitian ini dilaksanakan di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, berlokasi di Jl. Tegar Beriman No. 45, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Unit analisis dalam penelitian ini meliputi akun Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, yaitu @setwankabbogor dan @dprd.kabupatenbogor_official, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan konten media sosial, khususnya tim Humas Protokol dan Publikasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data memegang peranan penting dalam penelitian karena kualitas dan ketepatannya akan sangat menentukan validitas serta keakuratan hasil yang diperoleh (Sulung & Muspawi, 2024). Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan dan observasi pengelolaan konten. Sementara itu, data sekunder berasal dari artikel ilmiah, arsip publikasi, serta sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, studi literatur, dan partisipasi aktif. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas pengelolaan konten media sosial di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Wawancara dilakukan kepada pihak yang terlibat untuk informasi lebih mendalam mengenai proses pengelolaan konten. Studi literatur digunakan sebagai data pendukung melalui berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian, dan partisipasi aktif dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam pengelolaan konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konten Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor

Informasi mengenai karakteristik konten yang dipublikasikan pada akun Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor diperoleh melalui proses identifikasi dan pengelompokan

.....

konten ke dalam beberapa kategori. Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan jenis konten, cara penyajian, frekuensi kemunculan dalam bentuk persentase, serta tujuan penyampaian informasi publik pada setiap unggahan. Hasil pengelompokan tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Konten Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor

Kategori/Jenis Konten	Cara Penyajian Konten	Persentase Kemunculan	Fungsi Konten sebagai Informasi Publik
Legislasi	Dokumentasi kegiatan rapat DPRD, seperti rapat paripurna, rapat badan musyawarah, serta rapat kedewanan lainnya.	60%	Menyampaikan informasi terkait kegiatan rapat dan proses legislasi DPRD.
Pengawasan	Dokumentasi kegiatan kunjungan kerja, reses, sidak komisi, dan monitoring program pemerintah daerah.	20%	Memberikan informasi mengenai kegiatan pengawasan DPRD terhadap program pemerintah daerah.
Seremonial	Dokumentasi peringatan hari besar nasional dan daerah, seperti Hari Jadi Bogor (HJB) dan lainnya.	10%	Menyampaikan informasi terkait kegiatan seremonial dan peringatan hari besar.
Variatif dan Informatif	Konten penjelasan mengenai tugas dan fungsi DPRD, pengenalan anggota DPRD, serta informasi terkait komisi.	10%	Memberikan informasi dan edukasi mengenai tugas, fungsi, serta struktur DPRD.

Data dalam tabel di atas menunjukkan bahwa konten Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor didominasi oleh konten dokumentasi kegiatan, terutama dalam kategori legislasi yang mencapai 60% Konten tersebut umumnya berupa dokumentasi kegiatan rapat paripurna, rapat badan musyawarah, serta kegiatan kedewanan lainnya. Konten pengawasan memiliki persentase sebesar 20% dan berisi dokumentasi kegiatan reses, kunjungan kerja, sidak komisi, serta monitoring terhadap pelaksanaan program pemerintah daerah. Sementara itu, konten seremonial dan konten variatif informatif masing-masing memiliki persentase sebesar 10% Konten seremonial berisi dokumentasi kegiatan peringatan hari besar dan acara resmi daerah, sedangkan konten variatif informatif memuat penjelasan mengenai tugas dan fungsi DPRD, pengenalan anggota DPRD, serta informasi terkait komisi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sebagian besar konten yang dipublikasikan masih berfokus pada dokumentasi kegiatan formal dan penyampaian informasi kelembagaan. Konten yang memuat informasi edukatif tentang fungsi DPRD masih lebih sedikit dibandingkan konten yang berisi dokumentasi kegiatan.

Dominasi konten dokumentasi pada Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor menunjukkan bahwa media sosial lebih difokuskan sebagai sarana penyampaian kegiatan kelembagaan dibandingkan sebagai media komunikasi publik yang bersifat interaktif dan edukatif.

Menurut Syarifudin dan Dharmawan (2025), komunikasi publik di media sosial tidak hanya berupa penyampaian informasi satu arah, tetapi juga harus mampu mengakomodasi dialog dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Fokus konten mengenai proses rapat dan fungsi legislasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor berfungsi untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan rapat sebagai bentuk transparansi kinerja DPRD kepada publik, sejalan dengan peran media sosial dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas kinerja lembaga publik dengan memungkinkan akses informasi yang lebih terbuka kepada masyarakat (Supriyatno *et al.*, 2024).

Konten pengawasan yang menampilkan kegiatan reses, kunjungan kerja, dan monitoring program pemerintah daerah menunjukkan upaya Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam menyampaikan fungsi pengawasan kepada masyarakat. Melalui konten tersebut, masyarakat dapat memahami peran Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam mengawasi pelaksanaan program pemerintah, terutama dalam upaya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Hal ini sejalan dengan peran media sosial dalam memperluas akses informasi publik, memperkuat keterbukaan informasi, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam mengawasi kinerja lembaga pemerintah (Suhendra *et al.*, 2024).

Sementara itu, keberadaan konten seremonial berperan dalam menyampaikan informasi terkait acara resmi dan simbolis di tingkat daerah, yang juga membantu memperkuat citra kelembagaan Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Penelitian Ramadhani (2025), menjelaskan citra organisasi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik, citra positif dapat mendorong persepsi yang baik serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga. Di sisi lain, konten variatif dan informatif menunjukkan adanya upaya untuk menghadirkan informasi yang lebih edukatif untuk mendidik masyarakat, seperti penjelasan mengenai tugas dan fungsi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor serta pengenalan anggota dan struktur kelembagaannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten media sosial masih lebih berorientasi pada publikasi aktivitas kelembagaan.

Secara keseluruhan, penggunaan media sosial oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor lebih banyak difokuskan pada dokumentasi dan publikasi acara formal. Meskipun Instagram telah berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada publik, fokus utamanya masih pada pelaporan kegiatan, sehingga perannya sebagai media informasi yang bersifat informatif dan edukatif belum sepenuhnya optimal. Hal ini juga didukung oleh penelitian Fadli *et al.*, (2025) yang menyoroti dominasi konten seremonial dan terbatasnya konten substantif terkait fungsi anggaran dan pengawasan di akun @setwankabbogor.

Pengelolaan konten media sosial Instagram pada Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor

Pengelolaan konten media sosial Instagram pada Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dianalisis menggunakan teori manajemen POAC yang dikemukakan oleh George R. Terry (1992), yang meliputi empat fungsi utama, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan). Keempat fungsi tersebut saling berkaitan dan menjadi pedoman dalam mengelola aktivitas komunikasi, termasuk dalam pengelolaan media sosial sebagai praktik humas digital. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan kondisi nyata yang diamati melalui proses observasi.

Sub Bagian Humas Protokol dan Publikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor mengelola dua akun Instagram, yaitu @setwankabbogor dan @dprd.kabupatenbogor_official. Kedua akun tersebut memiliki fungsi yang berbeda, di mana akun @setwankabbogor menyajikan konten yang lebih variatif terkait kegiatan pimpinan dan sekretariat, sementara @dprd.kabupatenbogor_official lebih berfokus pada kegiatan kedewanan.

1) *Planning* (perencanaan)

.....

Content planning merupakan awal dari bagian penting pengelolaan media sosial yang efektif. Perencanaan konten yang sistematis membantu instansi untuk menjaga konsistensi, meningkatkan interaksi dengan audiens, dan membangun citra yang positif (Syarif *et al.*, 2025). Proses perencanaan konten dimulai dengan sesi *brainstorming* yang dilakukan oleh tim humas. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengumpulkan berbagai ide konten yang sesuai dengan aktivitas sekretariat dan kedewanan. Setelah *brainstorming*, ide-ide tersebut diseleksi untuk menentukan mana yang layak untuk diproduksi dan dikembangkan lebih lanjut. Ide-ide yang terpilih kemudian dimasukkan ke dalam *content planner* atau kalender konten. Kalender konten ini berfungsi sebagai panduan untuk menentukan jadwal unggahan, tema konten, bentuk konten, hingga penyusunan caption. Selain itu, kalender ini juga dapat memuat *benchmark* atau contoh konten acuan, deskripsi isi konten, serta rincian tanggal unggahan. *Content planner* juga berperan dalam membantu tim memantau perkembangan produksi konten dari tahap perencanaan hingga publikasi. Namun, dalam praktiknya, perencanaan konten belum berjalan dengan optimal karena sebagian besar konten masih mengikuti agenda kegiatan DPRD yang bersifat tentatif.

2) *Organizing* (pengorganisasian)

Fungsi *organizing* dalam manajemen pengelolaan konten menekankan pada pentingnya pembagian tugas, penentuan peran, serta koordinasi kerja yang jelas agar aktivitas organisasi dapat berjalan secara efisien (Syahrir *et al.*, 2025). Pengorganisasian dilakukan dengan membagi tugas kepada tim humas yang terdiri dari 12 orang. Pembagian kerja disesuaikan dengan tugas dan fungsi kegiatan humas di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor termasuk publikasi dan dokumentasi. Khusus untuk kegiatan publikasi dan dokumentasi terdapat empat orang yang mengelola berbagai kanal, mencakup publikasi media *online*, videotron, dan media sosial. Namun dalam praktiknya, pengelolaan media sosial secara teknis masih ditugaskan kepada satu orang, sementara anggota tim lainnya lebih banyak berfokus pada kegiatan dokumentasi dan publikasi secara umum. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembagian tugas dalam pengelolaan media sosial belum sepenuhnya terdistribusi secara merata.

3) *Actuating* (pelaksanaan)

Tahap pelaksanaan mencakup proses produksi hingga publikasi konten. Proses produksi dimulai dari pengambilan gambar atau video yang umumnya menggunakan perangkat pribadi milik staf. Pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan standar teknis, seperti penggunaan resolusi tinggi (4K) untuk menjaga kualitas visual serta mempertahankan *angle* yang baik. Selanjutnya, konten masuk ke tahap editing. Proses editing disesuaikan dengan jenis konten yang dibuat. Konten dokumentasi cenderung menggunakan teknik editing sederhana seperti *cut to cut* dan penambahan transisi, sedangkan konten variatif dibuat lebih menarik dengan tambahan elemen visual seperti *pop up*. Setiap konten juga dilengkapi dengan elemen identitas visual, antara lain logo DPRD Kabupaten Bogor, logo Tegar Beriman, dan logo Kabupaten Bogor, yang ditempatkan sebagai *header* dan *footer* pada setiap konten yang dipublikasikan. Setelah proses editing, tahap berikutnya adalah penyusunan *caption* sebagai penjelasan isi konten. *Caption* disusun secara ringkas dengan format yang mencantumkan lokasi, nama kegiatan, serta penjelasan singkat mengenai agenda atau pokok bahasan rapat tersebut sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Menurut Dewi dan Bachtiar (2025), strategi distribusi konten yang dirancang dengan baik berperan penting dalam

meningkatkan jangkauan, efektivitas komunikasi, dan interaksi audiens terhadap konten digital yang dipublikasikan.

4) *Controlling* (pengawasan)

Tahap pengawasan melibatkan proses publikasi dan evaluasi konten. Publikasi konten dokumentasi dapat dilakukan tanpa persetujuan dari pimpinan Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Namun, konten yang bersifat variatif dan edukatif memerlukan koordinasi terlebih dahulu agar lebih terarah dan sesuai dengan kebijakan sekretariat. Evaluasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur *insight* Instagram, seperti jumlah tayangan (*views*), *likes*, komentar, dan peningkatan *followers*, untuk menilai sejauh mana konten tersebut dapat menjangkau publik. Evaluasi ini memainkan peran penting dalam menentukan arah konten konten berikutnya agar tetap relevan, menarik, dan mampu membangun loyalitas (Prameswari, 2025). Hasil evaluasi ini digunakan sebagai bahan laporan berkala dan acuan dalam meningkatkan efektivitas konten sebagai sarana penyampaian informasi publik, terutama untuk memperkuat transparansi kinerja dan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga legislatif. Evaluasi di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dilakukan secara berkala.

Tantangan dan Kendala dalam Pengelolaan Konten Instagram

Tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Sub Bagian Humas Protokol dan Publikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam pengelolaan konten media sosial Instagram menunjukkan bahwa proses pengelolaan konten belum sepenuhnya berjalan optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Aisyah dan Pramusinto (2026) yang menunjukkan bahwa masalah utama dalam pengelolaan media sosial di instansi pemerintah umumnya bukan terletak pada ketersediaan *platform digital*, melainkan pada belum optimalnya integrasi fungsi manajemen, yakni *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam pengelolaan komunikasi digital. Berdasarkan hasil wawancara, kendala yang dihadapi berkaitan dengan aspek waktu perencanaan, sumber daya manusia, serta sarana pendukung dalam produksi konten.

Salah satu kendala utama terletak pada belum optimalnya proses perencanaan konten. Dalam hal ini, tim humas belum dapat secara konsisten menyusun *content planner* atau kalender konten secara terstruktur. Syarif *et al.* (2025) menjelaskan bahwa *content planning* yang terstruktur berperan penting dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan keterlibatan audiens. Keberhasilan komunikasi digital instansi pemerintah juga sangat bergantung pada strategi konten yang matang dan berkelanjutan. Hal ini disebabkan oleh sifat kegiatan DPRD yang cenderung tentatif, sehingga produksi konten lebih banyak mengikuti kegiatan yang berlangsung, bukan berdasarkan perencanaan yang terjadwal. Kendala lain yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial. Meskipun jumlah staf humas cukup banyak, pengelolaan media sosial masih ditangani oleh satu orang. Hal ini menyebabkan beban kerja yang cukup tinggi, terutama dalam proses produksi, editing, hingga publikasi konten. Staf Humas Protokol dan Publikasi selaku informan menyampaikan bahwa pekerjaan kreatif, seperti pengelolaan media sosial, tidak dapat ditangani oleh satu individu saja, melainkan membutuhkan kerja tim. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi tugas dalam pengelolaan media sosial belum sepenuhnya optimal.

Keterbatasan peralatan juga menjadi kendala dalam proses produksi konten. Tim humas masih menggunakan perangkat pribadi, seperti telepon genggam dan kamera, untuk mengambil gambar dan merekam video. Selain itu, keterbatasan penggunaan *talent* dalam pembuatan konten juga menjadi kendala, dalam hal ini terutama dirasakan ketika tim ingin memproduksi konten yang bersifat variatif dan edukatif, yang membutuhkan peran individu sebagai penyampai pesan.

.....

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan konten media sosial Instagram sebagai praktik humas digital dalam penyampaian informasi publik di Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan konten yang dilakukan oleh Sub Bagian Humas Protokol dan Publikasi pada dasarnya telah mengacu pada fungsi manajemen POAC, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan).

Pengelolaan konten dilakukan melalui proses perencanaan ide konten, pembagian tugas tim humas, produksi dan publikasi konten, serta evaluasi menggunakan fitur *insight* Instagram. Namun, implementasi keempat fungsi tersebut belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Pada tahap perencanaan, penyusunan content planner belum dilakukan secara konsisten karena pengelolaan konten masih menyesuaikan agenda kegiatan yang bersifat tentatif. Dari sisi pengorganisasian, pengelolaan media sosial belum terdistribusi secara merata dan masih ditangani oleh satu orang. Pada tahap pelaksanaan, proses produksi konten telah berjalan, namun masih menghadapi keterbatasan peralatan pendukung dalam proses produksi konten. Sementara itu, pada tahap pengawasan, evaluasi konten telah dilakukan melalui fitur *insight* Instagram, namun pelaksanaannya masih bersifat berkala.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor didominasi oleh dokumentasi kegiatan, dengan kategori konten legislasi mencapai 60%. Dominasi tersebut menggambarkan bahwa media sosial lebih banyak digunakan untuk mempublikasikan aktivitas kelembagaan, terutama yang berkaitan dengan fungsi legislasi DPRD. Meskipun demikian, media sosial tetap berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan DPRD kepada masyarakat dan mendukung keterbukaan informasi publik.

Pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyampaian informasi publik telah memberikan akses bagi masyarakat untuk mengetahui kegiatan dan kinerja Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor. Akan tetapi, informasi yang disampaikan umumnya dikemas dalam bentuk dokumentasi kegiatan yang mengikuti agenda yang berlangsung. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, belum optimalnya perencanaan konten, serta keterbatasan perangkat produksi konten. Berdasarkan temuan tersebut, Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor perlu memperkuat penerapan pedoman pengelolaan konten media sosial yang telah disusun agar dapat digunakan secara konsisten oleh tim humas. Penerapan pedoman ini penting untuk menjaga kualitas visual, kejelasan penyampaian pesan, serta meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada publik.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S. F., & Pramusinto, H. (2026). Manajemen pengelolaan media sosial sebagai sarana komunikasi massa di Dinas Pendidikan Kota Semarang. *Journal of Authentic Research*, 5(2), 2919-2936.
- Akbar, N. A., & Muksin, N. N. (2025). Strategi government public relations dalam pengelolaan media sosial Instagram @Kementerianpertanian. *Kajian Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 158-172. <https://doi.org/10.62383/kajian.v2i4.811>.
- Azka, H. N., & Najicha, F. U. (2022). Penerapan keterbukaan informasi publik sebagai upaya mewujudkan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 597-602.
- Dewi, I. R., & Bachtiar, W. (2025). Strategi komunikasi digital melalui produksi konten video oleh

- content creator di redaksi Suara.com. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(5), 2517-2531. DOI: 10.56338/jks.v8i5.7620.
- Fadli, M. A., Musyarofi, A., Rafli, M., & Razab, A. R. N. (2025). Optimalisasi peran humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam meningkatkan transparansi lembaga melalui pemanfaatan media sosial. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(4), 84-95. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i4.1020>.
- Maulida, R. A. (2021). Optimalisasi peran humas pemerintah dalam menciptakan hubungan dialogis antara pemerintah dengan masyarakat pada Kabupaten Lebak. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 478-486. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.32816>.
- Nartin, Faturrahman, Deni, A., Santoso, Y. H., Paharuddin, Suacana, I. W. G., Indrayani, E., Utama, F. Y., Tarigan, W. J., & Eliyah. (2024). Metode penelitian kualitatif. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Pasha, J. R. (2022). Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintahan pada Bagian Humas Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Sabang Provinsi Aceh [Skripsi, IPDN].
- Prameswari, A. N. (2025). Strategi pengelolaan media sosial Instagram @pertamina.corpu sebagai sarana branding. *Brand Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).
- Pramudita, Y. M., & Saleh, A. (2025). Pengelolaan konten media sosial sebagai bentuk sarana informasi PT Graha Andrasenta Propertindol. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4(2), 526-535.
- Ramadhani, N. S. (2025). Peran strategi komunikasi public relation dalam membangun citra positif perusahaan. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 3(11), 1112-1117.
- Siregar, R. B. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2023). Analisis penggunaan media sosial Instagram terhadap komunikasi pembangunan di Kota Medan. *Sibatik Journal*, 2(3), 1047-1058.
- Suhendra, S., Supriyanto, B., & Marhamah, F. S. (2024). Mengurai potensi media sosial dalam memperkuat implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik. *Jurnal Media Administrasi*, 9(1), 157-168. <https://doi.org/10.56444/jma.v9i1.1540>.
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796-7810. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>.
- Syahrir, A. P., Andini, V. M., Barunawati, S. R., Kristina, S. M., & Purba, H. (2025). Manajemen konten digital Oops On Air Global FM berdasarkan teori POAC. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 4, 56-71.
- Syarif, F. N. S., Syarah, M. M., & Herman. (2025). Content planning sebagai strategi komunikasi publik pada media sosial Balai Penerapan Modernisasi Pertanian (BRMP) Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 1-18. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i4.4418>
- Syarifudin, R. S. P., & Dharmawan, L. (2025). Efektivitas pemanfaatan Instagram @kominfoBogor sebagai media informasi untuk publik. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 87-101.
- Terry, G. R. (1992). Personnel management. United Kingdom: Macmillan Coll Div.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik.
- We Are Social. (2025). Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog>.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis pemanfaatan aplikasi Instagram dalam pemasaran bisnis online shop di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2), 1-9.
- Yanti, R., & Riofita, H. (2025). Efektivitas media sosial pemerintah dalam meningkatkan akses

dan kualitas pelayanan publik di era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 17095-17105.