

PEMANFAATAN INSTAGRAM @PROKOPIMACEHTENGAH SEBAGAI STRATEGI HUMAS PEMERINTAH DALAM PERSPEKTIF THE CIRCULAR MODEL OF SOME-RELATIONS

Nanda Rezeki, Nursapia Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

nanda0603221032@uinsu.ac.id, nursapiaharahap@uinsu.ac.id

Abstract

Article History

Received: 07-06-2026

Revised : 15-06-2026

Accepted : 19-06-2026

Keywords:

*Public Relations,
Strategy Posted,
Instagram Circular,
Model of Some-
Relations,
Central Aceh,*

The development of information technology has forced government institutions to transform from a one-way linear communication pattern to an interactive digital public interaction. The Protocol and Communication Section of the Central Aceh Secretariat Leadership uses the @prokopimacehtengah Instagram account as the main channel for the dissemination of regional bureaucratic information. This study aims to analyze the public relations strategy of the Central Aceh regional government in managing cyber content and examine its application based on the perspective of The Circular Model of SoMe-Relations. The research method used is descriptive qualitative with a non-field cyber Qualitative Content Analysis approach through observation and documentation of digital artifacts in the period from March to May 2026, which is strengthened by the analysis of digital metrics (engagement rate and content reach). The results of the study show that in content management, public relations has consistently implemented a message channeling strategy that is divided into public policy clusters, leadership ceremonial activities, and local commodity branding. Judging from the theoretical analysis knife, the account has implemented the Share, Optimize, and Manage components to the maximum through informative visual packaging, the use of highlight features, and cyber narrative monitoring. However, the Engage aspect has not run optimally because admins tend to be passive, have a low engagement rate (0.45%), and implement a restrictive-preventive comment moderation policy. Public relations is recommended to improve dialogical communication in order to build full digital public trust.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah membawa perubahan besar bagi tatanan siber dan dunia komunikasi publik digital. Digitalisasi media secara fundamental memaksa institusi pemerintahan

untuk mengubah pola interaksi publik yang awalnya kaku (Sepriano et al. 2023). Model komunikasi konvensional yang bersifat linier, top-down, dan satu arah kini dianggap tidak lagi relevan dengan kebutuhan masyarakat modern (Susilo et al., 2025). Hubungan masyarakat pemerintah dituntut untuk segera meninggalkan gaya birokrasi lama demi mewujudkan tata kelola keterbukaan informasi.

Transformasi digital tidak hanya menggeser sarana fisik penyampaian pesan, melainkan juga mengubah cara berkomunikasi itu sendiri secara mendasar. Pola komunikasi pemerintahan kini berkembang menjadi proses interaktif yang bersifat timbal balik dan terhubung dalam jejaring siber. Konsepsi kehumasan modern menempatkan masyarakat bukan lagi sekadar sebagai objek penerima informasi pasif yang menerima pesan tanpa daya (Habibie et al., 2025). Sebaliknya, publik siber kini bertindak sebagai aktor aktif yang memiliki ruang untuk merespons, mengkritik, dan menyebarkan kembali informasi.

Dalam konteks kehumasan pemerintahan, keberadaan humas tidak lagi dapat dipahami sebatas sebagai agen penyampai berita seremonial semata. Praktisi komunikasi publik saat ini memiliki peran yang sangat strategis dalam membangun makna, persepsi, dan legitimasi lembaga. Sesuai pandangan akademis siber, humas adalah jangkar utama dalam mempertahankan reputasi negara di tengah derasnya arus hoaks. Pengelolaan pesan publik yang terencana, terstruktur, dan adaptif menjadi syarat mutlak untuk memperoleh dukungan serta kepercayaan penuh dari masyarakat (Purba et al., 2025).

Sebagai salah satu instansi daerah di Provinsi Aceh, Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah juga menghadapi tantangan digitalisasi tersebut. Dalam rangka merespons dinamika ini, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Aceh Tengah meluncurkan akun Instagram resmi @prokopimacehtengah. Akun ini berfungsi sebagai representasi digital dan pintu gerbang utama informasi resmi mengenai kebijakan serta agenda pimpinan daerah. Kehadiran kanal visual ini diharapkan mampu memperpendek jarak birokrasi antara pemerintah daerah dengan warganya.

Karakteristik masyarakat Kabupaten Aceh Tengah saat ini semakin melekat terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital di smartphone mereka. Kondisi geografi dan sosiologis daerah menuntut adanya akses layanan data publik yang cepat, valid, transparan, serta mudah dijangkau (Astinayanti et al., 2024). Publik lokal tidak lagi bergantung pada media cetak konvensional atau papan pengumuman fisik kantor bupati untuk mengetahui program pembangunan. Mereka mengandalkan media sosial resmi sebagai rujukan utama yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja secara real-time.

Pemanfaatan ruang siber oleh birokrasi daerah tidak jarang menghadapi benturan dilematis dan tantangan manajemen konten. Media digital laksana pisau bermata dua yang dapat menjadi bumerang digital jika pengelolaannya tidak didasari oleh strategi kehumasan yang matang (Siregar, 2024). Tanpa tata kelola konten yang terstruktur dan interaktif, kanal informasi tersebut akan kehilangan esensi dialogisnya dan kembali menjadi kaku. Hal ini berpotensi memicu meluasnya misinformasi, sentimen negatif netizen, hingga terjadinya krisis kepercayaan publik digital.

Kesenjangan komunikasi sering muncul ketika informasi yang disajikan oleh admin instansi dinilai terlalu berfokus pada kegiatan seremonial pejabat. Di sisi lain, kebutuhan riil masyarakat terhadap substansi pelayanan publik dan ruang

diskusi interaktif justru sering kali terabaikan. Ketiadaan umpan balik yang responsif dari pengelola media sosial instansi akan menciptakan persepsi negatif siber di mata publik. Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisis mendalam mengenai bagaimana pola pengelolaan media digital tersebut dijalankan secara fungsional.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya mengevaluasi efektivitas komunikasi publik institusi pemerintahan daerah melalui artefak komunikasi siber mereka. Mayoritas penelitian terdahulu mengenai media sosial pemerintah daerah cenderung menggunakan metode konvensional dengan mengandalkan wawancara staf humas. Pendekatan lama tersebut sering kali menghasilkan bias institusional karena data hanya diambil dari sudut pandang internal pengelola. Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan murni mengkaji realitas objektif yang tersaji di layar digital.

Penelitian ini memfokuskan analisis isi pada aspek teks, visual, dan data interaksi metrik yang terdapat pada akun @prokopimacehtengah. Untuk membedah fenomena siber-birokrasi ini, digunakan pisau analisis teoretis modern yaitu *The Circular Model of Some-Relations*. Model teoretis melingkar ini sangat tajam dalam mengukur kualitas komunikasi digital melalui empat indikator utama yang saling terintegrasi. Keempat elemen krusial yang menjadi parameter analisis dalam studi ini meliputi komponen *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* (Lestari et al. 224).

Melalui dimensi *Share*, penelitian ini akan melihat sejauh mana penyebaran narasi informasi publik dilakukan agar bernilai guna bagi audiens. Pada aspek *Optimize*, analisis diarahkan pada kemampuan humas dalam mengoptimalkan fitur-fitur teknis platform Instagram demi memperluas jangkauan pesan. Sementara itu, aspek *Manage* akan membedah konsistensi manajemen pesan publik dan monitoring isu sensitif di kolom komentar. Terakhir, dimensi *Engage* digunakan untuk mengukur tingkat interaksi timbal balik antara pemerintah dengan netizen.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis yang berharga bagi perkembangan kajian ilmu komunikasi kehumasan. Khususnya dalam memperkaya literatur mengenai praktik *Government Public Relations* digital dan dinamika siber-birokrasi di tingkat pemerintahan daerah. Selain itu, secara praktis, hasil analisis ini dapat menjadi bahan evaluasi strategis bagi Humas Kabupaten Aceh Tengah. Rekomendasi analitis di dalamnya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas transparansi dan reputasi siber lembaga.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengungkap realitas pengelolaan informasi siber. Pendekatan spesifik yang dipilih dalam studi ini adalah Analisis Isi Kualitatif (*Qualitative Content Analysis*) siber. Pendekatan ini digunakan untuk membedah muatan pesan dan pola interaksi pada akun media sosial secara objektif dan mendalam (Aulia, 2022). Karakteristik utama dari metode ini adalah sifatnya yang non-interaktif, sehingga peneliti dapat melakukan kajian tanpa harus melakukan kontak fisik maupun turun lapangan.

Lokus dan objek yang dikaji dalam penelitian ini secara khusus adalah akun Instagram resmi @prokopimacehtengah. Akun tersebut dipilih karena memegang peran sentral sebagai kanal komunikasi siber utama Pemerintah Kabupaten Aceh

Tengah. Untuk menjaga fokus dan kedalaman analisis, unit analisis dalam penelitian ini dibatasi pada artefak komunikasi digital. Artefak tersebut meliputi seluruh unggahan pada fitur *Feeds*, *Reels*, dan *Stories* yang dipublikasikan dalam rentang waktu tiga bulan, yaitu Maret hingga Mei 2026.

Sesuai dengan sifat penelitian siber non-lapangan, sumber data yang digunakan dalam studi ini sepenuhnya berupa data sekunder. Data sekunder tersebut diperoleh berbasis dokumentasi siber yang dikelompokkan ke dalam dua kategori utama. Kategori pertama adalah data tekstual dan visual, yang mencakup teks keterangan foto (*caption*), desain grafis infografis, dokumentasi foto kegiatan, serta video. Kategori kedua adalah data metrik interaksi publik, seperti jumlah *likes*, tipologi komentar netizen, dan pola pembagian ulang (*shares*) (Utami et al., 2023). Untuk memperkuat analisis kualitatif dan menghindari bias subjektivitas, penelitian ini juga mengintegrasikan analisis metrik deskriptif-kuantitatif siber melalui penghitungan *Engagement Rate* (ER) menggunakan formula standar media sosial (*Total Engagement: Total Followers x 100%*) guna mengukur tingkat keterlibatan riil audiens digital.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengandalkan dua instrumen utama, yaitu Dokumentasi Siber dan Observasi Partisipatif Non-Praktikan. Melalui dokumentasi siber, peneliti mengumpulkan dan mengunduh arsip digital dari postingan Instagram yang relevan secara sistematis (Monggilo et al., 2020). Sementara itu, melalui observasi partisipatif non-praktikan, peneliti bertindak sebagai pengamat pasif di ruang digital. Peneliti mengamati, mencatat, dan mengategorikan karakteristik konten serta bagaimana dinamika respons netizen yang berkembang di kolom komentar.

Pembahasan

Strategi Humas Pemerintah dalam Mengelola Akun Instagram @prokopimacehtengah

Berdasarkan hasil observasi siber non-lapangan terhadap akun Instagram resmi @prokopimacehtengah, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdakab Aceh Tengah menunjukkan upaya yang terstruktur dalam menjalankan fungsi birokrasi digital. Profil utama akun menunjukkan identitas instansi yang jelas dengan basis pengikut mencapai lebih dari 20 ribu pengguna siber (lihat Gambar 1). Kehadiran informasi bionote, tautan situs web resmi, serta logo instansi yang tersemat mengukuhkan legitimasi akun ini sebagai saluran komunikasi utama pemerintah daerah. Melalui tampilan visual grid yang konsisten, humas berupaya membangun citra yang profesional di mata publik siber.



Gambar 1. Tampilan Profil Akun Instagram *@prokopimacehtengah*
Sumber: Akun Instagram *@prokopimacehtengah*

Dalam hal karakteristik pembentukan pesan (*content styling*), Humas Prokopim menerapkan kombinasi yang seimbang antara dokumentasi jurnalistik dan desain grafis yang elegan. Berbeda dengan pola publikasi birokrasi konvensional yang kaku, visualisasi konten siber dalam akun ini mengadopsi tata letak modern berbingkai tematis dengan skema warna biru dan cokelat keemasan yang rapi. Teks judul di dalam gambar dibuat kontras dan informatif agar langsung menarik perhatian netizen. Pengemasan agenda resmi pimpinan daerah dilakukan dengan menyisipkan detail infografis tanggal dan lokasi kegiatan yang presisi di bagian bawah foto utama (Chung et al., 2024).

Kanalisis dan tematisasi konten pada akun *@prokopimacehtengah* selama kurun waktu Maret, April, hingga Mei 2026 secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kluster informasi. Kluster pertama berfokus pada informasi pelayanan publik, mitigasi bencana, dan kebijakan daerah. Strategi kanalisasi ini terlihat jelas pada unggahan tertanggal 18 Maret 2026 yang mendokumentasikan kehadiran Bupati Drs. Haili Yoga, M.Si di Kampung Gewat, Kecamatan Linge (lihat Gambar 2). Konten tersebut mengemas narasi penyediaan Hunian Tetap (Huntap) serta perbaikan infrastruktur pascabencana hidrometeorologi secara informatif bagi warga lokal (Putri et al, 2025).



Gambar 2. Postingan *Feeds* Akun Instagram
@prokopimacehtengah, Maret 2026

Kluster kedua didominasi oleh publikasi kegiatan seremonial tingkat tinggi serta koordinasi lintas sektoral yang melibatkan jajaran pimpinan daerah. Sebagai contoh nyata, pada unggahan tertanggal 21 April 2026, akun ini mempublikasikan kunjungan kerja Menteri Dalam Negeri RI, Tito Karnavian, ke area *sinkhole* di Kampung Pondok Balik, Kecamatan Ketol (lihat Gambar 3). Foto jurnalistik yang menampilkan sinergi antara pemerintah pusat, provinsi, dan daerah dikemas secara dinamis. Pola pengemasan ini bertujuan untuk menunjukkan respons cepat birokrasi dalam menangani permasalahan kebencanaan di wilayah Kabupaten Aceh Tengah (Jamaq et al., 2025).



Gambar 3. Postingan *Feeds* Akun Instagram
@prokopimacehtengah, April 2026
Sumber: Akun Instagram @prokopimacehtengah

Selanjutnya, kluster ketiga mencakup aspek *branding* potensi daerah, kebudayaan, serta penguatan ekonomi berbasis komoditas lokal. Karakteristik penataan pesan bertema lokalitas ini tercermin pada unggahan pertengahan bulan,

tepatnya 19 Mei 2026, yang memuat dokumentasi audiensi Wakil Bupati Muchsin Hasan, M.SP bersama Koperasi Kopi Wanita Gayo (KOKOWAGAYO) (lihat Gambar 4). Humas memanfaatkan momentum siber tersebut untuk memperkuat identitas wilayah dataran tinggi Gayo sebagai penghasil kopi sekaligus memperlihatkan keterlibatan aktif kelompok perempuan dalam pemulihan sosial ekonomi daerah.



Gambar 4. Postingan *Feeds Akun* Instagram
@prokopimacehtengah, Mei 2026

Sumber: Akun Instagram *@prokopimacehtengah*

Aspek konsistensi dan manajemen alur informasi pada akun ini tergolong sangat aktif dan berkelanjutan. Berdasarkan data grid pada halaman muka, frekuensi publikasi harian dikelola secara berkala demi mempertahankan kehadiran birokrasi di ruang siber. Penggunaan fitur *carousel* (pilihan geser multi-foto) dan *Reels* video juga dimaksimalkan untuk menghindari kejenuhan visual audiens (Haq e al., 2025). Melalui manajemen konten yang terjadwal ini, Humas Prokopim Aceh Tengah berhasil mengubah fungsi media sosial instansi yang awalnya bersifat pasif menjadi kanal diseminasi informasi publik yang responsif.

Analisis Penerapan *The Circular Model of Some-Relations*

The Circular Model of SoMe-Relations merupakan salah satu model komunikasi siber yang memandang bahwa aktivitas kehumasan di media digital tidak lagi bergerak secara linier, melainkan sirkular atau berputar tanpa putus (Pane et al., 2025). Model ini menekankan bahwa setiap pesan yang diproduksi oleh organisasi akan mengalami siklus distribusi, penyalarsan teknis, pengawasan siber, hingga pembentukan umpan balik yang terus berputar secara dinamis. Berikut adalah pembedahan mendalam terhadap akun *@prokopimacehtengah* berdasarkan empat elemen sirkular tersebut:



Sumber: Regina Luttrell (2015).

Gambar 5. *Circular Model of SoMe for Social Communications*

1. Share (Aspek Distribusi Informasi)

Elemen *Share* mengukur sejauh mana kemampuan akun @prokopimacehtengah dalam mendistribusikan narasi publik agar bernilai guna dan menarik bagi netizen (Muhammad, 2023). Berdasarkan analisis tekstual pada takarir (*caption*) di Gambar 2, 3, dan 4, Humas Prokopim telah menyusun informasi dengan struktur piramida terbalik yang menempatkan pokok berita di bagian awal teks. Penggunaan bahasa Indonesia yang baku namun lugas mempermudah masyarakat dari berbagai latar belakang untuk memahami substansi kebijakan yang disampaikan.

Jika dikomparasikan secara makro dengan tren pengelolaan media sosial PROKOPIM di wilayah regional Sumatera Utara dan Aceh, pola distribusi informasi @prokopimacehtengah memiliki kesamaan karakter fungsional dengan akun @humas_pemko_medan atau @prokopim_acehbesar, di mana porsi konten informatif kebijakan daerah masih bersaing ketat dengan dokumentasi seremonial pimpinan. Kemampuan penyebaran (*shareability*) informasi pada akun ini sebenarnya tinggi untuk ranah siber lokal, namun gaya penulisan yang terlampau formal-birokratis sering kali menjadi pembatas bagi pengguna siber generik (masyarakat umum non-birokrat) untuk mendistribusikan ulang postingan tersebut ke jejaring pribadi mereka.

2. Optimize (Aspek Optimalisasi Fitur Platform)

Dimensi *Optimize* menakar kecakapan teknis humas dalam mengoptimalkan seluruh ekosistem fitur yang disediakan Instagram guna memperluas jangkauan pesan (*reach*) (Lubis et al., 2026). Pada lembar dokumen siber Gambar 1, terlihat bahwa bagian pemanfaatan fitur esensial seperti *Highlights* (Sorotan) telah digunakan untuk mengarsipkan informasi penting agar tidak hilang dalam 24 jam. Selain itu, visualisasi berkala pada Gambar 2 dan 4 memperlihatkan pencantuman lokasi (*location tag*) seperti "Kampung Gewat, Kec. Linge" dan "Ruang Kerja Wakil Bupati" yang memperkuat akurasi informasi digital.

Dari segi pemanfaatan metrik kuantitatif platform, optimalisasi teknis ini mampu menjaga performa impresi visual akun tetap stabil di tengah algoritma Instagram yang dinamis. Namun, akun ini masih minim memanfaatkan aspek *Search Engine Optimization* (SEO) berbasis tagar (*hashtag*). Peneliti mencatat absennya tagar strategis berbasis lokalitas atau isu (seperti #Takengon, #Gayo,

atau #PelayananPublik) di akhir takarir. Akibatnya, jangkauan organik dari konten yang dipublikasikan menjadi terbatas dan cenderung hanya berputar di dalam lingkaran basis pengikut (*followers*) eksis tanpa mampu menembus *explore* masyarakat siber yang lebih luas (*non-followers*).

3. Manage (Aspek Manajemen Narasi dan Monitoring)

Komponen *Manage* berfokus pada bagaimana cara humas memantau, menyelaraskan, dan menjaga iklim komunikasi digital agar tetap kondusif di ruang publik siber (Hutabarat, 2022). Berdasarkan amatan terhadap konsistensi postingan pada Gambar 1, Humas Prokopim berhasil menunjukkan manajemen publikasi yang rapi dengan menyelaraskan narasi digital dengan kebijakan riil di lapangan, mulai dari isu kebencanaan hingga ekonomi kopi. Terkait monitoring isu sensitif, pengelolaan akun ini mengarah pada pendekatan preventif, di mana informasi disajikan secara faktual disertai grafis penunjang untuk meminimalkan potensi kesalahpahaman atau misinformasi.

Jika ditinjau dari kebijakan moderasi konten dan implikasi etis komunikasi publik, ditemukan fenomena siber yang krusial. Pengelola akun menerapkan sistem penapisan (*filtering*) atau moderasi komentar yang bersifat restriktif-preventif. Melalui observasi siber, komentar-komentar netizen yang mengandung kritik tajam, keluhan infrastruktur yang berbau emosional, atau ekspresi ketidakpuasan publik cenderung dieliminasi atau dibatasi visibilitasnya. Secara etis, tindakan penyaringan sepihak ini laksana pisau bermata dua.

Di satu sisi, tindakan ini berhasil mempertahankan iklim siber yang bersih, bebas dari distorsi, dan menjaga citra reputasi lembaga pemerintah dari sentimen negatif liar. Namun di sisi lain, tindakan memoderasi kritik warga secara berlebihan mencederai prinsip dasar etika transparansi komunikasi pemerintahan demokratis di ruang publik (*cyber-democracy*). Pembatasan ini menimbulkan implikasi hilangnya representasi aspirasi riil dari masyarakat lokal Aceh Tengah di layar digital, sehingga ruang komentar hanya dipenuhi oleh impresi normatif.

4. Engage (Aspek Keterlibatan dan Interaksi Publik)

Aspek *Engage* merupakan muara dari model sirkular yang menelaah kedalaman hubungan komunikasi dua arah (*dialogic communication*) antara birokrasi dan warga netizen (Jamil et al., 2021). Melalui observasi pada metrik interaksi di kolom komentar Gambar 2, 3, dan 4, terlihat adanya ketimpangan yang masif jika dibandingkan dengan jumlah pengikut yang telah mencapai lebih dari 20 ribu pengguna (Gambar 1).

Untuk membuktikannya secara empiris, peneliti melakukan penghitungan metrik kuantitatif terhadap tingkat keterlibatan (*Engagement Rate*) pada sampel postingan utama selama periode riset. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa akun @prokopimacehtengah hanya memiliki rata-rata *Engagement Rate* (ER) sebesar 0,45% per postingan. Berdasarkan standar industri analisis media sosial, nilai ER di bawah 1% bagi sebuah akun dengan pengikut di atas 20 ribu dikategorikan dalam tingkat keterlibatan yang sangat rendah (*low engagement*). Angka metrik ini mengonfirmasi secara kuantitatif bahwa kuantitas pengikut yang besar tidak berkorelasi linier dengan kedalaman dampak komunikasi publik yang dihasilkan.

Rendahnya metrik *engagement* ini secara teoretis disebabkan oleh bertahannya pola komunikasi pasif-akomodatif dari pihak pengelola. Kolom komentar dibiarkan terbuka formalitas sebagai ruang aspirasi publik, namun respons balik (*feedback*) secara *real-time* dari admin kehumasan hampir tidak ditemukan. Pertanyaan substantif warga seputar kejelasan kelanjutan bantuan pascabencana atau mekanisme audiensi ekonomi tidak mendapatkan jawaban interaktif. Akibatnya, interaksi publik digital mengalami stagnasi. Lingkaran *SoMe-Relations* gagal berputar secara sempurna pada elemen ini karena ketiadaan interaksi timbal balik. Hambatan interaksi ini memperlebar jarak psikologis digital antara masyarakat siber dengan birokrasi, sehingga akun media sosial instansi kehilangan fungsi transformatifnya sebagai jembatan dialogis tepercaya.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis isi kualitatif siber dan evaluasi metrik digital terhadap akun Instagram resmi @prokopimacehtengah, dapat disimpulkan bahwa Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setdakab Aceh Tengah telah berhasil mentransformasikan pola publikasi konvensional menjadi kanal komunikasi publik digital yang responsif, visual, dan terstruktur. Ditinjau dari kerangka *The Circular Model of SoMe-Relations*, implementasi strategi kehumasan pada aspek *Share* dan *Optimize* sudah berjalan sangat masif melalui konsistensi distribusi pesan berbentuk kluster kebijakan publik, agenda pimpinan, dan branding lokalitas, serta pemanfaatan fitur esensial seperti *highlights* dan *location tag*. Komponen *Manage* juga dikelola secara baik melalui pendekatan pemantauan informasi yang faktual untuk meminimalkan potensi misinformasi, meskipun masih diwarnai oleh kebijakan moderasi komentar yang restriktif sehingga mengorbankan etika transparansi publik digital. Kendati demikian, siklus sirkular kehumasan siber ini belum berputar secara sempurna pada aspek *Engage*. Metrik kuantitatif menunjukkan tingkat keterlibatan (*Engagement Rate*) akun berada pada kategori rendah, yaitu 0,45%. Akun instansi cenderung masih terjebak pada pola komunikasi pasif-akomodatif, di mana keluhan serta pertanyaan warga netizen di kolom komentar masih minim mendapatkan respons balik secara *real-time*. Oleh karena itu, guna memperkuat transparansi, menjaga etika komunikasi siber, dan membangun kepercayaan publik digital yang seutuhnya, Humas Kabupaten Aceh Tengah direkomendasikan untuk meningkatkan keaktifan komunikasi dialogis yang interaktif dalam menyikapi umpan balik dari masyarakat siber, serta melonggarkan sistem penapisan komentar agar aspirasi publik tetap terepresentasi secara jujur.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, FS, & Saragih, Saya 2024. Pola Komunikasi Public Relations terhadap Fiksi Hiburan: Alternative Universe (AU) dalam Media Jurnalistik Digital (Media Sosial X). *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 8 (1), 233-244.
- Astinayanti, A., Aisyah, S., & Khairani, C. 2024. *Digital Transformation in Public Services at Aceh Tengah Regency's One-Stop Investment and Integrated Service Office. JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 10 (1), 78-89.
- Auliya, H. 2022. Analisis Isi Kualitatif Flaming Sesama Perempuan Pada Kolom Komentar Di Akun@ Reemar. Official18. *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*, 164-177.
- Batubara, V. F. R., Aqillah, H. P., Azzahra, G. N., Siregar, N., & Harahap, N. 2024. Dampak Media Sosial Yang Mempengaruhi Etika Perilaku Dan Gaya Komunikasi Mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal of Social Science and Humanities*, 3(1), 31-36.
- Butar-Butar, H. A., & Harahap, N. 2025. Efektivitas Instagram@ cerita_asahan Dalam Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat Kisaran. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 36-46.
- Chung, J., Hyun, S., & Heo, JP 2024. Injeksi Gaya dalam Difusi: Pendekatan Tanpa Pelatihan Untuk Mengadaptasi Model Difusi Skala Besar Untuk Transfer Gaya. dalam *Prosiding Konferensi Ieee/Cyf Tentang Visi Komputer Dan Pengenalan Pola*
- Endrayani, D., Harahap, N., & Ritonga, E. Y. 2024. Analisis Komunikasi Kebijakan Publik Pusat Kajian dan Perlindungan Anak dalam Pencegahan Tindak Kejahatan pada Anak di Kota Medan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3120-3135.
- Fadli, A., & Sazali, H. 2023. Peran Media Sosial Instagram@Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8 (2), 209-222.
- Habibie, M., & Santoso, H. 2025. Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Melalui Fungsi Humas Dan Protokol Di Kota Cirebon. *Jisip Unja (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 290-299.
- Haq, M. N., & Haryanti, N. 2025. Implementasi Strategi AISAS pada Instagram Carousel untuk Meningkatkan Engagement di Museum Muhammadiyah. *Komunika. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 77-81.
- Hariadi, J., Sazali, H., & Amelia, N. 2025. Islam, Budaya, Dan Komunikasi Masyarakat: Sinergi Pemimpin Aceh Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 7 (1), 116-126.
- Hutabarat, P. M. 2022. Tren dan Kebutuhan Talenta Penyiaran Pada Kehumasan Pemerintah Di Era Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 8.
- Jamaq, E., Hasan, AA, Kurniawan, MR, & Salisu, IA 2025. Deteksi Tren dan Topik Populer di Media Sosial Menggunakan Algoritma Clustering untuk Menemukan Pola dan Topik yang Viral di Platform Instagram. *Jurnal*

- Aplikasi Teknologi Informasi dalam Pendidikan, Ekonomi, Kesehatan dan Pertanian* , 2 (2), 36-40.
- Jamil, A., & Eriyanto. 2021. Komunikasi media sosial: analisis konten akun instagram DPR RI. *Jurnal Studi Komunikasi* , 5 (3), 746-763.
- Lestari, L. T., Nurfauzi, K. R., & Amalin, K. 2024. Circular Model of SOME dalam Komunikasi Korporasi MYLK di Media Sosial Instagram. *ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 32-47.
- Lubis, FI, & Iqbal, M. 2026. Analisis Waktu Optimal Unggah Instagram Menggunakan K-Means Clustering pada Data Sintetis. *RIGGS: Jurnal Kecerdasan Buatan dan Bisnis Digital* , 5 (1), 1497–1504.
- Monggilo, ZMZ 2020. Analisis Konten Kualitatif Hoaks Dan Literasi Digital Dalam @Komikfunday. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9 (1), 1-18.
- Muhammad, A. 2023. Analisis Manajemen Publikasi Informasi pada Akun @SEMARAS_SIA Berdasarkan Model Sirkular Teori SOME. *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* , 1 (4), 22–45.
- Norris, P. 2022. *Memuji skeptisisme: Percaya tetapi verifikasi* . Oxford University Press.
- Pane, M., Ghanistyana, LP, Affipah, IL, Cahyani, RN, & Kartika , SW 2025. Implementasi The Circular Model Beberapa Dalam Pengelolaan Cyber Public Relations Kepolisian Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* , 9 (1), 119-135.
- Purba, A. M., Rustiyana, H., Irawan, E. P., Juansa, A., Astari, F., & Aprinta, G. 2025. *Manajemen Public Relations: Inovasi, Teknologi, dan Humanisasi Komunikasi*. Star Digital Publishing.
- Putri, A. S., & Prakoso, B. R. 2025. Pengaruh Algoritma TikTok terhadap Pola Konsumsi Konten Generasi Z di Indonesia: Studi Analisis Perilaku dan Strategi Engagement. *Education: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(3), 25-35.
- Putri, S. R., Harahap, N., & Abidin, S. 2023. Pola Komunikasi Organisasi Dalam Peningkatan Kinerja Pegawai Dinas Energi Dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sumatera Utara. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1537-1544.
- Ritonga, M. A. S., Monang, S., & Azhar, A. A. 2022. Peran Humas Madrasah dalam Mengembangkan Brand Image: Studi Kasus Humas MAN Labuhanbatu. *Berajah Journal*, 2(4), 979-988.
- Sabila, U., & Saragih, MY. 2025. Strategi Humas PT Railink dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Media Jurnalistik. *Jurnal Komunikasi Nusantara* , 7 (1), 178-191.
- Salsabila, R., & Saragih, MY 2023. Strategi Pemasaran Hubungan Masyarakat Dan Media Jurnalistik Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan K3 Mart Cabang Kesawan Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Global Education* , 4 (2), 899-906.
- Sepriano, S., Hikmat, A., Munizu, M., Nooraini, A., Sundari, S., Afyah, S., ... & Indarti, C. F. S. 2023. *Transformasi administrasi publik menghadapi era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siregar, A. K. 2024. Tantangan Nyata Humas Pemerintah Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Ragam Praktik Public Relations Dan Riset Virtual*, 122.

- Siregar, R. K., & Azhar, A. A. 2026. Analysis Of The Critical Discourse Of The Mata Najwa Program" Gubernur Aceh Bicara" On Najwa Shihab's Youtube Channel. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, 10(1), 496-504.
- Susianto, N., Azhar, A. A., & Madya, E. B. 2024. Political Communication of Female DPRD Members of Langkat Regency in Winning the 2019 Legislative Election. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(4), 908-919.
- Susilo, J., Baihaky, R., Asmara, A., Herdono, I., Fatmawati, F., Wulandari, H., ... & Sina, P. 2025. *Komunikasi Digital: Tren dan Tantangan di Era 5.0*. Star Digital Publishing.
- Tumanggor, T., & Sazali, H. 2025. Etika Regulasi dan Kebijakan Media Digital: Meningkatkan Kesadaran Publik di Era Informasi. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6 (3), 1657-1669.
- Utami, A. W. 2023. *Perilaku Cyberbullying Pada Media Sosial Tik Tok (Analisis Isi Kualitatif Perilaku Cyberbullying Di Kolom Komentar Dalam Akun Tiktok@ ofp24)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Wirahyuda, F., & Harahap, N. 2024. Analysis of Hate Speech On Social Media (Twitter And Instagram) Against the 2024 Presidential Candidate of the Republic of Indonesia. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences*, 3(4), 1865-1876.