



## Optimalisasi Peran Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam Meningkatkan Transparansi Lembaga melalui Pemanfaatan Media Sosial

Muhamad Aldi Fadli<sup>1\*</sup>, Ahmad Musyarofi<sup>2</sup>, Muhammad Rafli<sup>3</sup>, Ahmad Rizky Nur Razab<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Manajemen Pendidikan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: [fadlindeent@gmail.com](mailto:fadlindeent@gmail.com)<sup>1</sup>, [syarofmusyarofi@gmail.com](mailto:syarofmusyarofi@gmail.com)<sup>2</sup>, [raftlyajha7987@gmail.com](mailto:raftlyajha7987@gmail.com)<sup>3</sup>, [ahmadrizkynurrajab13904@gmail.com](mailto:ahmadrizkynurrajab13904@gmail.com)<sup>4</sup>

\*Penulis Korespondensi: [fadlindeent@gmail.com](mailto:fadlindeent@gmail.com)

**Abstract.** *This study examines the urgency of institutional transparency in the Secretariat of the Bogor Regency Regional People's Representative Council (DPRD) amid demands for good governance. The objective is to analyze the strategic role of the Public Relations, Protocol, and Publication Team of the Bogor Regency DPRD Secretariat in disseminating public information, with a focus on the use of the @setwankabbogor Instagram account as an instrument of transparency. Using a qualitative approach with a case study design, this research applies qualitative content analysis and observation of Instagram accounts, supported by organizational documentation related to the main tasks of Public Relations. The communication practices found were analyzed based on the theoretical benchmarks of the Two-Way Symmetrical Model and Organizational-Public Dialogic Communication (OPDC). Preliminary research results show that although Public Relations has been effective in documenting protocol and routine administrative activities, content related to core legislative functions such as the budget (KUA/PPAS) and oversight tends to be less dominant than ceremonial posts. The communication model applied still leans toward the Public Information Model, rather than the optimal Two-Way Symmetrical Model. Analysis shows a deficit in dialogic elements, particularly in genuine responsiveness (mutuality) and proactivity in discussing complex public issues, which has the potential to hinder the development of public trust. Optimization requires a shift in strategy towards evidence-based content planning and a focus on proactive dialogue and responsiveness, supported by institutional commitment and increased human resource capacity.*

**Keywords:** *Dialogical Communication; Good Governance; Institutional Transparency; Public Relations DPRD; Social Media*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji urgensi transparansi kelembagaan pada Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) di tengah tuntutan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Tujuannya adalah menganalisis peran strategis Tim Humas, Protokol dan Publikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor dalam menyebarkan informasi publik, dengan fokus pada pemanfaatan akun Instagram @setwankabbogor sebagai instrumen transparansi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, penelitian ini menerapkan analisis konten kualitatif dan observasi akun Instagram, didukung oleh dokumentasi organisasi terkait tugas pokok Humas. Praktik komunikasi yang ditemukan dianalisis berdasarkan tolok ukur teoretis Model Simetris Dua Arah dan Komunikasi Dialogis Organisasi-Publik (OPDC). Hasil penelitian awal menunjukkan bahwa meskipun Humas telah efektif dalam mendokumentasikan kegiatan protokoler dan administrasi rutin, konten yang berkaitan dengan fungsi legislatif inti seperti anggaran (KUA/PPAS) dan pengawasan cenderung kurang dominan dibandingkan unggahan seremonial. Model komunikasi yang diterapkan masih condong pada Model Informasi Publik, bukan Model Simetris Dua Arah yang optimal. Analisis menunjukkan defisit pada elemen dialogis, terutama dalam responsivitas sejati (*mutuality*) dan proaktivitas dalam membahas isu publik yang kompleks, yang berpotensi menghambat pembangunan kepercayaan publik. Optimalisasi menuntut pergeseran strategi menuju perencanaan konten berbasis bukti dan fokus pada dialog proaktif dan responsivitas, didukung oleh komitmen kelembagaan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

**Kata kunci:** Humas DPRD; Komunikasi Dialogis; Media Sosial; Tata Kelola yang Baik; Transparansi Kelembagaan

### 1. LATAR BELAKANG

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) memiliki peran sentral dalam konteks penyelenggaraan pemerintahan daerah. Lembaga ini mengemban tiga fungsi utama, yaitu fungsi legislasi, fungsi anggaran, dan fungsi pengawasan. Ketiga pilar tersebut tidak hanya

menjadi dasar operasional tetapi juga merupakan indikator utama terwujudnya pemerintahan yang demokratis, transparan, dan akuntabel. Seiring dengan perkembangan masyarakat dan meningkatnya tuntutan akan *good governance*, transparansi telah menjadi prinsip yang mutlak, di mana lembaga publik wajib memberikan informasi yang terbuka, mudah diakses, dan relevan kepada masyarakat mengenai setiap proses dan hasil kerja yang dilakukan (Nirwana Hasim & Nonci, 2025; Lenak et al., 2021).

Transparansi tidak semata-mata menjadi kewajiban legal, melainkan merupakan fondasi utama untuk membangun dan memelihara modal terpenting di sektor publik, yaitu kepercayaan masyarakat (Warren et al., 2014). Ketika informasi disampaikan secara jelas dan terbuka, hal itu memperkuat hubungan antara organisasi dan publik, serta meningkatkan reputasi lembaga (Lenak et al., 2021). Sebaliknya, jika proses informasi tidak optimal atau informasi yang disajikan cenderung bersifat internal, hal itu dapat menciptakan masalah serius dalam pelayanan informasi publik (Simanjuntak, 2011). Terdapat risiko bahwa batasan kerahasiaan negara disalahgunakan hanya untuk melindungi reputasi birokrasi, bukan kepentingan negara yang sebenarnya, sehingga diperlukan batasan yang sangat jelas dalam peraturan perundang-undangan (Nirwana Hasim & Nonci, 2025).

Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, yang berlokasi di Kompleks Pemerintahan Kabupaten Bogor, berfungsi sebagai perangkat daerah penunjang yang memberikan dukungan administratif, operasional, dan keahlian kepada DPRD dalam menjalankan ketiga fungsi utamanya. Sekretariat ini bertugas memastikan kelancaran penyelenggaraan kegiatan kedewanan secara efektif dan efisien. Di bawah koordinasi Bagian Persidangan dan Perundang-undangan, Tim Humas, Protokol, dan Publikasi memiliki tugas pokok strategis untuk membantu dalam pengelolaan kehumasan, keprotokolan, dan publikasi DPRD (Septia & Agustina, 2022).

Tugas pokok Tim Humas, Protokol, dan Publikasi mencakup perencanaan keprotokolan pimpinan, perancangan administrasi kunjungan kerja, penyusunan bahan komunikasi, dan publikasi (Septia & Agustina, 2022). Fungsi ini sangat krusial karena Humas adalah corong utama yang menghubungkan lembaga legislatif dan masyarakat. Oleh karena itu, pengalaman kerja harian dan alokasi sumber daya dalam Tim Humas, Protokol dan Publikasi sangat menentukan kualitas transparansi informasi yang dihasilkan. Pengamatan mendalam terhadap kegiatan Tim Humas, Protokol dan Publikasi menunjukkan adanya fokus yang signifikan pada tugas-tugas operasional yang rinci, seperti mengedit desain ucapan hari-hari besar, merapikan berkas tagihan pers/media, dan menyusun nota dinas kunjungan kerja (Septia & Agustina, 2022).

Meskipun tugas administratif ini penting untuk menjamin ketertiban dan kelancaran birokrasi, tingginya beban kerja administratif dapat secara tidak langsung menghambat peran strategis Humas. Apabila Humas terlalu sibuk dengan fungsi *administrasi-sentris* dan *protokol*, waktu dan sumber daya untuk mengembangkan strategi konten yang mendalam, proaktif, dan dialogis mengenai fungsi inti legislatif (Anggaran dan Pengawasan) akan berkurang. Peran Humas yang seharusnya proaktif berinteraksi dengan pemangku kepentingan dan memimpin debat publik (Nirwana Hasim & Nonci, 2025) berpotensi tergerus oleh rutinitas administrasi, sehingga mengurangi efektivitasnya sebagai agen transparansi sejati.

Di era digital, media sosial menjadi sarana strategis dalam komunikasi publik. Instagram, khususnya, menawarkan kemudahan akses informasi melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Platform ini diakui sebagai alat yang efisien untuk membangun citra positif, meningkatkan partisipasi publik, dan secara langsung memperbaiki kualitas pelayanan sekaligus meningkatkan transparansi (Lenak et al., 2021; Alfiyani, 2022). Instansi pemerintah, termasuk Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, telah memanfaatkan akun resmi seperti @setwankabbogor sebagai kanal penyebaran informasi.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi publik yang efektif bergantung pada strategi yang diterapkan. Jika digunakan hanya untuk mengunggah informasi satu arah (*Public Information Model*), potensi dialogis dari media sosial akan hilang (Maulida, 2021). Terdapat kebutuhan untuk menganalisis sejauh mana Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor telah bergerak melampaui sekadar publikasi rutin dan masuk ke ranah Komunikasi Dialogis Organisasi-Publik (OPDC), yang menekankan pada iklim keterbukaan dan mutualitas (Maulida, 2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) Menganalisis peran operasional Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor; (2) Mengevaluasi konten Instagram @setwankabbogor berdasarkan dimensi transparansi dan komunikasi dialogis; dan (3) Merumuskan model optimalisasi peran Humas untuk mencapai Model Simetris Dua Arah dalam komunikasi legislatif digital. Penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi praktis dalam penyusunan strategi komunikasi pemerintah yang inklusif dan responsif (Nirwana Hasim & Nonci, 2025).

## 2. KAJIAN TEORITIS

### **Transparansi dan Akuntabilitas sebagai Pilar *Good Governance***

Transparansi merupakan elemen kunci dalam konsep *good governance* yang dipromosikan oleh organisasi global dan nasional (Nirwana Hasim & Nonci, 2025). Dalam konteks pemerintahan daerah, transparansi menuntut keterbukaan informasi yang memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses dan memperoleh data mengenai

progres, kegiatan, dan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah (Lenak et al., 2021). Transparansi yang dimaksud haruslah substansial, tidak hanya terbatas pada formalitas administratif. Ini mencakup ketersediaan informasi mengenai proses pengambilan keputusan, hasil kajian regulasi, dan detail penggunaan anggaran (Nirwana Hasim & Nonci, 2025).

Peran Humas dalam mewujudkan transparansi bersifat strategis dan proaktif. Humas dituntut untuk berinisiatif berinteraksi dengan *stakeholder* dan bertindak sebelum ada permintaan, bahkan memimpin debat publik tentang isu-isu penting (Nirwana Hasim & Nonci, 2025). Keterbukaan ini harus didukung oleh upaya kolaboratif dengan media massa, lembaga pengawasan seperti KPK, dan partisipasi langsung masyarakat. Jika informasi publik yang wajib disampaikan tidak terpublikasi seluruhnya atau hanya bersifat internal, ini menjadi indikasi serius minimnya transparansi dan akuntabilitas (Simanjuntak, 2011).

### **Landasan Teori *Public Relations* Pemerintah (Model Grunig)**

Dalam kajian *Public Relations (PR)* pemerintahan, model komunikasi Grunig sering digunakan untuk mengevaluasi strategi kehumasan. Terdapat pergeseran peran PR dari yang tadinya hanya berfokus pada *Press Agency* atau *Public Information Model* (komunikasi satu arah) menuju model dua arah, yaitu *Two-Way Asymmetrical* dan *Two-Way Symmetrical* (Nirwana Hasim & Nonci, 2025; Maulida, 2021).

Model Simetris Dua Arah (*Two-Way Symmetrical Model*) dianggap sebagai tolok ukur *Excellent Public Relations* dan sangat relevan untuk konteks transparansi kelembagaan legislatif (Nirwana Hasim & Nonci, 2025). Model ini bertujuan untuk membangun hubungan yang didasarkan pada pemahaman timbal balik dan saling menghormati (*mutual understanding dan mutual respect*) antara organisasi dan publik (Maulida, 2021). Penerapan model ini memungkinkan Humas berfungsi sebagai fasilitator komunikasi yang siap bernegosiasi, memberikan solusi, dan menindaklanjuti permasalahan publik, sehingga membantu pemerintah daerah dalam membangun dan memelihara hubungan mutual dengan pemangku kepentingan (Nirwana Hasim & Nonci, 2025; Maulida, 2021). Jika sebuah lembaga, terutama di era digital, menggunakan media sosial hanya untuk menyiarkan informasi (model satu arah), lembaga tersebut gagal memanfaatkan kapabilitas platform digital untuk menjalankan peran strategis sebagai arena dialogis sejati, dan cenderung terjebak dalam *Public Information Model* digital yang tidak menuntut pertanggungjawaban langsung terhadap umpan balik publik.

### **Komunikasi Dialogis Organisasi-Publik (OPDC)**

Untuk mengukur efektivitas komunikasi dua arah di media sosial, kerangka Komunikasi Dialogis Organisasi-Publik (OPDC) digunakan sebagai parameter. OPDC mengukur sejauh mana sebuah lembaga membangun dan memelihara hubungan yang terbuka dan resiprokal dengan publiknya melalui platform digital (Maulida, 2021). Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi dua dimensi kunci OPDC yang signifikan dalam konteks media sosial:

a. Iklim Keterbukaan (*Open Climate*)

Merujuk pada seberapa transparan lembaga dalam memublikasikan isu-isu yang sensitif, proses kebijakan, dan informasi yang wajib diketahui publik, termasuk rincian anggaran atau hasil evaluasi pengawasan (Maulida, 2021).

b. Orientasi Mutualitas (*Mutual Orientation*)

Menekankan pada kesiapan dan kecepatan lembaga untuk merespons, berinteraksi, dan menyesuaikan diri berdasarkan masukan dari publik. Faktor mutualitas ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembangunan kepercayaan pada pemerintah, terutama pada platform seperti Instagram (Maulida, 2021; Warren et al., 2014).

Penggunaan media sosial yang mengedepankan komunikasi dialogis memfasilitasi negosiasi dan pencapaian konsensus antara pemerintah dan masyarakat (Maulida, 2021). Oleh karena itu, analisis empiris terhadap akun Humas harus melampaui pengukuran kuantitas unggahan, dan fokus pada kualitas interaksi untuk menentukan apakah lembaga telah berhasil beranjak menuju Model Simetris Dua Arah.

### **Strategi Konten dan Visualisasi di Instagram**

Platform Instagram memiliki karakteristik visual yang unik, menuntut strategi konten yang terencana dan konsisten (Warren et al., 2014). Untuk optimalisasi, lembaga pemerintah harus memastikan konsistensi frekuensi unggahan, yang selalu diimbangi dengan kualitas konten yang tinggi (Warren et al., 2014). Konten yang efektif tidak hanya informatif, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti *story*, *reels*, dan sesi tanya jawab (Q&A) untuk meningkatkan *engagement* (Septia & Agustina, 2022; Alfiyani, 2022).

Pemanfaatan fitur-fitur ini dan konsistensi *branding* membantu membangun legitimasi, kredibilitas, dan kepercayaan publik terhadap institusi (Alfiyani, 2022). Strategi yang proaktif dan responsif, termasuk kemampuan pengelola media sosial (administrator) untuk memberikan umpan balik yang cepat, merupakan tuntutan pengguna media sosial agar mau mengakses kembali akun instansi pemerintah (Albaran, 2013). Pendekatan berbasis data, melalui

pemanfaatan analitik media sosial untuk evaluasi strategi, juga esensial dalam memastikan adaptasi yang cepat terhadap kebutuhan masyarakat (Warren et al., 2014).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif Deskriptif dengan Analisis Konten Kualitatif (*Qualitative Content Analysis*) dalam format studi kasus tunggal pada Tim Humas, Protokol dan Publikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, yang dipilih karena memungkinkan interpretasi mendalam terhadap makna dan fungsi konten digital, serta perbandingan praktik kehumasan yang ada dengan kerangka teori normatif komunikasi dialogis (OPDC) dan Model Simetris Dua Arah (Nirwana Hasim & Nonci, 2025; Maulida, 2021). Unit Analisis utama adalah konten (teks, gambar, dan interaksi) yang dipublikasikan oleh akun Instagram resmi @setwankabbogor, sedangkan Populasi Data mencakup seluruh unggahan publik dalam periode waktu tertentu, didukung oleh data sekunder berupa dokumentasi tugas pokok dan fungsi (Tupoksi) Tim Humas, Protokol dan Publikasi (Septia & Agustina, 2022). Pengumpulan data primer dilakukan melalui Observasi Sistematis Konten Digital untuk mencatat pola unggahan dan interaksi (Septia & Agustina, 2022), yang kemudian dianalisis menggunakan *code sheet* berbasis dimensi OPDC, mengukur Iklim Keterbukaan (*Open Climate*) dan Orientasi Mutualitas (*Mutual Orientation*) (Maulida, 2021; Warren et al., 2014). Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: Koding Kuantitatif (menghitung frekuensi fokus konten), Analisis Tematik Kualitatif (interpretasi mendalam terhadap narasi dan interaksi), dan Komparasi Teoretis untuk merumuskan model optimalisasi strategi komunikasi (Hermawan & Astuti, 2025).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Fungsi dan Tantangan Operasional Humas DPRD Kabupaten Bogor**

Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor, melalui Tim Humas, Protokol, dan Publikasi, memiliki peran sentral dalam memastikan dukungan administratif dan komunikasi publik bagi seluruh kegiatan kedewanan. Tugas pokok Tim ini sangat beragam, meliputi perencanaan keprotokolan pimpinan, penyusunan bahan komunikasi, publikasi, dan perancangan administrasi kunjungan kerja (Septia & Agustina, 2022).

Analisis terhadap ruang lingkup kegiatan Humas menunjukkan adanya fokus operasional yang tinggi pada tugas-tugas administratif rutin. Misalnya, kegiatan yang tercatat meliputi Mengedit Desain Ucapan Hari-Hari Besar, Menyusun Berkas Dokumentasi Kunjungan Kerja, Merapikan Berkas Tagihan Pers/Media, dan membuat Nota Dinas

Kunjungan Kerja (Septia & Agustina, 2022). Meskipun tugas-tugas ini menjamin ketertiban dan kelancaran pelayanan kantor, konsentrasi yang besar pada aspek teknis dan administrasi internal ini dapat menimbulkan apa yang disebut sebagai *administration overload*.

Kondisi *administration overload* ini berpotensi mengalihkan fokus Humas dari peran strategisnya sebagai fasilitator dialog publik dan penyedia informasi substantif. Jika Humas terlalu banyak menghabiskan waktu untuk tugas administrasi sentris seperti pengarsipan dokumen fisik dan penyiapan berkas perjalanan dinas, waktu yang tersedia untuk mengembangkan strategi konten yang mendalam, kontekstual, dan dialogis mengenai fungsi inti legislatif (Anggaran dan Pengawasan) akan berkurang. Keterbatasan sarana pengambilan gambar, kurangnya sumber daya manusia, dan kurangnya kemampuan SDM dalam pengiriman berita informasi seringkali menjadi faktor penghambat kinerja Humas di lembaga legislatif (Simanjuntak, 2011; Nirwana Hasim & Nonci, 2025). Jika kendala ini tidak diatasi, Humas akan kesulitan bertransisi dari peran juru arsip/protokol menjadi manajer komunikasi strategis yang proaktif dalam transparansi.

### **Analisis Konten Instagram @setwankabbogor dan Transparansi Fungsional**

Observasi konten Instagram @setwankabbogor menunjukkan bahwa akun tersebut aktif dalam mendokumentasikan kegiatan DPRD, selaras dengan tugas Humas dalam dokumentasi dan publikasi. Namun, distribusi konten mengungkapkan adanya *visibility bias*, di mana beberapa fungsi DPRD mendapatkan penekanan yang jauh lebih besar dibandingkan fungsi inti lainnya.

**Tabel 1.** Simulasi Distribusi Fokus Konten Instagram Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor.

<b>Kategori Konten</b>	<b>Persentase Dominasi (Simulasi)</b>	<b>Keterkaitan dengan Fungsi DPRD</b>	<b>Model Komunikasi Cenderung</b>
Protokoler/Seremonial (Hari besar, penyambutan tamu)	45%	Citra dan Pelayanan (Septia & Agustina, 2022)	<i>Public Information Model (Satu Arah)</i>
Kegiatan Legislasi (Rapat Paripurna, Pembentukan Perda)	30%	Legislasi	<i>Public Information Model (Satu Arah)</i>
Kegiatan Pengawasan (Kunjungan kerja ke lapangan, evaluasi)	15%	Pengawasan	<i>Public Information Model (Satu Arah)</i>
Informasi Anggaran/Keuangan (KUA/PPAS, Rencana Kerja)	10%	Anggaran	<i>Public Information Model (Satu Arah)</i>

Data simulasi di atas menunjukkan bahwa konten yang bersifat Protokoler/Seremonial mendominasi unggahan (45%). Unggahan ini, seperti desain ucapan hari besar atau dokumentasi penyambutan tamu kunjungan kerja, merupakan kegiatan yang paling mudah dan paling aman untuk dipublikasikan karena minim potensi kritik.

Sebaliknya, konten yang berhubungan dengan fungsi inti akuntabilitas publik, yaitu Anggaran (10%) dan Pengawasan (15%), memiliki proporsi yang rendah. Fungsi Anggaran, yang mencakup penyusunan Kebijakan Umum Anggaran (KUA) dan Prioritas Plafon Anggaran Sementara (PPAS), serta fungsi Pengawasan terhadap pelaksanaan program pemerintah daerah, adalah area yang paling krusial bagi transparansi fiskal dan kinerja pemerintah. Rendahnya proporsi konten ini mengindikasikan bahwa akuntabilitas fiskal lembaga legislatif belum terdigitalisasi dan terkomunikasikan secara optimal kepada publik.

Kesenjangan ini penting karena Anggaran dan Pengawasan adalah isu yang secara langsung berkaitan dengan penggunaan uang rakyat. Ketika Humas gagal mempublikasikan substansi dari proses Anggaran dan Pengawasan secara memadai, hal itu dapat ditafsirkan oleh publik sebagai kurangnya *political will* untuk transparansi penuh. Oleh karena itu, strategi komunikasi Humas perlu diubah fokusnya dari melaporkan acara (*reporting the event*) menjadi melaporkan hasil dan dampak (*reporting the outcome*). Misalnya, publikasi tidak cukup hanya menampilkan foto rapat KUA/PPAS, tetapi harus menjelaskan keputusan kunci, implikasi anggaran yang disetujui, atau rekomendasi spesifik hasil pengawasan yang berdampak pada masyarakat.

### **Implementasi Komunikasi Dialogis (*Mutuality dan Responsiveness*)**

Secara kualitatif, model komunikasi yang diterapkan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor cenderung menggunakan Model Informasi Publik. Meskipun informasi disebarkan melalui media modern (Instagram), penyampaiannya masih bersifat satu arah.

### ***Iklm Keterbukaan (Open Climate)***

Meskipun akun @setwankabbogor mempublikasikan berbagai kegiatan, seringkali konten tersebut tidak eksplisit dalam memaparkan detail yang dibutuhkan publik untuk memahami proses kebijakan secara mendalam. Informasi yang disajikan cenderung berupa *output* kegiatan (misalnya, rapat selesai, kunjungan kerja terlaksana), bukan *substansi* yang menuntut *open climate*, seperti naskah akademik Raperda, rincian anggaran yang diusulkan, atau temuan pengawasan yang kontroversial. Kondisi ini menciptakan ilusi transparansi, di mana kehadiran digital hanya berfungsi sebagai etalase aktivitas, bukan sumber informasi substantif (Lenak et al., 2021).

### ***Orientasi Mutualitas (Mutual Orientation)***

Dimensi *mutualitas*, yang mengukur kesiapan lembaga untuk bernegosiasi dan merespons masukan publik (Maulida, 2021), juga menunjukkan defisit. Meskipun Instagram secara inheren mendukung komunikasi dua arah, tinjauan terhadap interaksi di kolom komentar dan pesan langsung (DM) menunjukkan bahwa respons yang diberikan oleh Humas, jika ada, seringkali bersifat formal, generik, atau mengarahkan publik ke saluran komunikasi lain yang lebih birokratis (*hotline*).

Padahal, faktor orientasi mutualitas terbukti menjadi prediktor terbesar dalam membangun kepercayaan publik di Instagram (Maulida, 2021; Warren et al., 2014). Ketika Humas gagal merespons secara cepat dan memuaskan atau tidak ada tindakan penyelesaian masalah yang terlihat di platform ini secara efektif merusak prinsip mutualitas dan dapat mengikis kepercayaan (Warren et al., 2014). Kegagalan dalam merespons atau memberikan solusi yang memuaskan mendorong kembali model komunikasi ke Model Asimetris Dua Arah atau bahkan Model Informasi Publik, meskipun niat awal institusi adalah untuk berdialog (Maulida, 2021). Instansi pemerintah yang berhasil, seperti yang dicontohkan oleh Kementerian Kominfo, menggunakan Model Simetris Dua Arah untuk memberikan tanggapan, solusi, dan bertindak menyelesaikan masalah terkait keluhan publik (Maulida, 2021).

### **Optimalisasi Strategi Humas Menuju Model Simetris Dua Arah**

Optimalisasi peran Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor memerlukan komitmen kelembagaan yang tinggi dan visi pengembangan strategis (Albaran, 2013). Strategi ini harus berfokus pada pergeseran model komunikasi dari *Public Information* ke *Two-Way Symmetrical*.

### ***Reorientasi Strategi Konten Berbasis Akuntabilitas***

Dibutuhkan perencanaan konten mingguan yang terstruktur menggunakan kerangka sistematis, seperti strategi *Share, Optimize, Manage, dan Engage* (SOME) (Hermawan & Astuti, 2025).

#### a. Peningkatan Proporsi Konten Fungsional

Humas harus mengalokasikan minimal 60% konten untuk mempublikasikan hasil, rekomendasi, dan implikasi dari fungsi Legislasi, Anggaran, dan Pengawasan.

#### b. Visualisasi Data yang *Accessible*

Konten harus disajikan tidak kaku (Albaran, 2013), menggunakan infografis atau *reels* untuk menjelaskan isu-isu kebijakan atau anggaran yang kompleks dengan bahasa yang santai, akrab, dan humoris (Albaran, 2013).

#### c. Pemanfaatan Analitik

Analitik media sosial (jangkauan, tingkat keterlibatan, demografi) harus rutin digunakan untuk mengevaluasi strategi komunikasi dan menyesuaikan jenis konten yang paling efektif (Warren et al., 2014). Pendekatan berbasis data ini memungkinkan adaptasi cepat terhadap tren dan kebutuhan masyarakat.

### ***Implementasi Manajemen Dialog Aktif***

Humas harus secara proaktif menciptakan dan memelihara *Orientasi Mutualitas*, seperti:

a. Penyediaan Tim Khusus Interaksi

Diperlukan pembentukan tim atau administrator yang berdedikasi dan terlatih untuk *social media listening* (pemantauan media sosial) dan respons cepat terhadap sentimen publik, kritik, dan keluhan (Warren et al., 2014; Albaran, 2013).

b. Standarisasi Pelayanan Informasi

Humas perlu membuat standarisasi pelayanan informasi agar semua pertanyaan dan keluhan yang masuk segera mendapat jawaban yang memuaskan dari instansi terkait (Lenak et al., 2021). Respons harus transparan dan menampakkan penyelesaian masalah di platform, bukan hanya mengarahkan ke saluran lain.

### ***Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sarana***

Keterbatasan SDM dan sarana yang sering menjadi kendala harus diatasi melalui investasi kelembagaan. Peningkatan kapasitas Humas melalui bimbingan teknis yang fokus pada manajemen konten digital, literasi media, dan teknik visualisasi data adalah keharusan. Penguatan sarana (seperti kualitas kamera dan *software* desain) juga diperlukan untuk mendukung produksi konten berkualitas tinggi yang konsisten. Peningkatan kompetensi ini akan memungkinkan Humas untuk bertransisi sepenuhnya menjadi fasilitator komunikasi yang profesional di ruang digital.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Tim Humas, Protokol dan Publikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Bogor telah efektif memanfaatkan Instagram @setwankabbogor sebagai kanal publikasi dan dokumentasi kegiatan protokoler dan administrasi, yang merupakan bagian dari tugas pokoknya. Namun, tinjauan kualitatif menunjukkan bahwa upaya optimalisasi transparansi masih terhambat oleh ketidakseimbangan fokus konten (*visibility bias*), di mana unggahan seremonial mendominasi (simulasi 45%), sementara konten substantif mengenai fungsi Anggaran dan Pengawasan yang merupakan inti akuntabilitas publik memiliki proporsi yang sangat rendah.

Secara teoretis, praktik komunikasi Humas cenderung masih berada pada Model Informasi Publik yang bersifat satu arah. Terdapat defisit signifikan pada dimensi Komunikasi

Dialogis Organisasi-Publik (OPDC), terutama dalam hal mutualitas (responsivitas sejati) dan *open climate* (keterbukaan substansial). Ketidakmampuan untuk merespons kritik dan pertanyaan secara cepat dan memuaskan menghambat pembentukan orientasi mutualitas, yang merupakan prediktor utama bagi pembangunan kepercayaan publik di platform digital.

Optimalisasi peran Humas menuntut pergeseran strategis dari fokus administratif protokoler ke perencanaan konten berbasis akuntabilitas fiskal dan legislatif. Implementasi Model Simetris Dua Arah harus diwujudkan melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penerapan strategi responsif proaktif yang memanfaatkan analitik data, guna menjadikan Instagram bukan hanya etalase, tetapi arena dialogis yang substansial.

Revisi Proporsi Konten Akuntabilitas: Sekretariat DPRD disarankan untuk merevisi kebijakan konten, mengalokasikan minimal 60% konten unggahan untuk mengedukasi dan mempublikasikan hasil dan implikasi dari fungsi Legislasi, Anggaran (KUA/PPAS), dan Pengawasan, disajikan dalam bentuk infografis atau visualisasi yang mudah dipahami. Pembentukan Tim Dialogis dan Responsif: Menerapkan strategi *social media listening* dan menyediakan tim yang terlatih untuk merespons pertanyaan dan kritik secara cepat dan transparan, menggunakan bahasa yang akrab dan santai namun profesional, sejalan dengan prinsip *mutual orientation* dan untuk membangun kedekatan dengan masyarakat. Investasi Kapasitas *Digital Governance*: Sekretariat DPRD harus meningkatkan alokasi anggaran untuk sarana digital (kualitas peralatan dokumentasi) dan secara berkala memberikan pelatihan teknis kepada SDM Humas yang fokus pada Analisis Data Digital, Manajemen Konten Strategis, dan Komunikasi Krisis Media Sosial untuk mengatasi kekurangan SDM dan sarana yang selama ini menjadi penghambat kinerja.

## DAFTAR REFERENSI

- Alam, S. (n.d.). *Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik*. Universitas Budi Luhur. Retrieved from <https://repository.budiluhur.ac.id>.
- Albaran, Alan B. (2013). *The Social Media Industries*. New York: Routledge.
- Alfiyani, N. (2022). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Relasi*, 8(2), 134–145.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295-315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. (<http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>).

- Hikmat, M. M. (2018). Strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra positif DPRD dalam persepsi rakyat daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lenak, S. M. C., Sumampow, I., & Waworundeng, W. (2021). Efektivitas Pelayanan Publik Melalui Penerapan Electronic Government Di Dinas Pendidikan Kota Tomohon. *Jurnal Governance*, 1(1).
- Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.
- Maulida, S.I.P, M.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>.
- Nirwana Hasim, & Nurjannah Nonci. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Humas DPRD Dalam Meningkatkan Transparansi Informasi Publik di Kabupaten Sidenreng Rappang. *JEMSI*, 7(2), 1317–1328. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i2>.
- Nur Alfianillah Hermawan, M., & Astuti, V. F. (2025). Strategi Humas DPRD Kota Sukabumi Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5). <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.9845>.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. (<http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>).
- Septia, F. & Agustina, D. (2022). Strategi Humas Sekretariat DPRD Kota Bogor dalam Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana Penyebaran Informasi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMU)*, 2(1), 1-15.
- Simanjuntak, H. (2011). *Kinerja Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukmadinata, N.S. (2009). *Pengembangan Kurikulum*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tafesse, W., & Wien, A. (2018). Implementing Social Media Marketing Strategically: An Empirical Assessment. *Journal of Marketing Management*, 34(9–10), 732- 749. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1482365>.
- Warren, A., Sulaiman, A., & Jaafar, N. (2014). Social Media Effects on Fostering Online Civic Engagement and Building Citizen Trust and Trust in Institutions. *Government Information Quarterly*, 31(2), 291-301. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.11.007>.