



## Strategi Komunikasi Humas DPRD Deli Serdang Dalam Membangun Opini Publik Di Kanal Digital

Farhan Ihromi Lubis<sup>1)</sup>, Muaz Tanjung<sup>2)</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[farhan0603222133@uinsu.ac.id](mailto:farhan0603222133@uinsu.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini membahas strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang dalam membangun opini publik melalui kanal digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media digital yang mendorong humas pemerintahan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap aktivitas komunikasi Humas DPRD Deli Serdang di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi utama, penggunaan konten visual yang menarik, penerapan komunikasi dua arah dengan masyarakat, serta pengelolaan opini publik melalui penyaringan komentar dan pemilihan isu yang dipublikasikan. Penelitian ini juga menemukan adanya hambatan dalam pengelolaan komunikasi digital, seperti keterbatasan sumber daya manusia, tingginya jumlah kegiatan DPRD, keterbatasan waktu pengelolaan konten, serta tantangan menghadapi komentar negatif masyarakat di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk opini publik terhadap lembaga pemerintahan, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang adaptif, interaktif, dan profesional dalam pengelolaan komunikasi digital pemerintahan.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi, Humas Pemerintahan, Opini Publik, Media Sosial, Komunikasi Digital

### Abstract

*This study examines the communication strategy of the Public Relations Office of the Deli Serdang Regional House of Representatives (DPRD) in shaping public opinion through digital channels. The study is motivated by the rapid development of digital media, which has encouraged government public relations practitioners to utilize social media as a faster, more transparent, and interactive means of public communication. This research employed a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation of the communication activities of the Deli Serdang DPRD Public Relations Office on social media platforms, including Instagram, Facebook, and TikTok. The data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the communication strategy is implemented through the use of social media as the primary publication platform, the creation of engaging visual content, the application of two-way communication with the public, and the management of public opinion through comment moderation and issue selection. The study also identifies several challenges in digital communication management, including limited human resources, the high volume of DPRD activities, time constraints in content management, and the need to address negative public comments on social media. The study concludes that social media plays a crucial role in shaping*



*public opinion toward government institutions, highlighting the need for adaptive, interactive, and professional communication strategies in digital government communication. These findings contribute to the advancement of public management in the digital era by providing practical insights into more effective, transparent, responsive, and trust-oriented public communication through social media.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Government Public Relations, Public Opinion, Social Media, Digital Communication*

## PENDAHULUAN

Hubungan Masyarakat (Humas) atau *public relations* (PR) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari setiap lembaga, baik pemerintahan, pendidikan, maupun perusahaan. Keberadaan humas memiliki peran strategis karena berfungsi sebagai pengelola komunikasi antara lembaga dan publiknya (Pendidikan & Relations, n.d.). Melalui aktivitas komunikasi yang terencana, humas berperan dalam membentuk citra lembaga, baik citra positif maupun negatif di mata masyarakat. Dalam menjalankan perannya, humas umumnya memiliki jaringan relasi yang luas untuk mendukung penyebaran informasi serta membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak (Hasan Husaini, 2025).

Humas merupakan unsur penting dalam pelayanan informasi dan komunikasi kepada publik di suatu lembaga. Namun, khususnya pada lembaga pemerintahan, keberadaan humas masih sering mendapatkan kesan negatif terkait peran, fungsi, dan cara kerjanya dalam melayani masyarakat (Nugraha et al., 2022). Di era digital dengan arus informasi yang sangat cepat, humas dituntut untuk melakukan penyesuaian strategi, baik secara individu maupun kelembagaan. Humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga menjadi elemen penting dalam pelayanan komunikasi publik. Meskipun demikian, humas pemerintahan masih kerap menghadapi persepsi negatif terkait kinerja dan interaksinya dengan masyarakat (Irhamdhika et al., 2025).

Media sosial saat ini telah digunakan secara luas oleh komunitas, organisasi, perusahaan, hingga lembaga pemerintahan. Tingginya jangkauan informasi yang dapat tersebar secara cepat menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama humas pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada publik (Maulvi et al., 2023). Perkembangan teknologi informasi juga membantu instansi pemerintah dalam meningkatkan efisiensi penyebaran informasi (Supriyanto et al., 2024). Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah Instagram, yang dinilai efektif dalam menyampaikan informasi melalui kombinasi visual, teks, dan video sehingga lebih mudah dipahami masyarakat (Putri & Sutarjo, 2023).

Di sisi lain, masyarakat kini semakin terbiasa mengakses informasi melalui media digital. Kondisi ini menuntut humas pemerintah daerah untuk memahami peran strategis media digital dalam mewujudkan keterbukaan informasi serta meningkatkan partisipasi publik. Praktisi humas tidak hanya dituntut untuk menyajikan konten yang menarik secara visual, tetapi juga aktif berinteraksi dengan masyarakat, termasuk dalam merespons tanggapan publik dan mencermati isu-isu yang berkembang (Mawarsari, 2021). Dalam konteks ini, opini publik terhadap lembaga pemerintahan banyak dipengaruhi oleh informasi yang beredar di ruang digital.

Era digital telah mengubah lanskap komunikasi secara fundamental, termasuk cara masyarakat berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melahirkan berbagai platform media sosial yang kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini tidak hanya mengubah pola komunikasi interpersonal, tetapi juga berdampak pada dinamika sosial, politik, dan budaya (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024).

Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh lembaga pemerintahan adalah Instagram. Platform ini dinilai efektif karena mampu menyampaikan pesan melalui kombinasi visual dan teks yang lebih menarik serta mudah dipahami masyarakat (Ardila & Astuti, 2025). Penggunaan Instagram oleh humas pemerintah bertujuan untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik, memperkuat hubungan dengan masyarakat, serta membangun citra positif lembaga. Strategi komunikasi yang tepat dalam pengelolaan media sosial menjadi faktor

penting dalam menciptakan interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat (Arief & Rosana, 2024).

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi humas pemerintahan dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana penyampaian informasi publik di era digital. Penelitian ini tidak membahas efektivitas kebijakan maupun isi kebijakan yang dipublikasikan, melainkan menitikberatkan pada bagaimana humas membangun komunikasi digital, menyampaikan informasi, serta menciptakan hubungan interaktif dengan masyarakat melalui media sosial. Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong perubahan pola kerja humas dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital yang lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Dalam kondisi tersebut, media sosial menjadi bagian penting dalam pembentukan citra lembaga sekaligus ruang komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (Protokol & Kota, 2025).

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan media sosial oleh humas pemerintahan di era digital, sebagian besar masih berfokus pada fungsi media sosial sebagai sarana diseminasi informasi, transparansi, atau inovasi pelayanan publik (Nugraha et al., 2022; Derivanti, 2022; Kharisma & Kurniawan, 2018). Penelitian mengenai Instagram sebagai media komunikasi pemerintah juga telah dilakukan (Putri & Sutarjo, 2023; Arief & Rosana, 2024), namun umumnya berfokus pada efektivitas penyampaian informasi atau pengelolaan konten digital. Kajian tersebut belum secara mendalam mengungkap bagaimana strategi komunikasi humas pada lembaga legislatif membangun opini publik melalui interaksi digital di tengah karakteristik kelembagaan yang berbeda dengan lembaga eksekutif. Berbeda dengan pemerintah daerah yang berorientasi pada implementasi kebijakan, DPRD memiliki fungsi legislasi, penganggaran, dan pengawasan yang melekat dengan dinamika representasi masyarakat serta kepentingan politik, sehingga pengelolaan komunikasi publik dan pembentukan opini memerlukan pendekatan yang lebih adaptif dan dialogis. Atas dasar itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang dalam membangun opini publik melalui Instagram sebagai media komunikasi digital. Penelitian ini menggunakan PR Excellence Theory untuk menganalisis penerapan komunikasi dua arah yang membangun hubungan antara lembaga dan masyarakat, sedangkan Agenda Setting Theory digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemilihan, penonjolan, dan pengemasan isu pada media sosial memengaruhi perhatian serta opini publik. Dengan mengintegrasikan kedua perspektif tersebut, penelitian ini menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi humas legislatif di era digital, khususnya dalam menyeimbangkan fungsi dialog publik dan pengelolaan isu pada media sosial.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang berfokus pada strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang dalam membangun opini publik melalui kanal digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam proses komunikasi humas, pola interaksi dengan masyarakat, serta praktik pengelolaan media digital yang dilakukan oleh humas pemerintahan (Firlyanda & Anisa, 2025). Penelitian ini menekankan pemahaman terhadap proses, makna, dan konteks komunikasi yang berlangsung di lapangan, bukan pada pengukuran statistik atau data numerik.

Penelitian ini menggunakan Teori Public Relations Excellence dari James E. Grunig dan Teori Agenda Setting dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw sebagai landasan analisis dalam melihat strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang melalui media digital. Teori Public Relations Excellence digunakan untuk menganalisis bagaimana humas membangun komunikasi dua arah yang dialogis dengan masyarakat melalui media sosial (Grunig, 2008), sedangkan Teori Agenda Setting digunakan untuk menjelaskan bagaimana humas menentukan, memilih, dan menonjolkan isu tertentu guna membentuk perhatian serta opini publik terhadap lembaga DPRD Deli Serdang (McCombs & Shaw, 1972).

Penelitian dilaksanakan di DPRD Deli Serdang pada tahun 2025. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu individu yang terlibat langsung dalam

pengelolaan komunikasi publik dan media digital. Informan utama terdiri atas I-1 (Kepala Bagian Humas), I-2 (Koordinator Pengelola Media Sosial), dan I-3 (Staf Humas) yang bertanggung jawab terhadap perencanaan konten, publikasi informasi, dokumentasi kegiatan, serta interaksi dengan masyarakat melalui media sosial. Penggunaan kode informan dilakukan untuk menjaga kerahasiaan identitas sesuai dengan prinsip etika penelitian. Data pendukung diperoleh dari dokumentasi berupa unggahan Instagram, Facebook, dan TikTok DPRD Deli Serdang, foto dan video kegiatan, arsip humas, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan komunikasi publik.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi, proses penyusunan konten, mekanisme pengelolaan media sosial, penanganan tanggapan masyarakat, serta kendala yang dihadapi humas dalam membangun opini publik (Shania et al., 2024). Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pengelolaan media digital, mulai dari perencanaan konten, proses publikasi, interaksi dengan pengguna media sosial, hingga respons terhadap komentar atau isu yang berkembang. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan arsip tertulis, tangkapan layar unggahan media sosial, foto, video, laporan kegiatan, dan dokumen pendukung lain yang relevan dengan fokus penelitian (Rahma et al., 2026).

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi pola strategi komunikasi humas secara sistematis (Afkarina, 2018). Analisis dilakukan secara berulang hingga diperoleh tema-tema yang konsisten. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik dan triangulasi teori. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan informasi hasil wawancara dari setiap informan dengan hasil observasi lapangan serta bukti dokumentasi, seperti unggahan media sosial, arsip kegiatan, dan dokumen resmi DPRD Deli Serdang. Sebagai contoh, informasi mengenai penerapan komunikasi dua arah yang disampaikan oleh informan diverifikasi melalui pengamatan terhadap interaksi pada kolom komentar media sosial dan dokumentasi aktivitas digital. Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan menginterpretasikan temuan menggunakan Teori Public Relations Excellence dan Teori Agenda Setting sehingga hasil analisis dapat diuji dari perspektif komunikasi dialogis maupun pengelolaan isu dalam pembentukan opini publik (Agusta, 2003).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Komunikasi Humas DPRD Deli Serdang dalam Membangun Opini Publik di Kanal Digital

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi pemerintahan dari model satu arah menuju komunikasi yang lebih terbuka, cepat, dan interaktif (Siti Nurcahyati Abdussamad et al., 2025). Dalam konteks tersebut, Humas DPRD Deli Serdang memanfaatkan Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai media utama untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan legislasi, pengawasan, reses, dan audiensi kepada masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran publikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan opini publik dan legitimasi kelembagaan (Sazali & Sukriah, 2021; Astraguna, 2025).

Berdasarkan perspektif Agenda Setting Theory, strategi publikasi yang dilakukan Humas DPRD Deli Serdang menunjukkan adanya proses seleksi dan penonjolan isu (*issue selection* dan *issue salience*). Aktivitas yang dipublikasikan didominasi oleh agenda kelembagaan, seperti rapat paripurna, pembahasan peraturan daerah, kegiatan reses, dan pengawasan. Pola tersebut menunjukkan bahwa humas tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menentukan isu yang dianggap penting untuk memperoleh perhatian publik. Dengan kata lain, media sosial dimanfaatkan sebagai instrumen untuk mengarahkan fokus masyarakat terhadap kinerja DPRD sehingga terbentuk persepsi bahwa lembaga menjalankan fungsi legislasinya secara aktif. Temuan ini memperlihatkan bahwa proses agenda setting tidak hanya terjadi pada media massa, tetapi juga pada media sosial yang dikelola secara langsung oleh lembaga pemerintah.

Selain menentukan isu yang dipublikasikan, humas juga menggunakan strategi komunikasi visual melalui desain grafis, video singkat, dan narasi sederhana agar informasi lebih mudah dipahami masyarakat. Strategi tersebut merupakan bentuk adaptasi terhadap karakteristik pengguna media sosial yang lebih responsif terhadap konten visual dibandingkan penyajian informasi yang bersifat formal.

*"Kalau hanya foto rapat biasa orang cepat bosan, jadi dibuat lebih menarik."* (Informan 2)

Dari perspektif Public Relations Excellence Theory, strategi tersebut menunjukkan upaya humas membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat melalui penyajian informasi yang mudah diakses dan komunikatif. Dengan demikian, fungsi humas tidak lagi terbatas sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi publik yang berupaya meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam ruang digital.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Humas DPRD Deli Serdang membuka ruang komunikasi dua arah melalui kolom komentar media sosial. Aspirasi, kritik, maupun pengaduan masyarakat diteruskan kepada bagian terkait sebagai bahan tindak lanjut.

*"Kalau ada komentar atau pengaduan dari masyarakat biasanya diteruskan ke bagian terkait."* (Informan 3)

Praktik tersebut sejalan dengan prinsip komunikasi dua arah simetris dalam Public Relations Excellence Theory (Grunic, 2008), karena menunjukkan adanya mekanisme penyampaian umpan balik (*feedback*) dari masyarakat kepada organisasi. Namun demikian, komunikasi dialogis tersebut belum sepenuhnya berlangsung secara ideal. Keterbatasan jumlah sumber daya manusia serta tingginya intensitas kegiatan DPRD menyebabkan tidak seluruh komentar atau pertanyaan masyarakat dapat direspons secara cepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi komunikasi dua arah masih lebih bersifat responsif daripada dialogis secara berkelanjutan sebagaimana yang diidealkan oleh Grunic.

Temuan yang paling menarik dalam penelitian ini adalah praktik penyaringan komentar pada media sosial DPRD Deli Serdang. Humas menghapus komentar yang mengandung ujaran kebencian, SARA, serangan pribadi, maupun informasi yang berpotensi memicu konflik.

Apabila dianalisis menggunakan Public Relations Excellence Theory, praktik tersebut menghadirkan dilema. Di satu sisi, moderasi komentar diperlukan untuk menjaga ruang komunikasi digital tetap kondusif dan mencegah penyebaran ujaran yang melanggar norma maupun etika komunikasi. Namun, di sisi lain, apabila penyaringan dilakukan secara berlebihan hingga mencakup kritik substantif terhadap kinerja lembaga, maka praktik tersebut berpotensi mengurangi kualitas komunikasi dua arah yang menjadi prinsip utama teori PR Excellence. Dengan demikian, efektivitas komunikasi humas tidak hanya ditentukan oleh kemampuan membangun citra positif, tetapi juga oleh kesediaan lembaga menerima kritik sebagai bagian dari proses dialog publik.

Dari perspektif Agenda Setting Theory, penyaringan komentar juga dapat dipahami sebagai bentuk pengelolaan agenda digital (*agenda management*). Humas tidak hanya menentukan isu yang dipublikasikan, tetapi juga secara tidak langsung memengaruhi isu yang tetap terlihat atau tidak terlihat dalam ruang komunikasi digital. Dengan kata lain, proses agenda setting tidak berhenti pada pemilihan konten, melainkan berlanjut pada pengelolaan interaksi publik melalui moderasi komentar. Strategi ini dapat membantu menjaga reputasi lembaga, tetapi sekaligus berpotensi membatasi keberagaman opini apabila tidak dilakukan secara transparan dan proporsional. Oleh karena itu, pengelolaan komentar idealnya didasarkan pada pedoman moderasi yang jelas sehingga hanya konten yang melanggar etika komunikasi yang dihapus, sedangkan kritik yang konstruktif tetap dipertahankan sebagai bagian dari akuntabilitas publik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pengelolaan agenda publik dan hubungan dengan masyarakat melalui media sosial. Namun demikian, keberhasilan strategi tersebut masih dipengaruhi oleh kemampuan lembaga menyeimbangkan kepentingan menjaga citra organisasi dengan prinsip keterbukaan informasi dan komunikasi dialogis sebagai karakter utama humas pemerintahan di era digital.

## Hambatan Humas DPRD Deli Serdang dalam Membangun Opini Publik di Kanal Digital

Penelitian ini menemukan bahwa hambatan komunikasi digital tidak semata-mata disebabkan oleh faktor teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor organisasi dan karakteristik kelembagaan DPRD sebagai lembaga legislatif. Keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan satu tim humas harus menangani dokumentasi kegiatan, produksi konten, pengelolaan beberapa platform media sosial, serta interaksi dengan masyarakat secara bersamaan.

*"Kadang dalam satu hari ada banyak kegiatan, jadi upload konten bisa sampai malam."* (Informan 2)

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi komunikasi dua arah yang diharapkan dalam Public Relations Excellence Theory belum sepenuhnya dapat diwujudkan. Keterbatasan kapasitas organisasi menyebabkan komunikasi lebih berorientasi pada penyampaian informasi dibandingkan pengelolaan dialog yang berkelanjutan dengan masyarakat.

Selain itu, karakteristik media sosial yang berbeda juga memengaruhi strategi komunikasi humas.

*"Komentar di TikTok biasanya lebih keras dibanding Instagram."* (Informan 1)

Temuan ini menunjukkan bahwa setiap platform memiliki budaya komunikasi (*platform culture*) yang berbeda sehingga strategi pengelolaan opini publik tidak dapat disamaratakan. TikTok cenderung menghasilkan interaksi yang lebih spontan dan kritis dibandingkan Instagram sehingga humas memerlukan strategi moderasi yang lebih adaptif. Dalam perspektif Agenda Setting Theory, kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengendalian agenda komunikasi di media digital semakin kompleks karena lembaga tidak lagi menjadi satu-satunya aktor yang menentukan arah pembentukan opini publik. Algoritma media sosial dan partisipasi pengguna turut memengaruhi isu yang berkembang di ruang digital.

Dengan demikian, hambatan utama Humas DPRD Deli Serdang bukan hanya berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia, tetapi juga menyangkut kemampuan organisasi dalam mengelola komunikasi digital yang semakin partisipatif, cepat, dan dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital memerlukan penguatan kapasitas organisasi, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta penyusunan pedoman komunikasi digital yang mampu menjaga keseimbangan antara perlindungan reputasi lembaga dan pemenuhan hak masyarakat untuk menyampaikan aspirasi secara terbuka.

## SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas DPRD Deli Serdang memanfaatkan media sosial sebagai instrumen pembentukan opini publik melalui pengelolaan agenda informasi, penyajian konten visual, serta komunikasi dengan masyarakat. Berdasarkan Agenda Setting Theory, humas berperan dalam menentukan isu yang diprioritaskan sehingga memengaruhi perhatian publik terhadap kinerja DPRD. Sementara itu, berdasarkan Public Relations Excellence Theory, media sosial telah membuka peluang terwujudnya komunikasi dua arah, meskipun implementasinya belum sepenuhnya mencerminkan komunikasi dua arah simetris karena masih dipengaruhi keterbatasan sumber daya manusia dan tingginya beban kerja.

Penelitian ini juga menemukan bahwa praktik penyaringan komentar merupakan strategi untuk menjaga reputasi lembaga sekaligus menghadirkan dilema antara perlindungan citra organisasi dan prinsip keterbukaan komunikasi publik. Moderasi komentar dapat dibenarkan apabila ditujukan untuk menghapus ujaran kebencian, SARA, atau serangan pribadi, tetapi perlu dilakukan secara proporsional agar tidak membatasi kritik yang konstruktif. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan humas digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memproduksi konten, tetapi juga oleh kemampuan mengelola ruang dialog yang transparan, akuntabel, dan partisipatif.

Oleh karena itu, DPRD Deli Serdang perlu memperkuat kapasitas sumber daya manusia, menyusun pedoman moderasi media sosial yang transparan, meningkatkan kecepatan respons



terhadap aspirasi masyarakat, serta mengembangkan strategi komunikasi yang lebih dialogis. Secara teoretis, penelitian ini memperlihatkan bahwa integrasi Public Relations Excellence Theory dan Agenda Setting Theory memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana humas legislatif membangun opini publik melalui pengelolaan hubungan dengan masyarakat sekaligus pengelolaan agenda komunikasi di ruang digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afkarina, N. U. R. I. (2018). Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra organisasi. *Jurnal Idarah*, 2(1), 50–63.
- Agusta, I. (2003). *Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Litbang Pertanian.
- Ardila, L. S., & Astuti, V. F. (2025). Efektivitas konten media sosial Instagram @kabupaten.bogor sebagai media publikasi Pemerintah Kabupaten Bogor. 5(1), 1141–1151.
- Arief, I. F., & Rosana, A. (2024). Strategi komunikasi humas DKPP melalui media sosial Instagram. *KALBISOCIO: Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 11(1), 124–137. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v11i1.3329>
- Astraguna, I. W. (2025). *Sadharananikarana*, 7(1), 61–74.
- Derivanti, A. (2022). The role of government digital public relations in providing innovative information to the public. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(2), 165. <https://doi.org/10.37535/103003220227>
- Firlyanda, D. F., & Anisa, R. (2025). Strategi pengelolaan media digital Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan (DISPAKAN) Kabupaten Bandung. *Comdent: Communication Student Journal*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.24198/comdent.v3i1.62707>
- Grunig, J. E. (2008). Excellence theory in public relations. In *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 1–3). <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiece047>
- Hasan Husaini. (2025). Peran humas dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 1(2), 112–121. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v1i2.22>
- Irhamdhika, G., El Hidayah, N. I., Ariska, D. Y., Ningtyas, D. A., & Sari, A. (2025). Krisis kepercayaan publik: Fenomena #KaburAjaDulu dan peran humas pemerintah dalam merespons *cancel culture*. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 6(1), 7–15. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i1.8663>
- Kharisma, T., & Kurniawan, F. (2018). Public relations in the digital era: Case study of the use of social media by government public relations in ANRI. *Jurnal InterAct*, 7(1), 13–19.
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran media sosial bagi humas pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Mawarsari, M. A. (2021). *Peran humas pemerintah dalam menyampaikan informasi pada TikTok dan Instagram Bangsa Surabaya* [Skripsi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya]. <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/27440/>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286–305. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi humas Pemerintah Kota Bandung dalam mengelola media sosial Instagram @humas\_bandung. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198–3205. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1587>
- Rahma, A. A., Widjanarko, W., & Novianti, W. (2026). Optimalisasi media digital dalam pengelolaan public relations di UIN Raden Mas Said Surakarta. *Mukasi*, 5(1), 155–168. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.5965>
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan media sosial (Instagram) oleh humas SMAU CT



- Foundation sebagai media informasi dan publikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147–160.
- Shania, S., Ismail, F., & Karoma, K. (2024). Optimalisasi media digital dalam pengelolaan public relations. *Jurnal Inovatif Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 129–140. <https://doi.org/10.38073/jimpi.v3i2.1616>
- Siti Nurcahyati Abdussamad, S. Y. Mozin, & R. A. Korompo. (2025). Transformasi media sosial sebagai alat partisipasi masyarakat dalam pemerintahan berbasis digital di Provinsi Gorontalo. *Journal of Governance and Public Administration*, 3(1), 117–127. <https://doi.org/10.70248/jogapa.v3i1.3327>
- Suhendra, S., & Selly Pratiwi, F. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *IAPA Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Supriyanto, D., Nuryanti, & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4, 7796–7810.