

Pengelolaan Akun Instagram @dprd.kotabogor Sebagai Sarana Informasi Publik Oleh Humas DPRD Kota Bogor

Dhiyaa Riznieqia Chahya¹, Hudi Santoso²

^{1,2}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor
E-mail: riznieqiadhiyaa@apps.ipb.ac.id¹, hudi.santoso@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 10 Mei 2026

Revised: 20 Mei 2026

Accepted: 24 Mei 2026

Keywords: komunikasi publik digital, Instagram, humas pemerintah, DPRD, informasi publik, media sosial

Abstract: Penelitian ini bertujuan menganalisis proses dan strategi pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor sebagai sarana informasi publik oleh Humas DPRD Kota Bogor serta faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa partisipasi aktif, observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur yang dilaksanakan di Sekretariat DPRD Kota Bogor selama periode Januari hingga Mei 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram dilakukan secara terpusat oleh Divisi Hubungan Masyarakat dan Protokol melalui tahapan terstruktur meliputi perencanaan konten, produksi materi, verifikasi informasi, publikasi, dan evaluasi berbasis Instagram Insight. Data insight menunjukkan 307.138 tayangan dengan 57,4% audiens berasal dari non-pengikut, mengindikasikan potensi jangkauan yang luas. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia, padatnya agenda kegiatan, dan perubahan algoritma platform. Penelitian menyimpulkan bahwa efektivitas akun Instagram DPRD Kota Bogor bersifat tidak merata: relatif kuat pada dimensi jangkauan (reach effectiveness), terbatas pada dimensi keterlibatan aktif (interaction effectiveness), dan belum optimal pada dimensi transparansi substantif (substantive transparency). Kondisi ini bersumber dari structural bias toward documentation kecenderungan sistemik mendokumentasikan kegiatan ketimbang menjelaskan substansi dan dampak kebijakan yang dipengaruhi oleh sensitivitas politik kelembagaan, keterbatasan kapasitas tim, dan karakter birokrasi legislatif. Pengembangan diperlukan pada aspek konten edukatif-deliberatif, interaksi dua arah, dan kerangka evaluasi berbasis pemahaman publik.

PENDAHULUAN

Transformasi digital mendorong pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai sarana

komunikasi publik. Media digital diharapkan dapat mewujudkan komunikasi pemerintah yang lebih terbuka, partisipatif, dan dialogis, sekaligus memperkuat transparansi dan akuntabilitas publik. Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital oleh institusi pemerintah belum tentu menghasilkan komunikasi yang bermakna. Komunikasi pemerintah di media sosial masih sering bersifat satu arah dan simbolik, sehingga efektivitasnya dalam memenuhi tuntutan keterbukaan informasi masih dipertanyakan (Yuan *et al.*, 2023). Tantangan utama komunikasi publik digital lebih berkaitan dengan kemampuan institusi dalam mengelola komunikasi dibandingkan ketersediaan teknologi itu sendiri (Thi Uyen Nguyen *et al.*, 2024). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa digitalisasi komunikasi pemerintah tidak secara otomatis menghasilkan keterbukaan yang substantif tanpa disertai kapasitas kelembagaan yang memadai.

Media sosial menuntut kecepatan, respons yang konsisten, dan interaksi dua arah. Dari perspektif masyarakat, kualitas komunikasi publik sangat dipengaruhi oleh kejelasan informasi serta respons institusi yang berkelanjutan (Yavetz & Aharony, 2022). Akan tetapi, karakter birokrasi pemerintahan yang hierarkis dan prosedural sering membatasi fleksibilitas komunikasi di media sosial. Page dan Hansson (2024) menunjukkan bahwa media sosial pemerintah masih lebih banyak digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dibandingkan ruang dialog publik. Kondisi ini menunjukkan adanya ketegangan fundamental antara logika birokrasi yang mengedepankan kontrol dan prosedur dengan logika media sosial yang menuntut keterbukaan dan responsivitas dalam praktik komunikasi publik.

Instagram menjadi salah satu platform yang semakin banyak digunakan dalam komunikasi publik karena kemampuannya menyajikan informasi secara visual dan ringkas. Platform ini efektif dalam menarik perhatian masyarakat, tetapi juga berpotensi menyederhanakan kompleksitas informasi publik. Penilaian keberhasilan komunikasi yang terlalu bertumpu pada metrik keterlibatan, seperti jumlah suka atau komentar, sering mengabaikan aspek pemahaman publik terhadap isi pesan (Bangero, 2025). Dalam konteks ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang seleksi pesan yang dapat mereduksi makna isu publik. Oleh karena itu, evaluasi komunikasi publik perlu menekankan kualitas proses dan interaksi, bukan hanya visibilitas konten (Mabillard & Zumofen, 2025). Karakteristik platform yang mengutamakan daya tarik visual ini memunculkan pertanyaan mendasar tentang bagaimana informasi kelembagaan yang bersifat kompleks dapat dikomunikasikan secara efektif melalui format yang mengutamakan kesederhanaan.

Pertanyaan tersebut menjadi semakin relevan dalam konteks lembaga legislatif daerah. Lembaga legislatif menjalankan fungsi legislasi, pengawasan, dan representasi publik yang melibatkan proses politik dan deliberasi yang tidak selalu mudah dikomunikasikan secara singkat dan visual. Di tingkat daerah, komunikasi publik juga dipengaruhi oleh kedekatan sosial dan geografis antara lembaga dan masyarakat, sehingga menuntut kemampuan lembaga legislatif untuk menjembatani kepentingan kelembagaan dengan kebutuhan informasi warga (Hujanen *et al.*, 2021). Integrasi media sosial dalam komunikasi legislatif dengan demikian menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam menjaga makna representatif lembaga (Johansson & Johansson, 2025).

Secara normatif, lembaga legislatif dituntut menjalankan prinsip transparansi dan akuntabilitas publik, dan media sosial dipandang sebagai sarana penting untuk mencapainya. Namun, dalam praktiknya, pengelolaan media sosial oleh humas DPRD sering menghadapi keterbatasan struktural, seperti alur persetujuan yang panjang, keterbatasan sumber daya, dan sensitivitas politik internal. Peran humas masih sering terbatas pada penyampaian informasi,

padahal dibutuhkan peran strategis dalam perencanaan komunikasi publik (Cuşnir, 2025). Dalam konteks lembaga legislatif, kondisi ini diperberat oleh kebutuhan menjaga keseimbangan antara keterbukaan informasi dan stabilitas politik kelembagaan (Reveilhac, 2025). Ketegangan antara tuntutan transparansi dan sensitivitas politik ini menjadikan pengelolaan media sosial lembaga legislatif sebagai fenomena yang perlu ditelaah secara lebih mendalam.

Kajian mengenai media sosial pemerintah terus berkembang, namun fokus penelitian masih didominasi oleh lembaga eksekutif dan pendekatan berbasis konten atau keterlibatan publik. Literatur lima tahun terakhir banyak membahas kementerian dan pemerintah daerah eksekutif melalui analisis tema unggahan dan metrik interaksi (Yuan *et al.*, 2023; Page & Hansson, 2024). Pendekatan tersebut umumnya menempatkan komunikasi digital sebagai fenomena yang diukur melalui performa konten tanpa secara mendalam menelaah bagaimana struktur organisasi, mekanisme birokrasi, serta dinamika politik internal membentuk proses produksi dan distribusi pesan. Penelitian yang menempatkan lembaga legislatif daerah sebagai unit analisis institusional masih relatif terbatas, terutama dalam konteks Indonesia. Padahal, lembaga legislatif memiliki karakter fungsi yang berbeda dari eksekutif, yakni menjalankan legislasi, pengawasan, dan representasi publik yang melibatkan proses deliberatif dan kepentingan politik yang kompleks. Kompleksitas tersebut berpotensi menghadirkan ketegangan ketika diterjemahkan ke dalam format komunikasi visual yang ringkas seperti Instagram. Kajian yang menelaah proses internal pengelolaan media sosial dari perspektif humas termasuk ruang gerak, koordinasi internal, serta negosiasi antara profesionalisme komunikasi dan sensitivitas politik juga masih relatif sedikit. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian dalam memahami komunikasi publik digital sebagai praktik institusional yang dipengaruhi oleh struktur, relasi kekuasaan, dan konteks lokal kelembagaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, menganalisis proses dan strategi pengelolaan media sosial Instagram oleh Humas DPRD Kota Bogor sebagai sarana komunikasi dan informasi publik; dan kedua, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi publik Humas DPRD Kota Bogor melalui media sosial Instagram. Melalui kedua tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan konseptual terhadap pemahaman komunikasi publik digital di lembaga legislatif daerah, sebuah area yang masih belum banyak dieksplorasi dalam literatur komunikasi pemerintah di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini dibangun di atas lima aliran literatur yang saling melengkapi. Kerangka analisis dimulai dari level makro, yakni bagaimana komunikasi publik digital dipahami sebagai praktik institusional, kemudian bergerak ke level aktor melalui peran humas pemerintah, lalu ke level platform melalui karakter khusus media sosial dalam komunikasi politik, berlanjut ke level operasional melalui proses pengelolaan media sosial pemerintah, dan ditutup dengan level struktural melalui faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi publik. Kelima lapis analisis ini secara bersama-sama membentuk kerangka untuk memahami pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor sebagai praktik komunikasi publik yang dibentuk oleh struktur, aktor, platform, proses, dan konteks kelembagaan secara sekaligus.

Komunikasi Publik Digital

Literatur tentang komunikasi publik digital memandang media sosial pemerintah bukan hanya sebagai inovasi teknologi, tetapi sebagai bagian dari perubahan struktural dalam cara kerja

.....

institusi publik. Hansson dan DePaula (2025) dalam *review essay* mereka menegaskan bahwa penelitian komunikasi pemerintah di media sosial kini berkembang menjadi area studi multidisiplin yang lebih banyak menekankan pemahaman terhadap proses, aktor yang terlibat, serta konteks kelembagaan, seraya menyoroti adanya ketegangan antara tuntutan transparansi dan partisipasi publik dengan keterbatasan organisasi pemerintah. Johansson dan Johansson (2025) menjelaskan bahwa praktik komunikasi digital pemerintah cenderung mengalami proses normalisasi, yaitu ketika media sosial dijalankan mengikuti rutinitas birokrasi yang sudah ada, alih-alih mendorong perubahan pola komunikasi yang substantif. Liu *et al.* (2025) menambahkan bahwa komunikasi pemerintah melalui media sosial berfungsi penting dalam menghubungkan otoritas publik dengan warga, memastikan diseminasi informasi, serta menginformasikan masyarakat tentang keputusan pemerintah. Lebih lanjut, Wukich (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan publik melalui reaksi, komentar, dan berbagi memungkinkan masyarakat berinteraksi secara dinamis dengan konten pemerintah, yang bermanfaat untuk komunikasi *real-time* dan perluasan kesadaran publik terhadap program dan layanan. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa komunikasi publik digital perlu dipahami sebagai proses institusional yang dipengaruhi oleh struktur organisasi dan logika birokrasi, sebuah perspektif yang menjadi fondasi analitis utama penelitian ini dalam menelaah praktik pengelolaan Instagram DPRD Kota Bogor.

Humas Pemerintah

Berangkat dari pemahaman komunikasi publik digital sebagai proses institusional, perhatian selanjutnya tertuju pada aktor yang menjalankannya, yakni humas pemerintah. Penelitian tentang humas pemerintah dalam komunikasi digital menempatkan humas sebagai aktor kunci yang menghubungkan institusi dengan masyarakat, sekaligus sebagai pihak yang secara langsung mengelola ketegangan antara tuntutan transparansi dan batasan birokrasi. Fatimah *et al.* (2024) dalam studi kualitatif terhadap enam institusi pemerintahan Indonesia menunjukkan bahwa praktisi humas pemerintah lebih banyak menjalankan peran sebagai *communication facilitator* dan *communication technician*, berfokus pada diseminasi informasi dan aktivitas komunikasi teknis. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa adopsi media sosial membuka ruang interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, namun interaksi tersebut masih bersifat transaksional dan jarang memengaruhi proses pengambilan keputusan atau perumusan kebijakan. Villodre (2024) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa transparansi telah menjadi salah satu tujuan komunikasi utama dalam strategi media sosial administrasi publik, di mana peran humas tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi tetapi juga pada pembentukan persepsi publik terhadap keterbukaan lembaga. Literatur ini menegaskan bahwa humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola strategi komunikasi publik, sebuah peran yang dalam konteks lembaga legislatif daerah mengandung kompleksitas tersendiri karena bersinggungan langsung dengan sensitivitas politik kelembagaan.

Media Sosial dalam Komunikasi Politik

Apabila humas adalah aktor yang mengelola pesan, maka platform media sosial adalah arena tempat pesan tersebut dikonstruksi dan didistribusikan, arena yang tidak bersifat netral. Media sosial memengaruhi cara institusi politik menampilkan diri dan menyampaikan pesan kepada masyarakat. Yadlin *et al.* (2025) menunjukkan bahwa komunikasi parlemen dan pemerintah di media sosial membentuk suasana emosional tertentu yang dipengaruhi oleh penggunaan visual, konteks politik, dan harapan publik. Severin-Nielsen *et al.* (2024) menegaskan bahwa aktor politik menghadapi hambatan nyata dalam berinteraksi dengan warga di media sosial, termasuk keterbatasan sumber daya dan dinamika *online incivility*, sehingga media sosial lebih banyak berfungsi sebagai fasilitator interaksi tidak langsung daripada ruang dialog yang sesungguhnya.

.....

Hansson dan DePaula (2025) mencatat bahwa setiap platform media sosial memiliki *affordances* yang berbeda: YouTube memungkinkan penyampaian narasi panjang, sementara Instagram membatasi komunikasi pada format visual singkat. Perbedaan karakteristik platform ini secara langsung berimplikasi pada cara institusi politik mengonstruksi pesan publik. Literatur ini menunjukkan bahwa Instagram, sebagai medium yang mengutamakan daya tarik visual dan kesederhanaan format, bukanlah ruang yang netral, melainkan ruang yang secara struktural mendorong penyederhanaan makna politik dan berpotensi menyulitkan penyampaian proses legislatif yang kompleks kepada publik.

Pengelolaan Media Sosial Pemerintah

Memahami karakteristik platform saja tidak cukup; diperlukan pemahaman tentang bagaimana institusi secara operasional mengelola kehadiran digitalnya. Atnan dan Sembada (2025) memandang pengelolaan media sosial pemerintah sebagai proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, koordinasi internal, dan evaluasi. Melalui studi kasus Pemerintah Kota Bandung, penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan publik tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh cara akun media sosial dikelola, mencakup penataan konten, konsistensi visual, serta mekanisme pengambilan keputusan di dalam organisasi. Hussin *et al.* (2025) memperkuat temuan ini dengan menegaskan bahwa asesmen terhadap keterlibatan warga beserta faktor-faktor yang memengaruhinya menjadi sangat penting untuk membantu pemerintah memanfaatkan media sosial secara efektif dalam penyampaian layanan publik. Mabillard dan Zumofen (2025) menemukan heterogenitas tinggi dalam praktik *monitoring* dan evaluasi keterlibatan di antara berbagai lembaga pemerintah, serta menekankan pentingnya kualitas pertukaran antara negara dan warga yang melampaui metrik platform yang lazim digunakan. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan Instagram pemerintah perlu dipahami sebagai rangkaian proses komunikasi yang berkelanjutan, bukan sekadar aktivitas mengunggah konten, sebuah perspektif yang secara langsung memandu analisis terhadap sistem kerja Humas DPRD Kota Bogor dalam penelitian ini.

Faktor Pengaruh dalam Komunikasi Publik

Proses pengelolaan media sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan selalu dibentuk oleh faktor-faktor struktural dan institusional yang membatasi sekaligus mengarahkan praktik komunikasi. Literatur menunjukkan bahwa praktik komunikasi publik pemerintah dipengaruhi oleh struktur organisasi, pembagian kewenangan, dan konteks politik. Saragih (2024) menjelaskan bahwa inovasi di sektor publik, termasuk inovasi komunikasi, sering terkendala oleh resistensi terhadap perubahan, keterbatasan sumber daya manusia, dan rigiditas birokrasi yang menjadi hambatan sistemik dalam upaya peningkatan kualitas layanan publik. Kondolele *et al.* (2025) menegaskan bahwa komunikasi publik pemerintah tidak bisa dilepaskan dari dinamika kebijakan dan relasi kekuasaan di dalam lembaga, sehingga pilihan-pilihan komunikasi tidak sepenuhnya bersifat teknis melainkan juga politis. Wukich (2025) mengidentifikasi bahwa tujuan komunikasi pemerintah seperti transparansi, manajemen reputasi, layanan publik, dan partisipasi warga masing-masing menghasilkan dampak yang berbeda terhadap tingkat dan kualitas keterlibatan publik, mengindikasikan bahwa orientasi strategis institusi secara langsung membentuk pola respons masyarakat. Literatur ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi publik, khususnya di lembaga legislatif, sangat dipengaruhi oleh faktor struktural dan institusional, bukan semata-mata oleh kualitas konten atau kemampuan teknis tim pengelola.

Sintesis: Kerangka Analitis Penelitian

Kelima aliran literatur di atas secara bersama-sama membentuk kerangka analitis penelitian ini. Komunikasi publik digital memberikan landasan epistemologis bahwa praktik media sosial

pemerintah adalah fenomena institusional, bukan semata fenomena teknologis. Literatur humas pemerintah mengidentifikasi aktor dan strategi yang mengoperasionalkan praktik tersebut, termasuk kesenjangan antara peran ideal dan peran aktual yang dijalankan. Perspektif media sosial dalam komunikasi politik menjelaskan bagaimana karakteristik platform membentuk dan membatasi kemungkinan pesan yang dapat dikomunikasikan. Literatur pengelolaan media sosial pemerintah menyediakan kerangka operasional untuk menganalisis tahapan proses kerja. Sementara itu, faktor pengaruh dalam komunikasi publik memberikan lensa struktural untuk memahami kondisi-kondisi yang memungkinkan atau menghambat efektivitas pengelolaan. Dengan integrasi kelima dimensi ini, pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor dapat dianalisis tidak hanya pada level konten dan metrik, tetapi secara lebih menyeluruh pada level proses, aktor, struktur, dan konteks kelembagaan yang membentuknya.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara luring (*offline*) di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Bogor, Bagian Sekretariat, yang berlokasi di Jl. Pemuda No.25, RT.01/RW.06, Tanah Sareal, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16161. Penelitian dilaksanakan pada 26 Januari 2026 sampai dengan 10 Mei 2026.

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami dan mendeskripsikan fenomena pengelolaan media sosial Instagram oleh Humas DPRD Kota Bogor secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi proses, pengalaman, dan konteks institusional yang melatarbelakangi praktik komunikasi publik digital di lembaga legislatif daerah. Sebagaimana ditegaskan oleh Creswell (2014), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna yang dilekatkan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan, serta menghasilkan pemahaman yang kaya dan kontekstual yang tidak dapat diperoleh melalui pendekatan kuantitatif.

Data dan Instrumen

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama melalui kegiatan lapangan, meliputi wawancara mendalam dengan pengelola akun Instagram, observasi terhadap proses kerja tim, dan dokumentasi aktivitas publikasi yang dilaksanakan oleh Divisi Hubungan Masyarakat dan Protokol Sekretariat DPRD Kota Bogor. Data sekunder diperoleh dari sumber tertulis yang relevan sebagai pendukung penelitian, meliputi dokumen kelembagaan DPRD Kota Bogor seperti sejarah, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi, data Instagram Insight, serta arsip kegiatan kehumasan. Penggunaan kedua jenis data ini mengacu pada prinsip pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang menekankan keberagaman sumber untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Creswell, 2014).

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi dua jenis utama. Pertama, pedoman wawancara semi terstruktur yang disusun untuk menggali informasi mendalam mengenai pengelolaan Instagram, meliputi perencanaan konten, proses publikasi, dan strategi penyampaian informasi publik. Kedua, perangkat digital berupa ponsel dan laptop yang digunakan untuk mendokumentasikan wawancara, mencatat temuan lapangan, serta mengakses sumber data sekunder pendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan empat teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Pertama, *observasi partisipatif* dilakukan melalui keterlibatan peneliti secara langsung di lingkungan kerja Divisi Hubungan Masyarakat dan Protokol DPRD Kota Bogor selama periode penelitian. Berbeda dari observasi biasa yang bersifat eksternal, observasi partisipatif menempatkan peneliti sebagai bagian dari konteks yang diamati, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika kerja tim, alur koordinasi, dan rutinitas pengelolaan konten dari sudut pandang *insider*. Dalam pelaksanaannya, peneliti mengikuti kegiatan kerja humas secara langsung namun tidak terlibat dalam proses pembuatan konten.

Kedua, *observasi non-partisipatif* dilakukan secara terpisah sebagai pengamatan sistematis terhadap objek penelitian tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas yang diamati. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data objektif mengenai alur kerja, pola komunikasi tim, dan proses pengunggahan konten dengan cara mengamati dari luar tanpa memengaruhi jalannya proses yang berlangsung.

Ketiga, *wawancara mendalam* dilakukan kepada informan kunci yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kesesuaian peran dan pengetahuan mereka terhadap objek penelitian. Kriteria pemilihan informan mencakup: (a) secara langsung terlibat dalam pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor, (b) memiliki kewenangan atas pengambilan keputusan konten atau koordinasi tim, dan (c) bersedia memberikan informasi secara terbuka. Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan empat informan kunci sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

No	Informan	Keterangan
1	Kepala Divisi Humas dan Protokol DPRD Kota Bogor	Penanggung jawab utama komunikasi publik
2	Kepala Tim Media Sosial DPRD Kota Bogor	Koordinator pelaksana harian media sosial
3	Anggota Tim Media Sosial DPRD Kota Bogor	Pelaksana teknis (dokumentasi, desain, publikasi)
4	Anggota Tim Media Sosial DPRD Kota Bogor	Pelaksana teknis (dokumentasi, desain, publikasi)

Pokok-pokok pertanyaan wawancara yang diajukan kepada informan meliputi: (1) sistem pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor; (2) struktur tim dan pembagian tugas; (3) proses perencanaan konten; (4) alur produksi konten dari pengumpulan informasi hingga publikasi; (5) kebijakan dalam menentukan jenis konten yang diunggah; (6) pengelolaan interaksi publik melalui komentar dan pesan langsung; (7) metode evaluasi efektivitas akun; serta (8) kendala yang dihadapi dan strategi penanganannya.

Keempat, *studi literatur* dilakukan melalui penelusuran dan analisis terhadap berbagai sumber pustaka relevan, meliputi jurnal ilmiah, laporan lembaga, dan dokumen resmi, yang digunakan untuk memperkuat landasan teori serta memperluas pemahaman terhadap pengelolaan media sosial pemerintah dan komunikasi informasi publik.

Analisis Data

Analisis data dilakukan mengacu pada model analisis data kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri atas tiga tahap yang berlangsung secara simultan dan berkesinambungan. Tahap pertama adalah *reduksi data*, yaitu proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini, data diklasifikasikan berdasarkan kategori yang relevan dengan kerangka teori komunikasi publik digital yang digunakan dalam penelitian. Tahap kedua adalah *penyajian data*, yaitu penyusunan data yang telah direduksi ke dalam bentuk teks naratif, tabel, atau matriks yang terorganisasi untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Tahap ketiga adalah *penarikan kesimpulan dan verifikasi*, yaitu proses memaknai temuan penelitian secara kritis dan mengonfirmasinya kembali terhadap data yang tersedia untuk memastikan konsistensi interpretasi.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik *triangulasi sumber*, yaitu pengecekan silang data yang diperoleh dari berbagai sumber berbeda, meliputi hasil wawancara dengan informan yang berbeda, catatan observasi, dan dokumen resmi lembaga. Apabila informasi dari ketiga sumber tersebut menunjukkan konsistensi, maka temuan dianggap memiliki kredibilitas yang memadai. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian yang menggunakan beragam metode pengumpulan data secara bersamaan (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pengelolaan Akun Instagram @dprd.kotabogor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor dilakukan secara terpusat di bawah Divisi Hubungan Masyarakat dan Protokol DPRD Kota Bogor. Akun tersebut berfungsi sebagai media resmi lembaga dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat, mencakup kegiatan kedewanan, agenda rapat, kebijakan, serta dokumentasi aktivitas DPRD Kota Bogor. Pengelolaan akun dilaksanakan secara terstruktur melalui tahapan kerja yang meliputi perencanaan konten, produksi materi publikasi, penjadwalan unggahan, verifikasi internal, hingga evaluasi performa akun secara berkala. Seluruh informasi yang akan dipublikasikan terlebih dahulu melalui proses verifikasi untuk memastikan akurasi, kesesuaian dengan fakta lapangan, serta pertanggungjawaban sebagai informasi resmi lembaga pemerintahan.

Sebagaimana disampaikan oleh Kepala Divisi Humas dan Protokol: “Setiap konten yang akan naik harus melalui saya dulu, minimal saya tahu dulu isinya sebelum dipublikasikan. Ini bukan soal tidak percaya tim, tapi karena akun ini mewakili lembaga, bukan akun pribadi.”

Temuan ini sejalan dengan pandangan Atnan dan Sembada (2025) yang menegaskan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah merupakan rangkaian proses komunikasi berkelanjutan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, koordinasi internal, dan evaluasi. Sistem pengelolaan terpusat memberikan manfaat dalam menjaga keseragaman pesan, kualitas visual, serta kontrol terhadap informasi. Namun, sistem tersebut juga menuntut koordinasi yang intensif antaranggota tim agar setiap agenda kegiatan dapat dipublikasikan secara cepat tanpa mengorbankan profesionalisme. Karakteristik pengelolaan yang terstruktur ini mencerminkan apa yang oleh Johansson dan Johansson (2025) disebut sebagai proses normalisasi, yaitu ketika media sosial dijalankan mengikuti rutinitas birokrasi yang sudah ada di dalam institusi. Dalam konteks lembaga legislatif, proses tersebut diperlukan untuk menjaga akurasi informasi dan citra kelembagaan, meskipun berpotensi mengurangi kecepatan dan fleksibilitas publikasi.

Struktur Tim dan Mekanisme Koordinasi

Pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor dilakukan oleh tim dengan struktur hierarkis

.....

tiga tingkatan. Kepala Divisi Humas dan Protokol berperan sebagai penanggung jawab utama yang memberikan arahan strategis dan melakukan pengawasan terhadap materi publikasi. Kepala Tim Media Sosial berfungsi sebagai koordinator pelaksana harian yang bertanggung jawab atas penyusunan jadwal konten, pembagian tugas, dan pengawasan proses produksi. Pada tingkat teknis, dua anggota tim menjalankan tugas operasional meliputi dokumentasi foto dan video, pembuatan desain grafis, *editing* video, penyusunan *caption*, pengunggahan konten, serta pemantauan interaksi publik.

Pembagian tugas dalam tim bersifat fleksibel, terutama pada saat agenda kegiatan DPRD sedang padat, di mana setiap anggota dapat menjalankan lebih dari satu tugas secara simultan. Hal ini dikonfirmasi oleh anggota tim media sosial: “Kalau lagi padat, saya bisa sekaligus memegang kamera waktu acara, terus langsung edit sendiri di tempat, sambil upload story. Tidak ada yang bisa fokus satu tugas saja kalau acaranya bersamaan.” Temuan ini mendukung argumentasi Fatimah et al. (2024) bahwa praktisi humas pemerintah di Indonesia lebih banyak menjalankan peran sebagai *communication facilitator* dan *communication technician*, sebuah kondisi yang menuntut kemampuan adaptasi tinggi dalam mengoperasikan berbagai fungsi teknis sekaligus. Struktur tim yang relatif kecil dengan empat personel mencerminkan keterbatasan sumber daya yang dapat memengaruhi kapasitas pengelolaan, sebagaimana ditegaskan oleh Saragih (2024) bahwa inovasi di sektor publik sering terkendala oleh resistensi terhadap perubahan, keterbatasan sumber daya manusia, dan rigiditas birokrasi yang menjadi hambatan sistemik dalam upaya peningkatan kualitas layanan.

Proses Perencanaan dan Produksi Konten

Proses perencanaan konten dilakukan secara terstruktur melalui koordinasi internal tim media sosial, umumnya melalui rapat mingguan atau menyesuaikan agenda kegiatan DPRD yang telah ditetapkan. Pada tahap awal, tim menyusun kalender konten sebagai acuan publikasi yang mencakup daftar kegiatan seperti rapat paripurna, kunjungan kerja, kegiatan komisi, reses, audiensi, serta momentum hari besar nasional. Setelah agenda ditentukan, tim menyusun konsep materi yang meliputi penentuan tema visual, format konten, serta narasi yang sesuai dengan karakter lembaga pemerintahan. Pemilihan format konten disesuaikan dengan kebutuhan informasi, di mana *feed* digunakan untuk dokumentasi resmi, *story* untuk informasi singkat, dan *reels* untuk memperluas jangkauan audiens. Waktu unggah juga menjadi pertimbangan strategis berdasarkan jam aktif audiens guna memaksimalkan jangkauan publikasi. Kepala Tim Media Sosial menjelaskan: “Kami biasanya upload antara jam 10 pagi atau jam 7 malam. Itu berdasarkan pengalaman kita sendiri melihat Insight, follower kita paling aktif di jam-jam itu.”

Alur produksi konten berlangsung melalui tahapan yang saling berkaitan. Tahap pengumpulan informasi bersumber dari surat agenda kegiatan, jadwal rapat, disposisi pimpinan, maupun informasi langsung dari bagian terkait. Dokumentasi lapangan berupa pengambilan foto dan video dilakukan saat kegiatan berlangsung. Materi visual yang diperoleh kemudian diolah menjadi desain *feed*, *carousel*, *reels*, maupun *story* dengan memperhatikan estetika visual tanpa mengurangi kesan formal sebagai akun resmi pemerintahan. Setelah visual selesai, tim menyusun *caption* menggunakan bahasa formal dan informatif yang memuat nama kegiatan, waktu pelaksanaan, pihak yang terlibat, serta tujuan atau hasil kegiatan. Sebelum dipublikasikan, seluruh materi melalui tahap pengecekan dan persetujuan dari koordinator atau pimpinan.

Proses verifikasi berlapis ini merupakan konsekuensi logis dari karakter birokrasi pemerintahan yang hierarkis dan prosedural. Page dan Hansson (2024) menunjukkan bahwa media sosial pemerintah masih lebih banyak digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dibandingkan ruang dialog publik, dan temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa orientasi pada

.....

akurasi informasi dan citra kelembagaan cenderung memprioritaskan fungsi diseminatif di atas fungsi dialogis. Alur produksi yang berlapis ini tidak dapat dipahami semata sebagai prosedur teknis, melainkan sebagai cerminan dari struktur kekuasaan dan akuntabilitas yang melekat pada institusi legislatif. Dalam konteks teori komunikasi organisasi, tahapan verifikasi berlapis mencerminkan apa yang Kondolele et al. (2025) sebut sebagai ketidakpisahan antara pilihan komunikasi dan relasi kekuasaan internal setiap keputusan konten pada dasarnya adalah keputusan politik. Berbeda dari akun media sosial komersial yang mengutamakan kecepatan posting, akun DPRD beroperasi di bawah tekanan ganda: tuntutan kecepatan dari logika platform di satu sisi, dan tuntutan akurasi serta pertanggungjawaban kelembagaan di sisi lain. Ketegangan ini tidak dapat dieliminasi hanya melalui efisiensi teknis, karena ia bersumber dari karakter fundamental lembaga legislatif sebagai institusi yang bertanggung jawab secara politik.

Kebijakan Konten dan Pengelolaan Interaksi Publik

Penentuan jenis konten yang diunggah mengacu pada tiga pedoman utama, yaitu prinsip keterbukaan informasi publik, etika komunikasi pemerintahan, serta upaya menjaga citra kelembagaan. Konten yang dipilih harus memiliki nilai informasi yang jelas, bersifat faktual, dan relevan dengan tugas serta fungsi DPRD Kota Bogor. Jenis konten yang dominan dipublikasikan meliputi kegiatan rapat paripurna, rapat komisi, kunjungan kerja, audiensi masyarakat, agenda pimpinan dewan, dokumentasi kegiatan resmi, serta ucapan pada hari besar nasional. Selain bersifat informatif, konten juga diupayakan memiliki unsur edukatif agar masyarakat dapat memahami peran DPRD dan proses kegiatan kedewanan. Tim humas secara ketat menghindari materi yang bersifat politis partisan, provokatif, atau belum terverifikasi kebenarannya, guna menjaga netralitas akun sebagai representasi resmi lembaga pemerintahan. Kepala Divisi Humas menegaskan: “Konten yang menyangkut perbedaan pendapat antar fraksi itu sangat sensitif. Kami tidak boleh terkesan memihak. Jadi pilihan amannya adalah dokumentasikan kegiatannya, bukan opininya.”

Interaksi publik melalui komentar, pesan langsung, dan tanggapan masyarakat dikelola secara rutin oleh tim media sosial. Pertanyaan umum dijawab langsung oleh admin dengan bahasa resmi dan sopan, sedangkan pertanyaan substansial diteruskan kepada bagian terkait agar jawaban sesuai kewenangan. Komentar yang mengandung ujaran kebencian, *spam*, atau provokasi dimoderasi berdasarkan ketentuan platform dan kebijakan internal. Pengelolaan interaksi ini menunjukkan bahwa akun @dprd.kotabogor tidak semata berfungsi sebagai media publikasi satu arah, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan dengan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan perspektif Yavetz dan Aharony (2022) bahwa pengguna cenderung terpapar informasi pemerintah secara tidak sengaja melalui media sosial, sehingga kualitas dan konsistensi respons institusi menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan publik. Namun, merujuk pada Wukich (2025), perlu dicatat bahwa tujuan komunikasi yang berbeda, mulai dari transparansi, layanan publik, hingga partisipasi warga, masing-masing menghasilkan dampak yang berbeda pula terhadap tingkat keterlibatan masyarakat. Dominasi konten dokumentatif pada akun @dprd.kotabogor mengindikasikan orientasi komunikasi yang lebih bersifat *information provision* dibandingkan *citizen participation*, yang secara teoritis berpotensi membatasi kedalaman interaksi publik.

Dominasi orientasi *information provision* pada akun @dprd.kotabogor tidak dapat dipahami semata sebagai kegagalan strategi komunikasi, melainkan sebagai produk dari tiga kondisi struktural yang saling memperkuat. Pertama, karakter fungsi lembaga legislatif yang melekat legislasi, pengawasan, dan representasi menghasilkan konten yang secara inheren bersifat prosedural dan formal, berbeda dari lembaga eksekutif yang memiliki produk layanan

.....

publik yang lebih tangibel dan mudah dikomunikasikan. Kedua, sensitivitas politik internal mendorong tim humas untuk memilih konten yang “aman” yakni dokumentasi kegiatan dibandingkan konten deliberatif yang berpotensi mengekspos perbedaan pendapat antara fraksi. Ketiga, kapasitas tim yang terbatas dengan empat personel multi-tugas secara realistis membatasi kemampuan untuk mengembangkan konten edukatif yang memerlukan riset dan penyusunan narasi yang lebih kompleks. Ketiga kondisi ini bersama-sama menciptakan apa yang dapat disebut sebagai structural bias toward documentation kecenderungan sistemik untuk mendokumentasikan proses ketimbang menjelaskan substansi dan dampaknya. Kondisi ini memiliki implikasi demokratis yang perlu diakui: apabila Instagram DPRD hanya berfungsi sebagai arsip visual kegiatan tanpa memfasilitasi pemahaman publik terhadap isi legislasi atau dampak pengawasan, maka platform ini belum berkontribusi secara optimal pada pendalaman akuntabilitas publik.

Dimensi emosional konten juga perlu mendapat perhatian. Yadlin *et al.* (2025) menunjukkan bahwa komunikasi parlemen dan pemerintah di media sosial membentuk suasana emosional tertentu yang dipengaruhi oleh penggunaan visual, konteks politik, dan harapan publik. Dominasi konten dokumentatif yang bersifat formal dan netral pada akun @dprd.kotabogor meskipun aman secara politik berpotensi menghasilkan emotional flatness yang mengurangi daya tarik dan relevansi konten bagi audiens yang terbiasa dengan konten media sosial yang lebih personal dan emosional. Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan mengapa tingkat interaksi aktif seperti komentar dan bagikan masih relatif rendah dibandingkan jumlah tayangan yang dicapai.

Evaluasi Efektivitas Berdasarkan Data Instagram Insight

Evaluasi terhadap pengelolaan akun dilakukan secara berkala menggunakan fitur Instagram Insight. Sebelum memaparkan temuan kuantitatif, perlu ditegaskan bahwa interpretasi data dalam bagian ini tidak semata-mata bertumpu pada metrik keterlibatan permukaan. Bangero (2025) memperingatkan bahwa penilaian keberhasilan komunikasi yang terlalu bergantung pada angka interaksi seperti *likes* atau komentar berisiko mengabaikan aspek pemahaman publik terhadap isi pesan. Mabillard dan Zumofen (2025) menegaskan pentingnya melampaui metrik platform dalam mengevaluasi keterlibatan warga secara kualitatif, sementara Hussin *et al.* (2025) menunjukkan bahwa karakteristik konten, bukan sekadar volumenya, yang sesungguhnya menentukan kedalaman keterlibatan audiens pada halaman media sosial pemerintah. Dengan kerangka kritis ini, data Instagram Insight berikut dianalisis sebagai indikator awal efektivitas komunikasi, bukan sebagai ukuran final keberhasilannya.

Berdasarkan data *insight* dalam periode 90 hari terakhir, akun @dprd.kotabogor memperoleh 307.138 tayangan dengan 36.279 akun yang dijangkau. Rasio tayangan terhadap akun yang dijangkau menghasilkan rata-rata keterpaparan sebesar **8,47 kali per pengguna** ($307.138 \div 36.279$), yang mengindikasikan frekuensi distribusi konten yang cukup intensif melalui mekanisme algoritma Instagram. Tingginya rasio ini dapat mencerminkan pola *retargeting* algoritmik atau distribusi konten yang berulang kepada segmen audiens yang sama, suatu kondisi yang perlu dievaluasi agar jangkauan ke pengguna baru tetap terjaga.

Dari komposisi sumber audiens, sebanyak 42,6% tayangan berasal dari pengikut akun, sedangkan 57,4% berasal dari non-pengikut. Temuan ini menunjukkan bahwa konten mampu menembus basis pengikut tetap dan menjangkau masyarakat yang lebih luas, yang dipengaruhi oleh pemanfaatan fitur *reels*, sistem rekomendasi algoritma Instagram, serta distribusi ulang konten oleh pengguna lain.

Berdasarkan jenis konten, performa tertinggi berasal dari postingan *feed* sebesar 50,8%,

diikuti oleh *reels* sebesar 42,2%, dan *story* sebesar 7,0%. Dominasi *feed* dimungkinkan oleh sifatnya yang permanen dan mudah diakses kembali, serta lazim digunakan untuk dokumentasi kegiatan resmi yang memerlukan rekam jejak publik. Tingginya performa *reels* menunjukkan adanya respons positif masyarakat terhadap format video singkat yang lebih dinamis, sejalan dengan temuan Hussin et al. (2025) bahwa format konten yang lebih visual dan naratif cenderung mendorong keterlibatan yang lebih tinggi. Rendahnya kontribusi *story* (7,0%) mencerminkan keterbatasan durasi tayang yang hanya berlangsung 24 jam, sehingga tidak efektif untuk konten yang memerlukan eksposur jangka panjang.

Tabel 2. Data Instagram Insight Akun @dprd.kotabogor (Periode 90 Hari)

Indikator	Data
Tayangan	307.138
Akun dijangkau	36.279
Audiens pengikut	42,6%
Audiens non-pengikut	57,4%
Performa <i>feed</i>	50,8%
Performa <i>reels</i>	42,2%
Performa <i>story</i>	7,0%
<i>Likes</i>	4.217
Komentar	272
Simpan	62
Bagikan	154
Kunjungan profil	3.709
Klik tautan eksternal	96
Penurunan jangkauan	-24,6%

Sumber: Instagram Insight @dprd.kotabogor, 2026

Data interaksi dalam periode 90 hari mencatat 4.217 *likes*, 272 komentar, 62 simpan, dan 154 bagikan, dengan total interaksi agregat sebesar 4.705. Berdasarkan angka tersebut, *Engagement Rate by Reach* (ERR) akun dihitung sebesar **12,97%** ($4.705 \div 36.279 \times 100$), sementara *Engagement Rate by Impressions* (ERI) berada pada angka **1,53%** ($4.705 \div 307.138 \times 100$). Nilai ERR sebesar 12,97% terbilang relatif tinggi apabila dibandingkan dengan *benchmark* umum akun institusi pemerintah di Instagram yang umumnya berada pada kisaran 1–5%, mengindikasikan bahwa audiens yang berhasil dijangkau memberikan respons yang cukup aktif terhadap konten yang dipublikasikan.

Di luar metrik interaksi, data aktivitas profil mencatat 3.709 kunjungan profil dan 96 klik tautan eksternal. Angka kunjungan profil mengindikasikan adanya ketertarikan sebagian audiens untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai lembaga. Meskipun jumlah klik tautan eksternal masih terbatas, angka ini menunjukkan bahwa sebagian kecil audiens bergerak melampaui konsumsi konten pasif menuju eksplorasi informasi yang lebih aktif.

Temuan yang paling signifikan secara strategis adalah penurunan jangkauan sebesar 24,6% dibandingkan periode sebelumnya. Penurunan ini perlu dimaknai secara kontekstual dan tidak dapat hanya dikaitkan dengan kualitas konten semata. Setidaknya terdapat tiga faktor yang berpotensi berkontribusi. Pertama, perubahan algoritma Instagram yang terjadi secara periodik dapat secara langsung memengaruhi distribusi konten tanpa bergantung pada kualitas unggahan itu sendiri. Kedua, dominasi format *feed* yang bersifat dokumentatif cenderung memperoleh distribusi algoritmik yang lebih rendah dibandingkan *reels*, karena Instagram secara sistematis memprioritaskan konten video dalam sistem rekomendasinya. Ketiga, apabila peningkatan

produksi *reels* tidak diimbangi dengan optimasi teknis seperti penggunaan *hashtag*, penambahan teks pada video, dan penyesuaian durasi ideal, potensi distribusi organiknya tidak akan terealisasi secara maksimal. Penurunan ini mengonfirmasi kebutuhan akan evaluasi strategi konten yang tidak hanya berorientasi pada volume unggahan, tetapi juga pada kesesuaian format dengan logika distribusi algoritma platform.

Secara keseluruhan, data Instagram Insight menunjukkan bahwa akun @dprd.kotabogor memiliki kapasitas jangkauan dan tingkat keterlibatan yang cukup kompetitif untuk kategori akun institusi pemerintah daerah. Namun, evaluasi yang komprehensif menuntut pengakuan atas keterbatasan metrik ini. Jumlah *likes* dan komentar tidak dengan sendirinya mencerminkan pemahaman publik terhadap substansi kelembagaan. Dominasi konten dokumentatif, intensitas interaksi yang masih terbatas, dan tren penurunan jangkauan secara bersama-sama mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi publik akun ini belum mencapai potensi penuhnya. Dengan demikian, evaluasi ke depan perlu dikembangkan tidak hanya berbasis angka interaksi, tetapi juga mengukur kualitas pemahaman dan respons substantif masyarakat terhadap informasi kelembagaan yang dipublikasikan.

Hambatan dan Strategi Pengelolaan

Pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor menghadapi beberapa kendala utama yang bersumber dari faktor internal dan eksternal. Pertama, keterbatasan sumber daya manusia di mana tim yang menangani media sosial juga bertanggung jawab atas dokumentasi kegiatan, protokoler acara, publikasi media lain, serta koordinasi komunikasi kelembagaan. Kedua, banyaknya kegiatan DPRD yang berlangsung dalam waktu bersamaan menuntut pembagian fokus antara peliputan lapangan dan produksi konten secara simultan. Ketiga, kebutuhan publikasi yang cepat dari masyarakat berbenturan dengan proses pengecekan dan persetujuan internal yang menjadi prosedur wajib bagi akun resmi pemerintah. Anggota tim mengungkapkan: “Kadang acaranya sudah selesai jam 12 siang, tapi kontennya baru bisa naik jam 4 sore karena harus nunggu persetujuan dulu. Masyarakat sudah tanya-tanya di komentar, sementara kita belum bisa jawab.” Keempat, perubahan algoritma Instagram secara periodik memengaruhi jangkauan konten, sehingga unggahan berkualitas tidak selalu memperoleh distribusi yang optimal. Kelima, tantangan dalam mengelola interaksi publik, terutama ketika terdapat kritik dengan bahasa yang kurang kondusif, di mana tim harus merespons secara profesional tanpa mengorbankan citra kelembagaan.

Temuan ini konsisten dengan analisis Saragih (2024) bahwa inovasi komunikasi di sektor publik sering terkendala oleh rigiditas birokrasi dan keterbatasan sumber daya yang menjadi hambatan sistemik. Kondisi ini juga memperkuat argumen Fatimah et al. (2024) bahwa peran humas pemerintah di Indonesia masih lebih banyak terfokus pada fungsi teknis dan fasilitasi informasi, sementara peran strategis dalam perencanaan dan evaluasi komunikasi publik belum sepenuhnya terwujud. Dalam konteks lembaga legislatif, Kondolele et al. (2025) menegaskan bahwa komunikasi publik pemerintah tidak bisa dilepaskan dari dinamika kebijakan dan relasi kekuasaan internal, yang dalam kasus DPRD Kota Bogor tercermin pada proses verifikasi berlapis dan sensitivitas terhadap konten yang berpotensi politis.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim humas menerapkan beberapa strategi adaptif meliputi peningkatan koordinasi internal dan pembagian tugas yang lebih fleksibel, pemanfaatan aplikasi desain grafis dan penjadwalan konten untuk efisiensi produksi, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pembelajaran mandiri di bidang media digital. Strategi-strategi ini menunjukkan upaya institusional dalam mengoptimalkan pengelolaan media sosial di tengah keterbatasan struktural.

Efektivitas Instagram sebagai Sarana Keterbukaan Informasi Publik

Evaluasi efektivitas Instagram sebagai sarana keterbukaan informasi publik dalam penelitian ini mengacu pada tiga dimensi yang dirumuskan dari literatur: (1) reach effectiveness kemampuan konten menjangkau audiens di luar basis pengikut tetap; (2) interaction effectiveness kualitas keterlibatan publik yang melampaui konsumsi pasif; dan (3) substantive transparency sejauh mana konten yang dipublikasikan berkontribusi pada pemahaman publik terhadap proses dan keputusan kelembagaan (Wukich, 2025; Mabillard & Zumofen, 2025; Bangero, 2025). Berdasarkan ketiga dimensi ini, akun @dprd.kotabogor menunjukkan performa yang berbeda-beda: relatif kuat pada dimensi pertama, terbatas pada dimensi kedua, dan belum optimal pada dimensi ketiga. Secara keseluruhan, penggunaan Instagram oleh DPRD Kota Bogor dinilai cukup efektif dalam mendukung keterbukaan informasi publik, dengan catatan bahwa efektivitas tersebut belum merata di ketiga dimensi. Efektivitas dimensi pertama terlihat dari tiga aspek utama. Pertama, aspek kecepatan distribusi informasi di mana setiap kegiatan DPRD dapat dipublikasikan dalam waktu relatif singkat tanpa bergantung pada media konvensional. Kedua, aspek visual platform yang memungkinkan penyampaian informasi dalam format foto, video, *carousel*, dan *reels* yang lebih menarik bagi masyarakat kontemporer. Ketiga, aspek transparansi kelembagaan di mana aktivitas yang sebelumnya hanya diketahui pihak internal kini dapat diakses publik secara terbuka. Hal ini mendukung temuan Hansson dan DePaula (2025) mengenai peran media sosial dalam transformasi cara kerja institusi publik, serta sejalan dengan perspektif Villodre (2024) bahwa media sosial memiliki potensi nyata dalam meningkatkan transparansi administrasi publik melalui tiga model, yakni model penjamin, model percakapan, dan model proaktif.

Meskipun demikian, efektivitas keterbukaan informasi belum sepenuhnya optimal. Konten yang dipublikasikan masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan, sementara informasi substansial seperti keputusan rapat, manfaat kebijakan, atau dampak keputusan DPRD bagi masyarakat masih terbatas. Kondisi ini sejalan dengan temuan Severin-Nielsen *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa aktor politik menghadapi hambatan nyata dalam menggunakan media sosial sebagai ruang dialog, sehingga platform lebih banyak berfungsi sebagai fasilitator interaksi tidak langsung daripada kanal komunikasi substantif dua arah. Lembaga legislatif menghadapi tantangan khusus dalam menerjemahkan proses deliberatif dan kepentingan politik yang kompleks ke dalam format komunikasi visual yang ringkas (Hujanen *et al.*, 2021; Johansson & Johansson, 2025). Liu *et al.* (2025) menambahkan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah melalui media sosial juga dipengaruhi oleh akuntabilitas media, di mana persepsi masyarakat terhadap kredibilitas informasi turut menentukan dampak komunikasi.

Interaksi dua arah juga menjadi faktor kritis dalam efektivitas keterbukaan informasi. Data menunjukkan bahwa meskipun terdapat 272 komentar dalam 90 hari, intensitas interaksi ini relatif rendah dibandingkan 307.138 tayangan, Rendahnya interaksi publik menunjukkan bahwa Instagram DPRD belum sepenuhnya berfungsi sebagai ruang dialog publik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa komunikasi yang dibangun masih cenderung bersifat satu arah dan berfokus pada penyampaian informasi kelembagaan. Severin-Nielsen *et al.* (2024) menjelaskan bahwa lembaga politik dan pemerintahan memang menghadapi hambatan dalam membangun komunikasi dua arah di media sosial akibat keterbatasan sumber daya, karakter birokrasi yang formal, serta tingginya sensitivitas komunikasi politik. Dengan demikian, rendahnya intensitas interaksi pada akun @dprd.kotabogor tidak hanya dipengaruhi oleh strategi konten, tetapi juga oleh karakter institusional lembaga legislatif itu sendiri, menandakan bahwa komunikasi masih cenderung satu arah. Hal ini mengonfirmasi temuan Page dan Hansson (2024) bahwa media sosial pemerintah masih lebih banyak berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi

.....

dibandingkan ruang dialog publik. Peningkatan kualitas konten yang lebih edukatif dan substansial, disertai optimalisasi interaksi dua arah, diperlukan agar Instagram dapat berfungsi secara lebih maksimal sebagai jembatan komunikasi antara DPRD Kota Bogor dengan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan dua hal utama sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan.

Pertama, pengelolaan akun Instagram @dprd.kotabogor dilaksanakan oleh Divisi Hubungan Masyarakat dan Protokol melalui sistem kerja yang terstruktur dan terpusat. Proses pengelolaan mencakup enam tahapan berkesinambungan, yaitu perencanaan konten berbasis kalender kegiatan, pengumpulan informasi dari agenda resmi lembaga, produksi materi publikasi, verifikasi internal berlapis, publikasi terjadwal, dan evaluasi performa akun secara berkala menggunakan Instagram Insight. Sistem terpusat ini mencerminkan proses normalisasi media sosial dalam rutinitas birokrasi kelembagaan, sebuah kondisi yang menjamin akurasi dan konsistensi informasi namun berpotensi membatasi kecepatan dan fleksibilitas respons publik. Data Instagram Insight dalam periode 90 hari menunjukkan 307.138 tayangan dengan 36.279 akun terjangkau, *Engagement Rate by Reach* sebesar 12,97%, serta 57,4% audiens berasal dari non-pengikut yang mengindikasikan kemampuan konten menembus basis pengikut tetap. Meskipun demikian, terdapat penurunan jangkauan sebesar 24,6% dibandingkan periode sebelumnya, yang mengonfirmasi perlunya evaluasi strategi konten yang lebih adaptif terhadap logika distribusi algoritma platform.

Kedua, terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi publik Humas DPRD Kota Bogor melalui Instagram. Faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang merangkap berbagai fungsi teknis dan protokoler, padatnya agenda kegiatan yang menuntut pembagian fokus antara peliputan lapangan dan produksi konten, prosedur verifikasi internal yang berbenturan dengan tuntutan kecepatan publikasi, dan perubahan algoritma platform yang memengaruhi jangkauan konten secara periodik. Pada sisi substantif, dominasi konten dokumentatif atas konten edukatif dan deliberatif mencerminkan orientasi komunikasi yang lebih bersifat *information provision* dibandingkan *citizen participation*, sebuah ketegangan yang inheren dalam pengelolaan media sosial lembaga legislatif yang harus menyeimbangkan keterbukaan informasi dengan sensitivitas politik kelembagaan.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman komunikasi publik digital di lembaga legislatif daerah, sebuah area yang masih relatif sedikit dieksplorasi dalam literatur komunikasi pemerintah di Indonesia. Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa efektivitas pengelolaan media sosial pemerintah tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas konten atau metrik keterlibatan, melainkan juga oleh faktor struktural, kapasitas kelembagaan, dan konteks politik yang membentuk praktik komunikasi secara keseluruhan.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan empat rekomendasi. Pertama, peningkatan kapasitas dan jumlah sumber daya manusia yang berdedikasi pada pengelolaan media sosial agar fungsi teknis dan fungsi strategis komunikasi dapat dijalankan secara optimal dan terpisah. Kedua, pengembangan variasi konten yang lebih berorientasi pada informasi substantif, meliputi hasil keputusan rapat, dampak kebijakan bagi masyarakat, dan penjelasan proses legislatif, agar Instagram tidak hanya berfungsi sebagai arsip dokumentasi melainkan

.....

sebagai sarana edukasi publik yang bermakna. Ketiga, optimalisasi mekanisme interaksi dua arah melalui peningkatan konsistensi respons terhadap komentar dan pesan publik, serta eksplorasi fitur interaktif platform seperti *polling*, *Q&A*, dan *live session* sebagai wujud komunikasi yang lebih dialogis. Keempat, pengembangan kerangka evaluasi komunikasi yang tidak hanya bertumpu pada metrik keterlibatan platform, tetapi juga mengukur tingkat pemahaman publik terhadap informasi kelembagaan dan persepsi masyarakat terhadap kredibilitas akun.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi perspektif masyarakat sebagai penerima informasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas komunikasi publik digital DPRD Kota Bogor. Selain itu, studi perbandingan lintas lembaga legislatif daerah di Indonesia akan sangat bernilai untuk mengidentifikasi pola umum dan kekhasan kontekstual dalam praktik komunikasi digital legislatif di tingkat lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Atnan, N., & Sembada, W. Y. (2025). An analysis of digital environment structuring and its impact on engagement: A case study of the Bandung City government's social media accounts, Indonesia. *Frontiers in Communication*, 10, 1628346. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1628346>
- Bangero, H. B. (2025). Best practices in e-government communication: Lessons from the local governments' use of official Facebook pages. *Government Information Quarterly*, 42(1), 102010. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2025.102010>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cuşnir, C. (2025). Public institutions meet TikTok: Communication strategies and the rise of govtainment. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.i496>
- Fatimah, A. N., Alawiyah, T., Nugrahaeni, R. A., & Rachmawati, D. (2024). The implementation of the roles and functions of public relations in government organizations. *Fenomena*.
- Hansson, S., & DePaula, N. (2025). Government communication on social media: Research foci, domains, and future directions. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.i496>
- Hujanen, J., Dovbysh, O., Jangdal, L., & Lehtisaari, K. (2021). Towards (hyper)local public sphere: Comparison of civic engagement across the Global North. *Media and Communication*, 9(3), 74–84. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3929>
- Hussin, Z. N., Chin, C. P.-Y., & Sondoh, S. L., Jr. (2025). Engaging citizens on government social media page: The role of content characteristics. *Information Polity*, 30(3). <https://doi.org/10.1177/15701255251386165>
- Johansson, E., & Johansson, K. M. (2025). Normalizing government social media communication: A Swedish case analysis. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.i496>
- Kondolele, S., Sultan, M. I., Akbar, M., & Putra, B. A. (2025). The nexus between public communication and policy implementation revisited: Insights from the Population and Civil Registration Service of South Sulawesi, Indonesia. *Frontiers in Communication*, 10, 1556747. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1556747>
- Liu, H., Zhu, W., & Mei, H. (2025). Unveiling the diffusion mechanism of government social media communication effect: The role of media accountability. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 1678. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06150-7>
- Mabillard, V., & Zumofen, R. (2025). A mixed-method approach to evaluating citizen
-

- engagement on government social-media pages. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.i496>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Page, R., & Hansson, S. (2024). Dialogic analysis of government social media communication: How commanding and thanking elicit blame. *Discourse, Context & Media*, 57, 100757. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2024.100757>
- Reveilhac, M. (2025). Mapping government use of social media influencers for policy promotion. *Media and Communication*, 13, Article 10371. <https://doi.org/10.17645/mac.10371>
- Saragih, J. (2024). Innovation in government: Strategies for effective public service delivery. *International Journal of Scientific Research and Management*, 12(5). <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v12i5.em02>
- Severin-Nielsen, M. K., Ejersbo, N., & Hjelmar, U. (2024). Opportunities and barriers for politicians' interaction with citizens on social media in the 2020s: An updated framework for future research. *Scandinavian Political Studies*, 47(2), 113–133. <https://doi.org/10.1111/scps.12222>
- Thi Uyen Nguyen, T., Van Nguyen, P., Thi Ngoc Huynh, H., Truong, G. Q., & Do, L. (2024). Unlocking e-government adoption: Exploring the role of perceived usefulness, ease of use, trust, and social media engagement in Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100291. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100291>
- Villodre, J. (2024). A three-model approach to understand social media-mediated transparency in public administrations. *International Review of Administrative Sciences*, 91(1), 111–129. <https://doi.org/10.1177/00208523241261896>
- Wukich, C. (2025). Social media engagement in public administration: Communication goals that influence reactions, comments, and shares. *Information Polity*, 30(3), 165–179. <https://doi.org/10.1177/15701255251363912>
- Yadlin, A., Yavetz, G., & Bronstein, J. (2025). Online emotional landscape of government and parliament communication in times of crisis. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.i496>
- Yavetz, G., & Aharony, N. (2022). The users' point of view: Towards a model of government information behavior on social media. *Heliyon*, 8(8), e10146. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10146>
- Yuan, Y.-P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W.-H., Cham, T.-H., Ooi, K.-B., Aw, E. C.-X., & Currie, W. (2023). Government digital transformation: Understanding the role of government social media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101775>
-