

Optimalisasi Konten Keamanan Cyber Pada Divisi Creative Di Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Bogor

Nishabella Chiquita*¹, Asriyani Sagiyanto², Yan Bastian³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3}

*e-mail: nishabellac@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial Instagram kini menjadi sarana strategis komunikasi publik pemerintah, termasuk dalam penyebarluasan informasi keamanan cyber kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi upaya optimalisasi konten keamanan cyber pada Divisi Creative di media sosial Instagram @kominfobogor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor, sekaligus mengetahui kendala yang dihadapi dalam prosesnya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori The Circular Model of SoMe dari Regina Luttrell yang mencakup tahap share, optimize, manage, dan engage. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur terhadap tiga informan yang ditentukan secara purposive, yaitu Admin Instagram sebagai informan kunci, Head Creative, dan anggota Divisi Creative, serta observasi partisipatif dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan keempat tahap dijalankan dengan tingkat kematangan yang berbeda. Tahap share berjalan matang melalui pemilihan isu aktual dan penggunaan sumber resmi yang terverifikasi; tahap optimize diwujudkan melalui alur produksi bertahap, sistem penanggung jawab mingguan, penyesuaian format, tagar, caption, dan penyederhanaan bahasa; tahap manage lemah karena evaluasi belum terjadwal dan terdokumentasi; sedangkan tahap engage menjadi tahap paling lemah karena interaksi masih berhenti pada tataran teknis penulisan. Optimalisasi berlangsung pada dua lapis, yakni optimalisasi pesan dan optimalisasi tata kerja tim. Kendala yang ditemukan meliputi keterbatasan waktu produksi, tekanan jadwal publikasi, beban kerja ganda, keterlambatan publikasi, evaluasi yang belum melembaga, dan terbatasnya kolaborasi. Penelitian ini berkontribusi memperkaya kajian komunikasi digital pemerintah sekaligus menjadi bahan evaluasi praktis bagi pengelolaan konten Diskominfo Kota Bogor.

Kata kunci : *Optimalisasi Konten; Keamanan Cyber; Media Sosial Instagram; Komunikasi Publik; The Circular Model of SoMe.*

ABSTRACT

Instagram has become a strategic channel for government public communication, including the dissemination of cyber security information to the public. This study identifies the optimization of cyber security content by the Creative Division on the Instagram account @kominfobogor of the Communication and Informatics Office of Bogor City, and examines the obstacles encountered. The research employs a descriptive qualitative approach guided by Regina Luttrell's The Circular Model of SoMe, which comprises the share, optimize, manage, and engage stages. Data were collected through structured interviews with three purposively selected informants, namely the Instagram Admin as key informant, the Head of Creative, and a Creative Division member, together with participant observation and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that the four stages are implemented at different levels of maturity. The share stage is well established through the selection of current issues and verified official sources; the optimize stage is realized through a staged production workflow, a rotating weekly coordinator system, format adjustment, hashtags, captions, and language simplification; the manage stage remains weak because evaluation is neither scheduled nor documented; and the engage stage is the weakest, since interaction remains merely technical. Optimization operates on two layers, message optimization and team workflow optimization. The obstacles include limited production time, tight publication schedules, dual workloads, delayed publication, uninstitutionalized evaluation, and limited collaboration. This study enriches studies of government digital communication and offers practical evaluative input for content management.

Keywords : *Content Optimization; Cyber Security; Instagram Social Media; Public Communication; The Circular Model of SoMe*

PENDAHULUAN

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian informasi atau pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan mencapai kesamaan pemahaman. Proses ini tidak berlangsung secara satu arah, melainkan bersifat aktif dan berkelanjutan melalui interaksi, umpan balik, serta penyesuaian makna di antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam proses komunikasi, terdapat beberapa unsur utama yang saling berkaitan, yaitu komunikator sebagai penyampai pesan, pesan itu sendiri, media atau saluran yang digunakan, serta komunikan sebagai penerima pesan. Selain itu, komunikasi juga menghasilkan pengaruh tertentu terhadap penerima pesan. Kelima unsur tersebut tidak dapat dipisahkan karena saling memengaruhi dan membentuk satu kesatuan dalam proses komunikasi (Wahyono & Aditia, 2022). Dalam konteks pemerintahan, komunikasi memiliki peran yang strategis karena berfungsi sebagai sarana penghubung antara pemerintah dan masyarakat dalam menyampaikan kebijakan, program, serta berbagai informasi secara jelas.



Gambar 1. Pengguna Internet 2025

Sumber : We Are Social (2025)

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Meltwater* pada Oktober 2025 jumlah pengguna internet di seluruh dunia tercatat mencapai 6,04 miliar Pengguna. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan seiring dengan pertumbuhan populasi global sekitar 70 juta jiwa dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, sehingga total populasi dunia pada awal tahun 2025 mencapai 8,25 miliar jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 5,78 miliar orang atau sekitar 70,1% merupakan pengguna ponsel, sedangkan 6,04 miliar orang atau 73,2% telah terhubung ke internet.

Selain itu, pengguna media sosial aktif mencapai 5,66 miliar jiwa atau sekitar 68,7% dari total populasi dunia. Data tersebut memperlihatkan bahwa akses masyarakat terhadap platform digital semakin meluas, sehingga media sosial kini menempati posisi penting sebagai sarana komunikasi, penyebaran informasi. Platform digital menawarkan kecepatan dalam penyebaran informasi, jangkauan audiens yang luas, serta tingkat interaktivitas yang memungkinkan masyarakat memberikan umpan balik secara langsung. Oleh karena itu, media sosial menjadi sarana strategis bagi pemerintah dalam melakukan sosialisasi, klarifikasi informasi, serta membangun dialog dengan publik.

Dengan tingginya jumlah pengguna internet dan media sosial tersebut, Instansi pemerintah turut memanfaatkan platform digital sebagai sarana komunikasi publik yang efektif. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan yaitu Instagram, yang memiliki keunggulan dalam penyampaian pesan secara visual serta mendukung terciptanya interaktivitas antara penyampai dan penerima pesan. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bogor menjadi salah satu instansi yang aktif menggunakan media sosial, khususnya akun Instagram @kominfobogor, sebagai media untuk menyebarluaskan informasi. Keamanan *cyber* menjadi isu penting di era digital sehingga diperlukan adanya optimalisasi konten keamanan *cyber* yang sesuai agar informasi yang disampaikan oleh pemerintah dapat dipahami dan diterapkan oleh masyarakat.

Diskominfo Kota Bogor telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik, khususnya terkait keamanan *cyber*, dalam praktiknya masih terdapat tantangan dalam mengoptimalkan konten yang disajikan. Hal ini dapat dilihat dari proses produksi konten yang memiliki

keterbatasan waktu, yang mana dalam satu hari Instagram @kominfobogor memproduksi 2-3 konten *reels* dan *feed*, dari proses editing hingga posting menjadi tugas penting pada Divisi *Creative*, oleh sebab itu jadwal publikasi yang padat serta proses editing menjadi kurang efisien. Maka diperlukan optimalisasi konten keamanan *cyber* yang tepat agar pesan dapat tersampaikan secara optimal kepada masyarakat. Berikut ditampilkan tangkapan layar (*screenshot*) unggahan akun Instagram @kominfobogor yang menunjukkan bagaimana pemerintah menyebarkan informasi secara visual dan interaktif kepada masyarakat.



Gambar 2. Akun Instagram @kominfobogor
Sumber : Instagram @kominfobogor (2026)

Dalam konteks ini, optimalisasi konten edukasi di media sosial bisa menjadi solusi yang tepat. Selain menyediakan platform untuk berinteraksi, media sosial Instagram @kominfobogor juga merupakan sarana untuk memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas, dan menjadi tempat yang tepat untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Di Diskominfo Kota Bogor, Divisi *Creative* berperan sebagai *agent of change* atau agen perubahan yang menyampaikan berbagai informasi seperti keamanan *cyber* dan program lainnya. Proses liputan, video dan publikasi yang dilakukan bukan hanya bertujuan memberikan informasi, tetapi juga memperkenalkan inovasi yang diciptakan instansi pemerintah agar dapat diterima oleh masyarakat Kota Bogor.

Berdasarkan uraian tersebut, peran Divisi *Creative* dalam mengelola konten media sosial menjadi sangat penting dalam menunjang keberhasilan komunikasi publik, khususnya dalam penyampaian informasi terkait keamanan *cyber*. Optimalisasi konten keamanan *cyber* yang diterapkan tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas secara menarik dan mudah dipahami. Namun demikian, optimalisasi konten keamanan *cyber* di media sosial tidak terlepas dari berbagai tantangan, baik dari segi teknis maupun strategis. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan akan pengoptimalisasian konten yang terencana dan terarah agar pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian dan dipahami oleh masyarakat.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah memiliki peran penting dalam penyampaian informasi publik kepada masyarakat. Penelitian Nurhaliza dan Bachtiar (2025) serta Madaniy dan Astuti (2025) menyoroti peran humas pemerintah dalam pengelolaan Instagram melalui konten visual dan pengaturan informasi untuk meningkatkan kualitas komunikasi publik.

Selain itu, penelitian Nurman et al. (2024) menemukan bahwa humas Pemerintah Kota Bogor menerapkan strategi yang menitik beratkan pada pembuatan konten edukatif dan visual yang menarik untuk meningkatkan jangkauan audiens. Penelitian tersebut mendeskripsikan praktik pengelolaan Instagram Pemerintah Kota Bogor secara umum dengan fokus pada optimalisasi konten, visual, dan jadwal publikasi. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada pengelolaan media sosial pemerintah secara umum dan belum secara khusus membahas optimalisasi konten keamanan *cyber* pada Divisi *Creative* di

media sosial Instagram Diskominfo Kota Bogor. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana Divisi *Creative* mengoptimalkan konten keamanan *cyber* melalui media sosial Instagram sebagai sarana penyampaian informasi publik kepada masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Divisi *Creative* mengoptimalkan konten keamanan *cyber* di media sosial Instagram @kominfobogor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses perencanaan, produksi, hingga penyebaran konten melalui media sosial Instagram @kominfobogor.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif karena berusaha untuk menggali permasalahan dengan memperoleh pemahaman makna dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian. Sugiyono (2022) menyatakan jika metode penelitian kualitatif sebagai metode naturalistik karena penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami atau nyata. Dengan metode ini, fokus penelitian bukan pada pengujian hipotesis, melainkan pada penggalian data secara naratif dan interpretatif. Tujuan utamanya adalah memahami bagaimana proses optimalisasi konten keamanan *cyber* yang dilakukan oleh Divisi *Creative* pada media sosial Instagram Diskominfo Kota Bogor, mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga publikasi konten, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

Menurut Wahyuni unit analisis atau proses pemilihan sampel merujuk pada penentuan partisipan atau responden yang akan terlibat dalam penelitian. Langkah ini memiliki peran krusial, karena kualitas data dalam penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh ketepatan pemilihan sumber informasi, sebagaimana juga dinyatakan oleh Polkinghorne. Oleh karena itu, peneliti perlu mempertimbangkan secara matang konteks industri atau komunitas yang menjadi objek studi, serta individu yang akan dijadikan narasumber melalui wawancara atau observasi. Dalam pendekatan kualitatif, unit analisis menjadi elemen penting dalam mengarahkan fokus dan kedalaman penelitian (Arvi M.A, 2024).

Subjek dan objek penelitian dalam buku *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Saat & Mania, 2020) Dalam dunia penelitian, penggunaan istilah subjek dan objek penelitian sering kali menimbulkan kebingungan, khususnya bagi peneliti pemula seperti mahasiswa tingkat sarjana (S1). Subjek penelitian merujuk pada pihak yang memberikan informasi atau data kepada peneliti. Sementara itu, objek penelitian adalah hal yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yakni variabel atau fokus utama yang ingin ditelusuri dan dikumpulkan datanya.

Dalam penelitian kualitatif, unit analisis merupakan elemen penting yang mengarahkan fokus dan kedalaman eksplorasi terhadap fenomena sosial yang diteliti. Unit analisis dapat berupa individu, kelompok, institusi, aktivitas komunikasi, atau dokumen tertentu, tergantung pada fokus dan tujuan penelitian. Subjek penelitian merujuk pada pihak yang menjadi sumber informasi utama. Dalam hal ini, subjek penelitian adalah Tim *Creative* Diskominfo yang terlibat langsung dalam perencanaan dan produksi konten keamanan *cyber*. Pemilihan subjek ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait optimalisasi konten tersebut. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah optimalisasi konten keamanan *cyber* pada Divisi *Creative* di media sosial Instagram Diskominfo Kota Bogor. Penelitian ini berfokus pada proses optimalisasi konten yang dilakukan oleh Divisi *Creative*, mulai dari tahap perencanaan, produksi, penyajian, hingga publikasi konten keamanan *cyber*, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam mengoptimalkan konten agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat.

Teknik pengumpulan data merupakan aspek yang sangat penting dalam proses penelitian, karena inti dari kegiatan penelitian adalah memperoleh data yang relevan (Abdussamad, 2021). Tanpa pemahaman yang tepat mengenai teknik pengumpulan data, peneliti akan kesulitan dalam memperoleh informasi yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Proses ini bisa dilakukan dalam berbagai konteks, mulai dari lingkungan alami, laboratorium, rumah responden, hingga forum diskusi atau tempat umum lainnya. Berdasarkan sumbernya, data dapat berasal dari sumber primer yakni individu atau pihak yang secara langsung memberikan informasi kepada peneliti atau dari sumber sekunder seperti dokumen atau keterangan pihak lain yang tidak langsung berinteraksi dengan peneliti. Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara, penyebaran angket (kuesioner), studi

dokumentasi, atau kombinasi dari beberapa metode, maka penulis mengambil teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi tersebut.

Observasi di dalam buku *Analisis Data Kualitatif* dalam Saleh (2017) Observasi atau pengamatan merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung subjek penelitian. Wawancara dalam Buku *Metode Penelitian Kualitatif* oleh Abdussamad (2021), Tujuan utama dari wawancara adalah untuk menggali informasi yang tersembunyi dalam pikiran dan perasaan narasumber, termasuk bagaimana mereka memandang dunia hal-hal yang tidak dapat terungkap hanya melalui observasi. Setiap kali wawancara dilakukan, peneliti perlu memberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai maksud dari wawancara serta jenis informasi yang ingin diperoleh dari narasumber. Penjelasan ini akan membantu informan memahami arah pembicaraan dan memudahkan mereka dalam menyampaikan informasi yang relevan. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk menggunakan bahasa dan istilah yang mudah dimengerti oleh informan agar komunikasi berjalan efektif. Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mengamati atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek penelitian sendiri maupun oleh pihak lain yang berkaitan dengan subjek tersebut (Saleh, 2017). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa tangkapan layar dari akun Instagram Diskominfo Bogor, cuplikan video konten, foto kegiatan produksi konten.

Menurut Siyoto dan Sodik Metode pengelolaan data dan prosedur analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diolah melalui penyusunan kalimat yang sistematis, runtut, logis, dan efisien agar memudahkan dalam interpretasi. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi editing (pemeriksaan data), classifying (klasifikasi data), verifying (verifikasi), analyzing (analisis), dan concluding (penarikan kesimpulan). Tahapan tersebut dilakukan secara sistematis untuk memastikan data yang diperoleh dapat diolah dan dianalisis sesuai dengan fokus penelitian.

Tahap pertama adalah *editing* (pemeriksaan data). Pada tahap ini, peneliti meninjau kembali data yang diperoleh, khususnya dari hasil wawancara, untuk mengecek kelengkapan jawaban, keaslian makna, dan kesesuaiannya dengan informasi lain. Tahap kedua adalah *classifying* (klasifikasi data). Tahap klasifikasi melibatkan penyusunan dan pengelompokan data hasil wawancara, observasi, serta catatan lapangan berdasarkan tema tertentu. Tujuannya adalah agar informasi yang telah dikumpulkan lebih mudah dianalisis dan disampaikan secara sistematis dalam penelitian. Tahap ketiga adalah *verifying* (verifikasi). Verifikasi dilakukan untuk memastikan keakuratan dan keabsahan data lapangan. Proses ini mencakup konfirmasi ulang kepada narasumber guna memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak menimbulkan kesalahan interpretasi. Tahap keempat adalah *analyzing* (analisis). Analisis merupakan tahapan penting untuk menelaah kembali data yang sudah diklasifikasikan, guna mendapatkan pemahaman mendalam terkait fenomena yang diteliti. Dari analisis ini diharapkan muncul pemikiran baru atau temuan yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap kelima adalah *concluding* (penarikan kesimpulan). Tahap akhir ini bertujuan merumuskan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan disusun dengan mengintegrasikan seluruh tahapan sebelumnya agar menghasilkan pemahaman menyeluruh mengenai objek penelitian (Salsabililah, 2024).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, analisis data dilakukan secara berkelanjutan, baik selama proses pengumpulan data maupun setelahnya. Saat wawancara berlangsung, peneliti secara langsung menganalisis respons informan. Apabila jawaban yang diberikan dirasa belum cukup memadai, peneliti dapat memperdalam pertanyaan hingga diperoleh informasi yang dinilai kredibel. Menurut Miles dan Huberman, proses analisis data kualitatif berlangsung secara interaktif dan terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh. Tahapan analisis terdiri atas: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, diperoleh hasil temuan melalui wawancara terhadap tiga (3) narasumber yang merupakan bagian dari tim Creative Diskominfo Kota Bogor, yaitu Tantrie Elvandari selaku Admin Instagram Diskominfo Bogor (Creative), Griselda Larissa sebagai Head of Creative dan Indri Nova yang

merupakan salah satu dari Anggota Creative Diskominfo Kota Bogor. Hasil penelitian ini dibahas secara terstruktur dengan dibagi menjadi empat (4) kategori utama yaitu: membagikan (*share*), optimalisasi (*Optimize*), pengelolaan (*Manage*), keterlibatan (*Engage*).

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Kode	Cakupan Informasi yang Digali
1	Tantrie Elvandari	Admin Instagram Diskominfo Bogor (Creative)	Key Informan (KI)	Pengelolaan akun, penjadwalan unggahan, pemanfaatan tagar dan caption, pemantauan komentar dan pesan langsung, serta pola respons kepada masyarakat.
2	Griselda Larissa I	Head Creative Diskominfo	Informan 1 (I1)	Alur produksi konten, pembagian tugas tim, dasar pemilihan platform, pengukuran performa konten, dan kebijakan kolaborasi.
3	Indri Nova	Anggota Creative Diskominfo	Informan 2 (I2)	Pelaksanaan produksi harian, pemilihan format konten, kendala teknis di lapangan, dan praktik interaksi dengan audiens.

Sumber: Hasil olahan peneliti (2026)

Hasil penelitian dibahas secara terstruktur ke dalam dua bagian besar. Bagian pertama memuat upaya optimalisasi yang diuraikan melalui empat kategori utama, yaitu membagikan (*share*), optimalisasi (*optimize*), pengelolaan (*manage*), dan keterlibatan (*engage*). Sedangkan bagian kedua memuat kendala yang dihadapi Divisi Creative.

Optimalisasi Konten Keamanan Cyber Berdasarkan The Circular Model of SoMe

Upaya optimalisasi konten keamanan cyber yang dilakukan Divisi Creative diuraikan menggunakan empat tahap The Circular Model of SoMe, yaitu *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Keempat tahap ini dipilih karena mampu menjelaskan pengelolaan media sosial sebagai proses yang berkesinambungan, bukan sebagai rangkaian kegiatan yang berdiri sendiri.

Membagikan (Share)

Tahap *share* menekankan pentingnya menyampaikan informasi kepada audiens yang tepat melalui saluran yang sesuai. Pada Divisi Creative, tahap ini bertumpu pada tiga kegiatan, yaitu pemahaman terhadap audiens, penentuan isu, dan pemastian kredibilitas sumber.

Pemahaman terhadap audiens tidak dilakukan melalui riset formal, melainkan melalui pembacaan jejak respons pada unggahan sebelumnya. Griselda Larissa I menjelaskan cara kerjanya:

"Biasanya kita lihat dari respons audiens terhadap konten yang sebelumnya kita posting. Bisa dilihat dari konten mana yang paling banyak likes-nya atau jumlah share-nya. Kita juga melihat dari komentar dan pertanyaan yang diberikan masyarakat, sehingga dari situ kita bisa tahu informasi seperti apa yang sedang dibutuhkan." (Griselda Larissa I, Head Creative)

Instagram dipilih sebagai kanal utama berdasarkan pertimbangan jangkauan dan ketersediaan fitur. Menurut Griselda, platform ini dinilai paling efektif menjangkau demografi masyarakat Bogor secara luas, sementara fitur Reels, Feeds, dan Story mendukung penyampaian edukasi secara ringkas, menarik, dan mudah dibagikan ulang oleh audiens.

Penentuan isu dilakukan dengan memantau peristiwa yang sedang ramai dibicarakan masyarakat. Tantrie Elvandari menambahkan bahwa pemantauan tidak berhenti pada percakapan publik, melainkan juga merujuk pada lembaga resmi di bidang keamanan cyber:

"Kalau untuk memantau isu keamanan cyber, tim biasanya lihat perkembangan informasi dari media sosial, berita, atau sumber resmi lain yang berkaitan dengan keamanan digital, seperti Instagram dari BSSN atau Diskominfo Jabar." (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Kredibilitas menjadi syarat yang tidak dapat ditawar pada tahap ini. Tantrie menegaskan adanya prosedur pemeriksaan sumber sebelum konten diunggah, dengan alasan bahwa informasi keamanan cyber harus dapat dipertanggungjawabkan. Griselda melengkapi keterangan tersebut dengan menyebut tiga penopang kepercayaan publik, yaitu keakuratan informasi, validitas sumber yang kredibel, serta identitas visual atau branding yang konsisten agar unggahan mudah dikenali masyarakat.

Muara dari seluruh kegiatan pada tahap *share* dirumuskan Tantrie sebagai berikut:

"Konsistensi dalam memberikan informasi yang relevan dan dapat dipercaya diharapkan membuat masyarakat terbiasa menjadikan Instagram Kominfo sebagai salah satu sumber informasi mengenai keamanan cyber." (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Optimalisasi (Optimize)

Tahap *optimize* berkaitan dengan penyesuaian dan penyempurnaan konten agar lebih efektif menjangkau audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pada Divisi Creative, optimalisasi berlangsung pada dua sisi sekaligus, yaitu pada konten dan pada tata kerja tim.



Gambar 3. Publish Konten Cyber

Optimalisasi pada sisi konten dimulai dari alur produksi yang tertata. Griselda Larissa I menguraikan alur tersebut secara lengkap:

"Biasanya kita mulai dengan membuat brief singkat atau membahas terlebih dahulu ide atau topik yang sudah kita siapkan. Prosesnya dimulai dengan meriset isu atau trend yang sedang ramai diperbincangkan mengenai keamanan cyber, kemudian dilanjut pembuatan script dan storyboard, lalu tahap shooting, hingga tahap editing, dan yang terakhir dipublikasikan di akun Kominfo Bogor." (Griselda Larissa I, Head Creative)

Pemilihan format konten ditentukan berdasarkan bobot materi yang hendak disampaikan. Indri Nova menjelaskan dasar pertimbangannya:

"Format konten kami disesuaikan dengan materi yang mau disampaikan. Kalau informasinya cukup banyak dan perlu dijelaskan secara bertahap, biasanya kami menggunakan feed. Kalau materinya lebih singkat atau ada bagian yang lebih menarik untuk divisualisasikan, kami buat dalam bentuk reels atau video pendek." (Indri Nova, Anggota Creative)

Pemanfaatan fitur platform dilakukan dengan menyesuaikan tagar dan caption pada topik konten. Tantrie Elvandari menyebut tujuannya agar informasi lebih mudah dipahami sekaligus lebih mudah ditemukan. Pengaturan waktu unggah bersifat harian namun tetap luwes menyesuaikan momentum tertentu, seperti hari besar atau adanya konten tambahan dari pimpinan.

Aspek yang paling ditekankan oleh seluruh informan adalah penyederhanaan bahasa. Materi keamanan cyber pada dasarnya bersifat teknis, sehingga penerjemahannya ke bahasa awam menjadi kunci. Tantrie menyatakan:

"Yang paling penting itu memahami apa kebutuhan masyarakat. Jadi konten keamanan cyber jangan terlalu sulit bahasanya, harus dibuat lebih sederhana dan menarik." (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Adapun optimalisasi pada sisi tata kerja tim ditempuh melalui sistem penanggung jawab bergilir. Griselda menjelaskan mekanismenya:

"Kita menerapkan sistem penanggung jawab mingguan, di mana setiap anggota secara bergiliran memegang kendali satu konten penuh mulai dari tahap ide hingga penerbitan konten tersebut." (Griselda Larissa I, Head Creative)

Sistem tersebut dilengkapi mekanisme saling menggantikan pada tahap desain dan penyuntingan, yang dikerjakan secara bergantian sekaligus bersamaan sehingga anggota tim dapat mem-backup satu sama lain

ketika tenggat waktu menyempit. Selain itu, tim juga menerapkan strategi antisipatif berupa penyiapan ide lebih awal. Langkah ini disebut oleh Griselda maupun Indri sebagai cara utama menyiasati keterbatasan waktu produksi.

Pengelolaan (Manage)

Tahap *manage* menekankan pengelolaan media sosial secara aktif dan terukur, meliputi pemantauan percakapan, penanggapi pertanyaan audiens, serta evaluasi atas konten yang telah tayang. Pada Divisi Creative, dua kegiatan pertama berjalan baik, sementara kegiatan ketiga masih lemah.

Pemantauan dilakukan segera setelah konten diunggah, dengan tujuan mengetahui bagian informasi mana yang belum dipahami masyarakat. Tantrie Elvandari menjelaskan:

"Jadi kami memantau komentar dan DM setelah konten itu dipublikasikan. Dari situ kita lihat bagaimana respon masyarakat, apakah ada pertanyaan atau masih ada informasi yang belum dipahami." (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Penanggapi diupayakan secepat mungkin, terutama untuk pertanyaan yang dapat langsung dijawab. Menurut Tantrie, saluran yang paling banyak digunakan masyarakat untuk bertanya mengenai isu keamanan digital adalah pesan langsung, bukan kolom komentar. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memilih ruang tertutup ketika membicarakan persoalan keamanan digital yang mereka alami. Keterangan Indri Nova menguatkan bahwa balasan diberikan pada kedua saluran tersebut.

Pengukuran performa konten dijelaskan oleh Griselda Larissa I dengan menggabungkan indikator kuantitatif dan kualitatif:

"Kami melihat dari reach, view, dan juga share yang ada di postingan tersebut. Tapi kita juga melihat dari kualitas respons dan komentar yang disampaikan masyarakat, apakah informasi yang kita sampaikan sudah tepat sasaran atau masih memerlukan perbaikan." (Griselda Larissa I, Head Creative)

Meskipun indikatornya telah jelas, pelaksanaan evaluasi belum melembaga. Sebagaimana diuraikan pada sub-bab kendala, evaluasi hanya dilakukan pada konten berperforma tinggi atau yang ramai dikomentari, tanpa jadwal resmi dan tanpa pencatatan yang terdokumentasi.

Keterlibatan (Engage)

Tahap *engage* bertujuan membangun hubungan yang lebih dekat antara organisasi dan audiens, sehingga audiens tidak sekadar menerima informasi melainkan turut merespons dan berpartisipasi. Pada Divisi Creative, upaya keterlibatan ditempuh melalui dua cara utama.

Cara pertama adalah penyusunan *caption* interaktif yang disertai pertanyaan. Griselda Larissa I menjelaskan:

"Biasanya kita membuat caption yang interaktif di setiap postingan. Selain itu kita juga mengajukan pertanyaan ringan terkait pengalaman yang mereka miliki mengenai kejahatan digital atau kejahatan cyber." (Griselda Larissa I, Head Creative)

Pendekatan ini patut dicatat karena mengubah kedudukan audiens. Dengan menanyakan pengalaman pribadi, audiens tidak lagi diposisikan sebagai penerima informasi semata, melainkan sebagai pemilik pengalaman yang pandangannya diakui. Pada isu keamanan *cyber*, pengalaman semacam itu umumnya nyata dan mudah dibagikan, sehingga peluang munculnya percakapan menjadi lebih besar.

Cara kedua adalah pencantuman ajakan bertindak. Griselda menyebutkan bahwa *call to action* ditempatkan di akhir video agar masyarakat terdorong meninggalkan komentar atau membagikan informasi. Indri Nova menguatkan keterangan tersebut dengan menyebut bahwa ajakan disampaikan baik melalui *caption* maupun langsung di dalam video.

Adapun pada aspek kolaborasi, sebagaimana telah diuraikan pada sub-bab kendala, kerja sama masih terbatas pada kanal resmi Pemerintah Kota Bogor. Bentuk keterlibatan yang lebih luas seperti penggandengan komunitas atau pegiat media sosial belum ditempuh sampai penelitian ini dilakukan.

Kendala Divisi Creative dalam Proses Pembuatan Konten Keamanan Cyber

Hasil reduksi data menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi Divisi Creative terhimpun dalam enam bentuk yang saling berkaitan. Keenamnya bermuara pada satu persoalan pokok, yaitu ketidakseimbangan antara tuntutan produksi dan kapasitas yang tersedia.

Keterbatasan Waktu Produksi

Kendala yang paling menonjol dan disebut oleh ketiga informan adalah keterbatasan waktu produksi. Divisi Creative dituntut memproduksi dua hingga tiga konten reels dan feeds setiap hari, sementara seluruh rangkaian kerja mulai dari penulisan script, pengambilan gambar, hingga penyuntingan harus dituntaskan pada hari yang sama. Griselda Larissa I selaku Head Creative menjelaskan:

“Kalau untuk kendala, biasanya yang sering kita hadapi adalah terkait proses penulisan script konten dan juga shooting serta editing yang harus dilakukan di hari yang sama.” (Griselda Larissa I, Head Creative)

Keterangan serupa disampaikan Indri Nova selaku anggota tim yang menjalankan proses produksi secara langsung. Ia menempatkan waktu sebagai satu-satunya kendala yang paling ia rasakan:

“Kalau untuk kendalanya paling di waktunya. Kalau misalkan waktunya lagi terbatas, biasanya kita jadi sering telat posting.” (Indri Nova, Anggota Creative)

Kesamaan keterangan dari dua informan yang berbeda jenjang memperkuat keabsahan temuan ini. Keterbatasan waktu bukan persoalan yang hanya dirasakan pada tingkat pelaksana, melainkan diakui pula pada tingkat pimpinan tim.

Tekanan Jadwal Publikasi yang Tetap

Keterbatasan waktu tersebut diperberat oleh adanya jadwal publikasi yang telah ditetapkan dan berlaku setiap hari. Akun @kominfobogor memiliki rentang waktu unggah tetap pada pukul 14.00 sampai 15.00, sehingga seluruh proses produksi harus selesai sebelum rentang tersebut. Griselda menjelaskan tekanan yang timbul dari ketentuan ini:

“Apalagi akun Kominfo Bogor itu punya jadwal posting yang tetap di jam 2 siang sampai jam 3 siang. Jadi bagaimana cara kita supaya semuanya bisa selesai dan bisa terposting di jam yang sudah ditentukan.” (Griselda Larissa I, Head Creative)

Jadwal tetap ini sesungguhnya berfungsi ganda. Di satu sisi ia menjaga konsistensi informasi di hadapan audiens, yang merupakan syarat terbentuknya kepercayaan publik. Pada sisi lain ia mempersempit ruang penyempurnaan konten, karena tenggat menjadi tidak dapat digeser meskipun materi belum matang.

Beban Kerja Ganda Pengelola Akun

Kendala berikutnya bersumber dari struktur penugasan. Tantrie Elvandari selaku Admin Instagram sekaligus informan kunci mengungkapkan bahwa tugasnya tidak terbatas pada pengelolaan media sosial, melainkan mencakup pula layanan operasional lain di lingkungan Diskominfo Kota Bogor. Kondisi ini membuat perhatian terhadap pengelolaan akun menjadi terbagi:

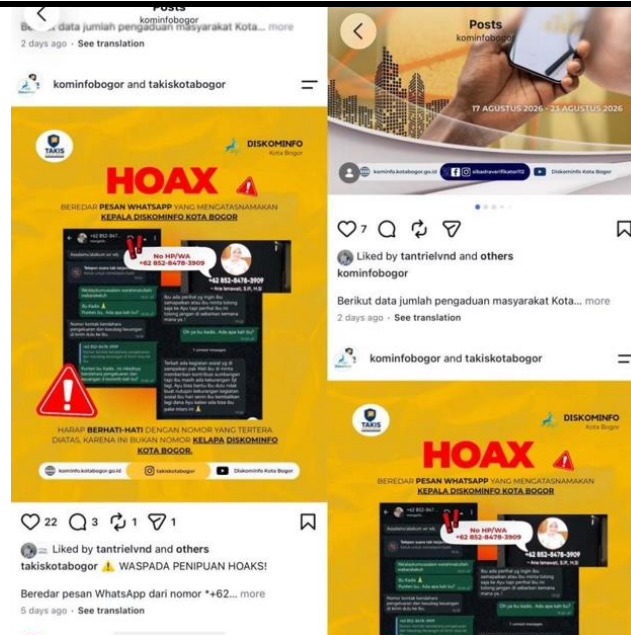
“Kalau itu kendalanya, karena saya ini pekerjaannya nggak cuma untuk mengurus media sosial aja. Jadi kadang pada saat publikasi itu telat, yang harusnya misalnya hari ini selesai, posisinya bisa hari besoknya. Karena mungkin nggak fokus ke media sosialnya, jadi kadang kendalanya itu.” (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa kendala waktu tidak semata-mata berasal dari padatnya jadwal produksi, melainkan juga dari pembagian sumber daya manusia yang belum sepenuhnya terfokus pada pengelolaan media sosial.

Keterlambatan dan Kesalahan Publikasi

Ketiga kendala di atas menimbulkan akibat yang dapat diamati langsung pada akun. Berdasarkan keterangan informan, akibat tersebut berlapis mulai dari mundurnya jadwal unggah, terjadinya kekeliruan saat memublikasikan, hingga tidak adanya unggahan sama sekali selama beberapa hari. Indri Nova menuturkan bentuk yang paling berat:

“Bahkan kadang sampai nggak posting selama satu atau dua hari.” (Indri Nova, Anggota Creative)



Gambar 4. Screenshoot Telat Publish

Sumber : Instagram @kominfobogor (2026)

Terputusnya publikasi selama satu hingga dua hari merupakan temuan yang layak digarisbawahi, terpantau bukti bahwa jeda antara posting terakhir di 3 hari dari 5 days ago – 2 days ago pada bukti *Screenshoot* di atas. Pada konten edukasi keamanan cyber, jeda semacam ini berdampak lebih besar dibanding pada jenis konten lain, sebab isu keamanan digital bergerak cepat dan kerap terikat pada momentum kasus yang sedang terjadi di masyarakat.

Evaluasi yang Belum Terjadwal

Kendala yang disepakati oleh ketiga informan tanpa perbedaan adalah belum adanya evaluasi performa konten yang dilakukan secara rutin dan terjadwal. Tantrie Elvandari menyatakan bahwa evaluasi hanya dilakukan pada konten tertentu:

“Kalau untuk evaluasi, belum ada evaluasi rutin, tapi kita biasanya mengevaluasi di konten-konten tertentu.” (Tantrie Elvandari, Admin Instagram)

Griselda Larissa I memberikan keterangan yang sejalan sekaligus menjelaskan dasar pemilihan konten yang dievaluasi:

“Kalau untuk saat ini, evaluasi performa konten itu belum dijadwalkan dalam jadwal yang secara resmi. Tetapi kita lakukan secara fleksibel pada konten yang memiliki performa tinggi atau mendapat banyak komentar.” (Griselda Larissa I, Head Creative)

Indri Nova menyampaikan hal yang sama secara lebih ringkas dengan menyatakan bahwa sejauh ini belum ada evaluasi rutin. Kesepakatan ketiga informan pada temuan yang bersifat kelemahan justru menjadi penanda bahwa data ini kredibel, karena tidak ada upaya menutupi kekurangan tersebut.

Keterbatasan Jangkauan Kolaborasi

Kendala terakhir berkaitan dengan perluasan jangkauan pesan. Sampai penelitian ini dilakukan, kerja sama yang ditempuh Divisi Creative masih terbatas pada lingkup internal pemerintahan dan belum menjangkau pihak di luar itu seperti komunitas, lembaga pendidikan, maupun pegiat media sosial. Griselda menjelaskan:

“Kalau untuk sejauh ini, kolaborasi yang kita lakukan itu masih dalam lingkup internal pemerintahan, yaitu dengan kanal informasi resmi Pemkot Bogor untuk memperkuat pesan yang kita sampaikan kepada masyarakat.” (Griselda Larissa I, Head Creative)

Kolaborasi dengan kanal resmi Pemerintah Kota Bogor memang memperkuat isi pesan di mata publik. Namun karena audiens kanal-kanal tersebut sebagian besar beririsan, perluasan jangkauan ke kelompok masyarakat yang belum terpapar informasi keamanan cyber menjadi terbatas.

Pembahasan

Optimalisasi Konten Keamanan Cyber Ditinjau dari The Circular Model of SoMe

Luttrell menempatkan *share, optimize, manage, dan engage* sebagai empat tahap yang saling berhubungan dan membentuk siklus berkesinambungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat tahap tersebut memang dijalankan oleh Divisi Creative, namun dengan tingkat kematangan yang berbeda-beda.

Tabel 2. Tingkat Penerapan Tahapan SoMe pada Divisi Creative

Tahap	Wujud Penerapan	Penilaian Peneliti
Share	Penentuan isu berdasarkan peristiwa yang sedang ramai dengan rujukan sumber resmi, pemeriksaan kredibilitas sumber sebelum unggah, serta penjagaan konsistensi isi dan identitas visual.	Berjalan matang. Kredibilitas sumber diperlakukan sebagai syarat mutlak, yang tepat untuk konten keamanan cyber karena kekeliruan informasi berisiko menyesatkan masyarakat.
Optimize	Alur produksi bertahap, sistem penanggung jawab bergilir, pemilihan format sesuai bobot materi, penyesuaian tagar dan caption, serta penyederhanaan bahasa.	Terhambat oleh keterbatasan waktu sehingga penyempurnaan konten tidak selalu dapat dilakukan optimal.
Manage	Pemantauan komentar dan pesan langsung setelah unggah, respons cepat terutama melalui pesan langsung, serta penggunaan indikator reach, view, dan share.	Berjalan baik pada sisi responsivitas, namun lemah pada sisi evaluasi karena belum terjadwal dan belum terdokumentasi.
Engage	Caption interaktif dengan pertanyaan pemantik, ajakan bertindak di akhir video, serta kolaborasi dengan kanal resmi Pemkot Bogor.	Merupakan tahap paling lemah. Keterlibatan masih berhenti pada tataran teknis penulisan, sementara kolaborasi belum menjangkau pihak di luar pemerintahan.

Sumber: Hasil olahan peneliti (2026)

Temuan ini memiliki kesesuaian sekaligus perbedaan dengan penelitian terdahulu. Kesesuaiannya tampak pada penelitian Saski dan Nugroho (2025) mengenai pengelolaan akun @pemkotbogor, yang juga menemukan bahwa pengelolaan konten dijalankan melalui empat tahap SoMe dengan pemanfaatan isu yang sedang trend dan interaksi aktif bersama audiens. Perbedaannya terletak pada temuan mengenai evaluasi. Penelitian tersebut menyimpulkan adanya evaluasi konten yang dilakukan secara berkala, sedangkan penelitian ini menemukan bahwa pada Divisi Creative Diskominfo Kota Bogor evaluasi masih bersifat tidak tetap. Perbedaan ini menunjukkan bahwa tingkat kematangan pengelolaan media sosial dapat berbeda antarunit kerja, bahkan di lingkungan pemerintahan kota yang sama.

Penelitian ini juga melengkapi temuan Pramudya dan Darsono (2023) yang menggunakan model SoMe dalam kerangka cyber public relations untuk membangun kepercayaan dan citra institusi. Apabila penelitian tersebut menyoroti hasil berupa citra, penelitian ini menyoroti proses produksinya, khususnya hambatan yang muncul ketika model tersebut dijalankan dalam kondisi kapasitas yang terbatas.

Kendala Divisi Creative Ditinjau dari Siklus SoMe

Kendala yang ditemukan dalam penelitian ini tidak tersebar merata pada keempat tahap siklus, melainkan menumpuk pada titik-titik tertentu. Pemetaan berikut memperlihatkan pola tersebut.

Tabel 3. Pemetaan Kendala Divisi Creative pada Siklus SoMe

Tahap SoMe	Kendala yang Muncul	Dampak terhadap Optimalisasi Konten
Share	Keterlambatan dan terputusnya publikasi selama satu hingga dua hari	Konsistensi kehadiran informasi terganggu, padahal konsistensi merupakan dasar terbentuknya kepercayaan publik pada tahap ini.
Optimize	Keterbatasan waktu produksi dan tekanan jadwal publikasi tetap	Ruang penyempurnaan konten menyempit, sehingga kualitas pengemasan pesan berisiko dikorbankan demi ketepatan waktu tayang.
Manage	Beban kerja ganda pengelola akun dan evaluasi yang belum terjadwal	Pemantauan tidak dapat dilakukan penuh waktu,
Engage	Keterbatasan jangkauan kolaborasi	Perluasan jangkauan pesan dan pendalaman hubungan dengan audiens di luar pengikut akun belum optimal.

Sumber: Hasil olahan peneliti (2026)

Pemetaan ini memperlihatkan bahwa akar persoalan terletak pada tahap *optimize* dan *manage*. Kendala pada kedua tahap tersebut bersifat menghasilkan, sedangkan kendala pada tahap *share* dan *engage* lebih bersifat akibat lanjutan. Keterlambatan publikasi pada tahap *share*, misalnya, bukan disebabkan oleh kekurangan gagasan, melainkan oleh terbatasnya kapasitas produksi pada tahap sebelumnya. Konsekuensinya, perbaikan yang diarahkan pada kapasitas produksi dan mekanisme evaluasi akan berdampak ke seluruh siklus, sementara perbaikan yang hanya menyasar gejala di tahap *share* atau *engage* tidak akan menyentuh persoalan pokoknya.

Temuan mengenai beban kerja ganda juga memberi gambaran yang lebih jujur mengenai kondisi pengelolaan media sosial di instansi pemerintah daerah. Pengelolaan akun belum menjadi pekerjaan yang berdiri sendiri, melainkan melekat pada tugas lain yang harus dijalankan bersamaan. Kondisi ini menjelaskan mengapa evaluasi rutin sulit dilaksanakan, sebab evaluasi menuntut waktu khusus yang berada di luar rutinitas produksi harian.

Temuan Pokok Penelitian

Berdasarkan keseluruhan analisis, terdapat tiga temuan yang menjadi kontribusi penelitian ini.

Pertama, optimalisasi konten berlangsung pada dua lapis, bukan satu. Optimalisasi konten selama ini umumnya dipahami sebagai penyempurnaan pesan, meliputi pemilihan format, penyusunan bahasa, dan pemanfaatan fitur platform. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa Divisi Creative juga mengoptimalkan tata kerja tim melalui sistem penanggung jawab mingguan yang bergilir serta mekanisme saling menggantikan pada tahap desain dan penyuntingan. Optimalisasi tata kerja ini lahir sebagai jawaban langsung atas tekanan waktu, dan tanpa keberadaannya optimalisasi konten tidak akan dapat berjalan. Dengan demikian, optimalisasi konten dan optimalisasi proses merupakan dua hal yang saling bergantung.

Kedua, siklus SoMe belum tertutup sempurna. Luttrell menggambarkan keempat tahap sebagai lingkaran yang berkesinambungan, di mana hasil pengelolaan pada tahap *manage* semestinya kembali menjadi masukan bagi tahap *share* berikutnya. Pada praktik Divisi Creative, penghubung antara kedua tahap tersebut, yaitu evaluasi, belum melembaga. Pemantauan komentar dan pesan langsung memang dilakukan, tetapi hasilnya tersimpan sebagai pengalaman perseorangan dan tidak terhimpun menjadi catatan yang dapat dijadikan rujukan bersama. Akibatnya siklus lebih menyerupai rangkaian lurus yang berulang setiap hari daripada lingkaran yang saling menyuburkan antartahapnya.

Ketiga, tahap *engage* merupakan mata rantai terlemah. Upaya keterlibatan audiens masih diupayakan melalui perangkat teknis penulisan berupa *caption* interaktif dan ajakan bertindak, sementara kolaborasi yang dapat memperluas jangkauan pesan belum menjangkau pihak di luar pemerintahan. Kelemahan ini berdampak khusus pada konten keamanan cyber. Berbeda dengan konten informasi kegiatan yang cukup diketahui audiens, konten keamanan cyber menuntut perubahan perilaku digital, dan perubahan perilaku umumnya terbentuk melalui percakapan serta penguatan dari lingkungan sosial, bukan semata melalui paparan informasi. Karena itu penguatan tahap *engage* justru menjadi kebutuhan yang paling mendesak bagi jenis konten ini.

Ketiga temuan tersebut menjawab kedua rumusan masalah penelitian sekaligus menunjukkan bahwa persoalan optimalisasi konten keamanan cyber pada Divisi Creative Diskominfo Kota Bogor bukan terletak pada lemahnya gagasan atau rendahnya kemauan berinteraksi, melainkan pada keterbatasan kapasitas produksi dan belum melembaganya mekanisme evaluasi.

SIMPULAN

Optimalisasi konten keamanan *cyber* pada Divisi *Creative* dijalankan melalui keempat tahap *The Circular Model of SoMe* dengan tingkat kematangan yang berbeda-beda. Tahap *share* berjalan matang melalui penentuan isu berdasarkan peristiwa yang sedang ramai dibicarakan masyarakat, penggunaan rujukan sumber resmi, pemeriksaan kredibilitas sumber sebelum unggah, serta penjagaan konsistensi isi dan identitas visual. Tahap *optimize* diwujudkan melalui alur produksi bertahap, sistem penanggung jawab mingguan yang bergilir, pemilihan format sesuai bobot materi, penyesuaian tagar dan *caption*, serta penyederhanaan bahasa, meskipun pelaksanaannya terhambat oleh keterbatasan waktu. Tahap *manage* dijalankan melalui pemantauan komentar dan pesan langsung setelah unggah serta penggunaan indikator *reach*, *view*, dan *share*, namun lemah pada sisi evaluasi karena belum terjadwal dan belum terdokumentasi. Tahap *engage* diupayakan melalui *caption* interaktif dengan pertanyaan pemantik, ajakan bertindak di akhir video, serta kolaborasi dengan kanal resmi Pemerintah Kota Bogor, tetapi merupakan tahap yang paling lemah karena keterlibatan masih berhenti pada tataran teknis penulisan.

Secara keseluruhan, siklus *The Circular Model of SoMe* pada Divisi *Creative* belum tertutup sempurna karena evaluasi sebagai penghubung antara tahap *manage* dan tahap *share* berikutnya belum melembaga. Kondisi tersebut menjadikan siklus lebih menyerupai rangkaian lurus yang berulang setiap hari daripada lingkaran yang saling menyuburkan antartahapnya. Penguatan tahap *engage* menjadi kebutuhan yang paling mendesak bagi konten keamanan *cyber*, sebab jenis konten ini menuntut perubahan perilaku digital yang

umumnya terbentuk melalui percakapan serta penguatan dari lingkungan sosial, bukan semata melalui paparan informasi. Kendala yang dihadapi Divisi *Creative* dalam proses pembuatan konten keamanan *cyber* di media sosial Instagram @kominfobogor meliputi enam hal, yaitu keterbatasan waktu produksi, tekanan jadwal publikasi yang tetap, beban kerja ganda pengelola akun, keterlambatan dan kesalahan publikasi, evaluasi yang belum terjadwal, serta keterbatasan jangkauan kolaborasi. Keenam kendala tersebut tidak tersebar merata pada keempat tahap siklus, melainkan menumpuk pada tahap *optimize* dan *manage*. Kendala pada kedua tahap tersebut bersifat menghasilkan, sedangkan kendala yang tampak pada tahap *share* berupa keterlambatan publikasi dan pada tahap *engage* berupa terbatasnya kolaborasi merupakan akibat lanjutan dari terbatasnya kapasitas produksi serta belum melembaganya evaluasi.

Divisi *Creative* disarankan menyusun bank konten keamanan *cyber* yang disiapkan jauh sebelum jadwal tayang. Materi keamanan *cyber* umumnya bersifat edukatif dan tidak terikat pada peristiwa harian, sehingga dapat diproduksi lebih awal pada saat beban liputan sedang ringan. Ketersediaan bank konten akan mengurangi tekanan waktu pada tahap *optimize* sekaligus menekan risiko keterlambatan publikasi pada tahap *share*. Diskominfo Kota Bogor disarankan meninjau kembali pembagian tugas pengelola akun agar beban kerja ganda dapat dikurangi, baik melalui penambahan sumber daya manusia pada Divisi *Creative* maupun melalui penegasan batas tugas antara peliputan lapangan dan pengelolaan media sosial. Kejelasan pembagian tugas akan membuka ruang waktu bagi pemantauan dan evaluasi yang selama ini sulit dilaksanakan. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau gabungan agar efektivitas setiap tahap *The Circular Model of SoMe* dapat diukur secara lebih terukur, misalnya melalui data *insight* Instagram dalam rentang waktu tertentu. Peneliti selanjutnya juga disarankan melakukan penelitian komparatif antarinstansi pemerintah daerah, mengingat temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kematangan pengelolaan media sosial dapat berbeda antarunit kerja, bahkan di lingkungan pemerintahan kota yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press. Repository Universitas Negeri Gorontalo
- Arvi, M. A. (2024). *Persepsi Generasi Z terhadap citra merek dalam media promosi "I Don't Like Monday" Instagram Point Coffee*. Repository BSI
- Luttrell, R. (2023). *The circular model of SoMe for social communication*. The Circular Model of SoMe
- Madaniy, K. I., & Astuti, V. F. (2025). Strategi humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan akun Instagram @Kabupaten.Bogor sebagai sarana diseminasi informasi publik. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 267–276.
- Nurhaliza, N., & Bachtiar, W. (2025). Strategi konten Reels Instagram @pemkotbogor dalam meningkatkan kualitas informasi publik Kota Bogor. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(2), 1451–1457.
- Nurman, F. W. R., Moenawar, M. G., Dharmawan, L., Riyanto, S., Manisya, N., & Azzahra, M. (2024). Strategi humas pemerintah Kota Bogor dalam penyebaran informasi melalui Instagram. *Jurnal Digital Media & Relationship*, 6(2), 52–58.
- Pramudya, D. A., Darsono, D., & Risdayah, E. (2023). Implementasi cyber public relations pada media sosial Instagram Polres Bogor. *Reputation: Jurnal Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat*, 7(3), 245–264.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar metodologi penelitian: Panduan bagi peneliti pemula*. Pusaka Almaida.
- Salsabililah, M. A. (2024). *Analisis resepsi pelecehan seksual di dunia pendidikan (Resepsi mahasiswa PMII Universitas Nasional tentang isu pelecehan seksual pada akun Twitter @Tungtung1906)*. e-Library BSI
- Saski, T. H., & Nugroho, D. R. (2025). Analisis strategi pengelolaan konten akun Instagram @Pemkotbogor oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 146–167.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.