



Strategi Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam Menyampaikan Informasi Publik Melalui Media Digital

Public Relations Strategies of the Bogor City Social Service in Disseminating Public Information Through Digital Media

Alsakti Alamanda Tr Putra^{1*}, Hudi Santoso²

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

Corresponding author*: alsaktitr@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong instansi pemerintah, termasuk Dinas Sosial Kota Bogor, untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi publik melalui media digital serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas Dinas Sosial Kota Bogor mengacu pada model strategi komunikasi humas menurut Cangara, yang meliputi penetapan tujuan komunikasi, identifikasi khalayak, penyusunan pesan, pemilihan media, dan evaluasi. Media digital yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, dan website resmi. Hambatan yang dihadapi mencakup keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya literasi digital pada sebagian masyarakat, serta kendala teknis dalam pengelolaan media sosial.

Kata Kunci: Strategi Humas; Media Digital; Informasi Publik;

Abstract

The development of digital technology has encouraged government institutions, including the Bogor City Social Service, to utilize digital media as a means of delivering public information. This study aims to analyze the public relations strategies of the Bogor City Social Service in disseminating public information through digital media and to identify the obstacles encountered in its implementation. This research employs a descriptive qualitative method with data collection techniques including interviews, observations, and literature studies. The findings indicate that the public relations strategies of the Bogor City Social Service refer to Cangara's public communication strategy model, which includes setting communication objectives, identifying target audiences, composing messages, selecting media, and conducting evaluations. The digital media platforms used include Instagram, Facebook, and the official website. The challenges faced include limited human resources, low digital literacy among segments of the community, and technical difficulties in managing social media.

Keyword: Public Relations Strategy; Digital Media; Public Information;

PENDAHULUAN

Humas dalam sebuah instansi memiliki peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media digital (Anggraini et al., 2021). Sebagai fasilitator komunikasi, humas bertugas untuk menjembatani hubungan antara instansi dengan publik, baik internal maupun eksternal. Peran ini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga dalam membangun citra positif instansi serta memastikan komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat (Effendy, 2022). Menurut Prastowo (2020), fungsi pokok humas terus mengalami perkembangan termasuk pada humas pemerintah. Perkembangan fungsi humas pemerintah diantaranya adanya dinamika yang muncul karena terjadi peralihan dari era orde baru menuju reformasi. Dampak dari perubahan sistem pemerintahan tersebut dirasakan oleh masyarakat yakni dengan banyak terdapat informasi yang disuguhkan oleh berbagai media bahkan hingga saat ini bukan hanya media konvensional yang menjadi sumber informasi publik namun perkembangan sangat pesat terjadi pada media online.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara instansi pemerintah, perusahaan, dan organisasi lainnya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media digital kini menjadi sarana utama dalam komunikasi publik karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Menurut Anggraini et al. (2021), media digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi, di mana informasi dapat diakses oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu dan lokasi. Media digital dalam konteks komunikasi publik, mencakup berbagai platform, termasuk website resmi, media sosial, aplikasi berbasis internet, serta media berbasis video dan streaming. Penggunaan media digital memungkinkan pemerintah dan instansi lainnya untuk lebih transparan dalam menyebarkan informasi publik, meningkatkan keterlibatan masyarakat, serta mempercepat respons terhadap isu-isu yang berkembang.

Strategi humas dalam komunikasi publik merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh suatu organisasi atau instansi untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui penyampaian informasi yang efektif. Seperti yang dijelaskan Septia et al. (2024), humas pemerintah berperan penting dalam mengelola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat untuk memperoleh kepercayaan publik. Penyebaran informasi ke masyarakat dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, termasuk dalam bidang kehumasan. Salah satu fungsi utama humas adalah menyebarkan informasi publik untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat.

Strategi komunikasi humas dalam era digital mengalami perubahan yang signifikan. Instansi pemerintah perlu mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan publik. Media digital, seperti website resmi, media sosial, dan aplikasi pesan instan, menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi publik karena kemampuannya dalam menjangkau masyarakat dengan cepat dan efisien. Peran penting humas dalam mengimplementasikan strategi komunikasi tetap. Menurut Rizky dan Saputra (2022), salah satu hambatan utama dalam komunikasi humas digital adalah rendahnya interaksi aktif dengan masyarakat, di mana komunikasi masih cenderung satu arah. Wijaya et al. (2023) menambahkan bahwa perbedaan tingkat literasi digital masyarakat menjadi kendala dalam efektivitas

penyampaian informasi. Oleh karena itu, humas perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih interaktif dan inklusif agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan lebih baik.

Dinas Sosial Kota Bogor sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam urusan kesejahteraan sosial memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang transparan dan akurat kepada masyarakat. Keterbukaan informasi publik merupakan bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang ini menegaskan bahwa setiap badan publik wajib menyediakan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan, program, dan kegiatan yang berdampak pada masyarakat. Strategi komunikasi yang digunakan oleh humas Dinas Sosial harus dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya akurat tetapi juga mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Media digital telah menjadi alat utama dalam komunikasi publik, akan tetapi terdapat tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi humas di lingkungan pemerintahan. Beberapa studi terbaru menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan (gap) dalam strategi komunikasi humas melalui media digital. Menurut Rizky dan Saputra (2022), salah satu tantangan utama dalam strategi humas digital adalah kurangnya interaksi aktif antara instansi dan masyarakat, di mana komunikasi masih cenderung satu arah. Hal ini menyebabkan rendahnya partisipasi publik dalam kebijakan dan program yang disampaikan melalui media digital.

Studi oleh Wijaya et al. (2023) menunjukkan bahwa tingkat literasi digital masyarakat yang beragam juga menjadi faktor penghambat penyampaian informasi publik. Tidak semua masyarakat memiliki akses atau pemahaman yang cukup mengenai penggunaan media digital, sehingga informasi yang disampaikan tidak selalu dapat menjangkau seluruh kelompok masyarakat secara merata. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis strategi humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi publik melalui media digital dan menjelaskan hambatan yang dialami.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang keadaan atau kondisi subjek penelitian. Pemilihan teknik analisis deskriptif didasarkan pada tujuan peneliti untuk menyampaikan gambaran yang rinci, transparan, dan mendalam tentang kondisi yang diamati di lapangan (Sugiyono, 2021). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan tujuan memahami fenomena secara mendalam melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Menurut Rusli (2021), penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan lebih condong menggunakan pendekatan analitis. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ilmiah memiliki sejumlah pertimbangan penting. Pertama, data yang dihasilkan bersifat autentik karena berasal langsung dari fakta dan peristiwa nyata di lapangan, bukan hasil konstruksi peneliti. Kedua, analisis yang dilakukan bersifat mendalam dan terfokus, karena proses pengumpulan data dilakukan secara intensif serta mempertimbangkan berbagai konteks yang mempengaruhi, seperti aspek ideologis, politik, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Ketiga, metode ini bersifat terbuka terhadap berbagai perspektif, terutama dari partisipan, sehingga peneliti

tidak menetapkan hasil sejak awal, melainkan membangunnya berdasarkan temuan yang diperoleh dari partisipan. Ini mencerminkan nilai demokratis dalam proses penelitian. Keempat, pendekatan kualitatif menekankan pada sifat realistis, dengan keyakinan terhadap dinamika dan proses yang terjadi dalam konteks penelitian (Fadli, 2021). Metode kualitatif dipakai oleh peneliti karena tujuannya adalah untuk menghasilkan data yang menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan oleh humas Dinas Sosial Kota Bogor pada platform media digital yang dimiliki.

Waktu pelaksanaan dilaksanakan selama empat bulan yaitu pada tanggal 3 Februari - 30 Mei 2025. Selama periode ini, peneliti telah melakukan serangkaian kegiatan untuk menggali data-data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi literatur. Informan utama penelitian ini adalah Humas Dinas Sosial Kota Bogor. Berikut gambaran informan penelitian ini terlihat pada tabel 1.

Tabel 1 Data Informan

No	Nama	Jabatan
1	Aufa	Staff Humas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak Humas Dinas Sosial Kota Bogor, serta pembahasan temuan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Fokus utama dalam pembahasan ini adalah strategi humas dalam menyampaikan informasi publik melalui media digital serta hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Tujuannya adalah untuk memahami praktik humas di era digital secara lebih menyeluruh, sekaligus melihat relevansinya terhadap literasi digital masyarakat.

Strategi Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam Menyampaikan Informasi Publik melalui Media Digital

Strategi yang digunakan oleh Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi publik melalui berbagai platform digital mencakup pemilihan media, penyusunan konten, frekuensi publikasi, dan pendekatan etis dalam pengelolaan informasi. Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa media digital yang digunakan oleh Dinas Sosial Kota Bogor meliputi Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web resmi. Instagram menjadi platform paling aktif karena dinilai paling menjangkau berbagai kalangan. Seperti disampaikan informan, “yang lebih aktifnya itu ada Instagram, Facebook, TikTok.” “Menyeluruh ya, karena banyak penggunaanya di Instagram. Gak cuma anak-anak muda, tapi orang tua pun bisa mengakses.” (wawancara dengan Aufa pada 24 April 2025). Hal ini sejalan dengan penjelasan Ikhsanto dan Rahmawati (2024), bahwa dalam ranah komunikasi pemerintah, Instagram dipilih sebagai salah satu media yang memiliki peran penting. Platform ini menarik perhatian dari berbagai kalangan usia dan telah berkembang menjadi sarana teknologi informasi dan komunikasi yang kian diminati. Keunggulan serta karakteristik unik yang dimiliki Instagram menjadi alasan utama mengapa platform ini lebih dipilih dibandingkan media sosial lainnya.

Penggunaan media sosial tersebut disesuaikan dengan tren digital dan karakteristik

pengguna. Informan menjelaskan bahwa, “Karena sekarang kita ngikutin tren ya, banyak warga yang mengakses Instagram, Facebook, dan TikTok itu khalayaknya lebih ke semua ya. Jadi dari tiga sosial media itu yang paling sering banyak digunakan sih” (wawancara dengan Aufa pada 24 April 2025).

Selain aktif di media sosial, humas juga memperhatikan aspek etis. Identitas individu yang masuk kategori PPKS harus disamarkan, “Walaupun kita mengikuti tren, kita tetap menjaga data pribadi mereka. Entah NIK, alamat, atau nama orang tua. Jika diperlukan nama/identitas kita menggunakan inisial. Kami juga memilah yang mana yang layak ditunjukkan ke publik dengan yang tidak” (wawancara dengan Aufa pada 24 April 2025). Konten yang dipublikasikan terdiri dari dokumentasi kegiatan, edukasi, hingga ajakan kepedulian sosial, dengan penyusunan caption yang ringkas namun komunikatif. Frekuensi unggahan terpantau rutin, yakni minimal satu unggahan per hari, bahkan bisa mencapai lima hingga enam unggahan jika terdapat banyak kegiatan. Salah satu nilai penting dalam strategi ini adalah perhatian terhadap perlindungan identitas klien, terutama kelompok rentan seperti lansia, anak-anak, penyandang disabilitas, dan lainnya yang tergolong dalam PPKS (Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial).

Strategi yang dilakukan Dinas Sosial Kota Bogor sejalan dengan konsep cyber public relations yang menekankan pemanfaatan media digital untuk membangun hubungan dengan publik. Alivia et al. (2023) menyatakan bahwa media digital membentuk paradigma baru dalam hubungan masyarakat dengan publik melalui pendekatan cyber PR dan net PR yang lebih cepat, efisien, dan luas jangkauannya. Lebih lanjut, menurut Wono et al. (2023), penggunaan media sosial oleh organisasi pemerintah berfungsi tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran publik, mengelola persepsi, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

Hambatan yang Dihadapi Humas dalam Komunikasi Digital

Berdasarkan wawancara dan observasi langsung, kendala-kendala yang dihadapi oleh Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui media digital dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu teknis dan non-teknis, yang masing-masing memiliki implikasi terhadap efektivitas strategi komunikasi digital. Ditemukan bahwa hambatan teknis yang paling dominan adalah terkait keamanan data dan perlindungan identitas. Pernah terjadi kesalahan dalam menampilkan informasi pribadi yang sensitif, yang kemudian mendapat tanggapan negatif dari masyarakat. “Kita pernah waktu itu lupa menyebutkan nama, identitas, dan tidak memprivasi mukanya... itu ada beberapa warga yang komen. Paling kendalanya di situ sih. Kadang kita harus lebih hati-hatilah ke depannya” (wawancara dengan Aufa pada 24 April 2025). Selain itu, terdapat kendala teknis seperti gangguan jaringan dan keterbatasan akses terhadap server dan aplikasi pendukung pelaporan. “Kita nggak punya server tersendiri, kadang aplikasi itu nggak bisa dibuka karena sedang maintenance, seperti kemarin jaringan” (wawancara dengan Aufa pada 24 April 2025).

Sementara itu, hambatan non-teknis lebih banyak berasal dari pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap informasi digital. Kesalahan penafsiran caption, konten, atau pesan yang disampaikan kerap kali menimbulkan salah paham, sehingga memperlambat penerimaan pesan. “Ada yang salah tafsir, pengumuman yang kita tuju maksudnya A, tapi ditanggapinya B, bisa bikin rame” (wawancara dengan Aufa pada 24

April 2025). Hambatan teknis dan non-teknis ini sesuai dengan pendapat Istighfarin et al. (2022) yang menyatakan bahwa tantangan utama komunikasi digital dalam organisasi adalah pada aspek ketergantungan terhadap teknologi dan potensi kesalahan teknis yang dapat berdampak terhadap kredibilitas lembaga (Istighfarin et al., 2022). Selain itu, rendahnya literasi digital masyarakat menjadi persoalan tersendiri. Menurut Amaly dan Armiah (2023), rendahnya literasi digital menyebabkan misinterpretasi terhadap informasi yang disebarluaskan, yang kemudian membuka ruang bagi penyebaran informasi yang salah atau hoaks (Amaly & Armiah, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi publik melalui media digital serta hambatan yang dihadapi, maka dapat disimpulkan bahwa humas Dinas Sosial Kota Bogor memanfaatkan berbagai media digital, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web resmi dalam menyampaikan informasi publik. Di antara media tersebut, Instagram menjadi platform yang paling dominan digunakan karena memiliki jangkauan luas dan tingkat interaksi yang tinggi. Strategi yang diterapkan mencakup penyesuaian terhadap tren media sosial, penggunaan caption yang ringkas dan komunikatif, penyampaian pesan melalui infografis dan konten visual, serta perlindungan terhadap identitas individu yang masuk kategori PPKS. Hal ini menunjukkan bahwa humas tidak hanya fokus pada penyebaran informasi, tetapi juga menjaga etika dan nilai privasi dalam komunikasi publik. Dalam praktiknya, Humas Dinas Sosial Kota Bogor menghadapi berbagai hambatan, baik teknis maupun non-teknis. Hambatan teknis meliputi kesalahan dalam menampilkan data sensitif dan keterbatasan jaringan atau server yang digunakan saat proses pelaporan. Sementara itu, hambatan non-teknis berasal dari rendahnya tingkat literasi digital masyarakat yang menyebabkan kesalahpahaman dalam menerima informasi, serta keterbatasan jumlah personel humas yang berdampak pada efektivitas kerja tim.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk mendukung pengembangan strategi Humas Dinas Sosial Kota Bogor dalam menyampaikan informasi publik melalui media digital. Dinas Sosial Kota Bogor disarankan untuk menambah jumlah personel di bagian humas atau meningkatkan kompetensi tim yang ada melalui pelatihan berkala. Langkah ini bertujuan untuk mendukung pelaksanaan strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur dan terarah. Untuk mengatasi hambatan teknis seperti kesalahan dalam menampilkan data sensitif dan kendala jaringan, Dinas perlu membangun sistem pengelolaan data yang lebih baik dan aman. Kerja sama dengan tim teknologi informasi juga penting agar penyampaian informasi berjalan lancar dan tetap menjaga kerahasiaan data tertentu. Mengingat masih adanya kesalahpahaman dari masyarakat akibat rendahnya literasi digital, Humas Dinsos dapat menginisiasi program edukatif, seperti pembuatan konten informatif ringan atau sosialisasi daring yang membantu masyarakat memahami informasi dengan lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Amaly, L. D., & Armiah, N. (2023). Literasi digital dalam menghadapi penyebaran konten hoaks di media sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 21(1), 35–46.

- <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i2.6019>
- Anggraini, D., Suryadi, A., & Pratama, R. (2021). Peran Humas dalam Penyebaran Informasi melalui Media Digital. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 123-135.
- Effendy, O. U. (2022). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (10th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Istighfarin, F., Rohman, F., & Hasanah, L. (2022). Komunikasi organisasi di era digital: Peluang dan tantangan. *Jurnal Komunikasi TRILOGI*, 5(2), 13-22. <https://doi.org/10.52423/neores.v5i2.233>
- Ikhsanto, F N., & Rahmawati, D E. (2024) Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemerintah dalam Sosialisasi Prosedur Pembuatan Paspor : Kantor Imigrasi Kelas 1 TPI Yogyakarta. *NeoRepublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(2), 545-561. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v4i1.483>
- Prastowo, F. (2020). Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah Pada Lembaga Pemerintah. *PROfesi Humas*.
- Rizky, F., & Saputra, D. (2022). Tantangan Humas dalam Implementasi Strategi Komunikasi Digital di Instansi Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 245-260.
- Septia, A., Agustina, E., Dila, I., Ilmi, L., Najwa, M., Aura, R., Amanda, S., Alifiani Y., & Karina, Z. (2024). Strategi Humas Sekretariat DPRD Kota Bogor Dalam Membuat Konten Instagram Untuk Penyebaran Publik. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(1), 39-52.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, H., Santoso, B., & Lestari, M. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Efektivitas Komunikasi Publik di Era Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 25(1), 78-92.
- Wono, H., Gunawan, S., & Puspitasari, D. (2023). Media sosial sebagai strategi public relations instansi pemerintah: Studi pada Instagram @pemkotbogor. *Branding Journal*, 2(1), 14-23. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding/article/view/29329>