

---

## Strategi Komunikasi Humas Digital dalam Optimalisasi Engagement Media Sosial Instagram @skaampenan.sdsmp

Ni Luh Gede Mona Agustini<sup>1\*</sup>, Ida Bagus Benny Surya Adi Pramana<sup>2</sup>, Rieka Yulita Widawara<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi Hindu, Dharma Duta, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Kota Mataram, Indonesia

Email: <sup>1</sup>monaagustini19@gmail.com, <sup>2</sup>idabaguspramana229@gmail.com, <sup>3</sup>riekawidawara@gmail.com

### Abstract

*This study aims to examine the role of the Digital PR communication strategy in optimizing Instagram social media engagement @skaampenan.sdsmp. Currently, social media has become a primary channel for disseminating information to the public quickly and interactively. This research employs an in-depth qualitative approach, collecting data through interviews, observations, and documentation. The results indicate that the PR division of SKA Ampenan plays a crucial role in designing, managing, and evaluating content to ensure that messages are conveyed effectively, relevantly, and engagingly to the audience. Instagram is utilized to share news about school activities, build a positive institutional image, and reach a wider audience through features such as posts, short videos, and stories. Audience engagement, such as likes, comments, and shares, serves as an indicator of the effectiveness of information dissemination. The study also identifies several challenges faced by the PR division, including Instagram algorithm changes, limited staff capacity, diverse audience preferences, and low public participation in providing feedback. In conclusion, a well-planned and consistent digital communication strategy is essential. The PR division of SKA Ampenan successfully enhances the effectiveness of information dissemination and fosters a positive school image. Recommendations include improving human resource competencies, developing interactive content, and adjusting digital communication strategies according to audience characteristics.*

**Keywords:** Public Relation, Communication, Social Media, Instagram

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar strategi komunikasi Humas digital dalam optimalisasi engagement media sosial Instagram @skaampenan.sdsmp. Sekarang ini, media sosial menjadi salah satu cara utama untuk menyebarkan informasi kepada publik dengan cepat dan interaktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang lebih mendalam dan detail, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Humas SKA Ampenan mempunyai peran penting dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi konten yang akan disampaikan kepada publik, sehingga pesan yang disampaikan bisa efektif, relevan, dan menarik bagi mereka. Instagram digunakan untuk menyebarkan berita tentang kegiatan sekolah, membuat citra yang baik, dan mencapai lebih banyak orang melalui fitur seperti postingan, video pendek, dan cerita. Seberapa banyak orang yang berinteraksi, seperti

menyukai, mengirimkan komentar, dan membagikan, menunjukkan seberapa sukses penyampaian informasi tersebut. Penelitian juga menemukan beberapa hambatan yang dihadapi oleh bagian Humas, seperti perubahan algoritma Instagram, keterbatasan staf, perbedaan preferensi audiens, dan sedikitnya partisipasi masyarakat dalam memberikan tanggapan. Kesimpulannya, strategi komunikasi digital yang terencana dan konsisten oleh bagian Humas sangat penting untuk mencapai tujuan. Humas SKA Ampenan mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi dan membangun citra positif sekolah. Rekomendasi yang diajukan meliputi peningkatan kompetensi SDM, pengembangan konten interaktif, dan penyesuaian strategi komunikasi digital sesuai karakteristik audiens.

**Kata Kunci:** Humas, Komunikasi, Media Sosial, Instagram

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik kehumasan dari pola komunikasi satu arah menjadi komunikasi dua arah yang interaktif dan partisipatif. Konsep Public Relations 2.0 menekankan pemanfaatan media digital, khususnya media sosial, sebagai ruang dialog antara institusi dan publiknya. Dalam konteks ini, keberhasilan komunikasi humas tidak hanya diukur dari penyampaian informasi, tetapi juga dari kemampuan membangun keterlibatan (engagement), memahami dinamika algoritma platform digital, serta menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial menjadi bagian strategis dalam praktik humas lembaga pendidikan di era digital.

Humas merupakan fungsi manajemen yang berperan dalam membangun serta menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dan publiknya. Hubungan tersebut menjadi faktor penting yang memengaruhi keberhasilan maupun kegagalan suatu lembaga pendidikan dalam mencapai tujuannya. Definisi tersebut menegaskan bahwa Humas berfungsi sebagai penghubung antara lembaga pendidikan dan publiknya. Melalui peran ini, Humas bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis, berkelanjutan, dan saling memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Humas memegang peranan strategis dalam proses pembentukan citra dan reputasi suatu lembaga pendidikan. Melalui pengelolaan komunikasi yang terencana dan berkelanjutan. Humas berkontribusi dalam menciptakan persepsi positif di mata publik. Strategi komunikasi Humas yang diterapkan secara efektif mampu meningkatkan citra positif lembaga pendidikan. Selain itu, pengelolaan komunikasi yang tepat juga berperan dalam memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dan publiknya secara berkelanjutan (Fahreza et al., 2021). Kualitas pelayanan yang dimaksud merujuk pada bentuk pelayanan yang mampu mendekatkan pihak SKA Ampenan dengan masyarakat. Pelayanan tersebut dirancang agar interaksi antara SKA Ampenan dan masyarakat menjadi lebih efektif, mudah diakses, serta responsif terhadap kebutuhan publik. Hal tersebut diwujudkan melalui upaya memahami dan menganalisis berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Berdasarkan hasil analisis tersebut, kemudian dirumuskan strategi pelayanan yang tepat dan efisien agar dapat menjawab kebutuhan masyarakat secara optimal (Yulina et al., 2021).

Peran Humas memiliki posisi yang sangat strategis dalam memastikan bahwa konten yang dipublikasikan melalui Instagram mampu menarik perhatian audiens secara efektif. Humas memiliki tanggung jawab dalam merancang, mengelola, serta mengevaluasi strategi komunikasi digital agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat. Selain itu, Humas dituntut untuk mampu menghadapi berbagai tantangan, seperti tingginya persaingan konten di media sosial, dinamika perubahan algoritma Instagram, serta preferensi audiens yang terus berkembang (Firdaus, 2023).

Dalam praktiknya, pengelolaan media sosial institusi pendidikan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama akibat perubahan algoritma Instagram yang memengaruhi jangkauan dan visibilitas konten. Algoritma platform cenderung memprioritaskan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi, sehingga unggahan informatif yang bersifat institusional berpotensi memiliki jangkauan terbatas apabila tidak dikemas secara menarik dan sesuai preferensi audiens. Selain itu, perbedaan karakteristik dan preferensi audiens, khususnya antara generasi muda dan orang tua siswa, menuntut humas untuk mampu menyesuaikan gaya komunikasi, format konten, serta pemanfaatan fitur digital seperti reels dan stories agar pesan dapat diterima secara efektif. Kondisi tersebut menimbulkan kegelisahan akademik terkait sejauh mana strategi komunikasi humas lembaga pendidikan mampu beradaptasi dengan dinamika algoritma dan kebutuhan audiens digital.

Mendefinisikan konsep komunikasi tidaklah sesederhana yang dibayangkan, karena setiap individu dengan latar belakang yang berbeda dapat memberikan penafsiran yang beragam terhadap makna komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penggunaan simbol atau tanda yang disepakati bersama oleh sekelompok orang untuk menyampaikan makna tertentu. Oleh karena itu, komunikasi sebagai suatu proses dipahami sebagai aktivitas manusia dalam merespon perilaku simbolik yang ditampilkan oleh orang lain. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia berlangsung pada berbagai tingkatan atau level komunikasi.

Sebagai bagian dari media baru di era digital, media sosial menjadi platform yang diminati oleh berbagai kalangan untuk memperoleh dan menyebarkan informasi (Rania & Diniati, 2023). Media sosial memberikan peluang yang signifikan bagi organisasi untuk menjangkau publik serta menjalin interaksi dengan audiens. Kecepatan distribusi informasi dan jangkauan yang luas menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif. Kondisi ini sejalan dengan semakin banyaknya instansi pemerintah maupun swasta yang memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat (Athifah & Novita, 2024). Oleh karena itu, pengelolaan konten pada akun @skaampenan.sdsmp sangat dipengaruhi oleh peran strategis Humas dalam merancang konten yang relevan dan sesuai dengan kepentingan publik. Praktisi Humas dituntut untuk mampu membentuk nilai, pemahaman, sikap, hingga perilaku publik agar selaras dengan kebutuhan serta tujuan institusi.

Melalui pengelolaan konten yang tepat, akun Instagram @skaampenan.sdsmp diharapkan mampu menjadi sarana penghubung antara SKA Ampenan dan publik, sekaligus membangun citra positif serta meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai fungsi dan peran SKA Ampenan. Hal ini penting karena pelayanan informasi pemerintahan, termasuk laporan terkait program – program yang telah dilaksanakan (Kurniati et al., 2020).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji manajemen humas sekolah dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi publik dan pembentukan citra lembaga. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat deskriptif dan berfokus pada penggunaan media sosial secara umum, tanpa mengkaji secara mendalam strategi adaptasi humas terhadap perubahan algoritma media sosial dan dinamika preferensi audiens digital. Selain itu, kajian yang secara spesifik menelaah praktik humas digital pada akun media sosial sekolah tingkat SMP masih relatif terbatas.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan menitikberatkan pada analisis strategi komunikasi Humas SKA Ampenan dalam mengelola akun Instagram @skaampenan.sdsmp sebagai media komunikasi publik, khususnya dalam menghadapi perubahan algoritma Instagram, keterbatasan sumber daya manusia, serta perbedaan preferensi audiens. Akun @skaampenan.sdsmp dipilih karena menunjukkan aktivitas

publikasi yang konsisten, variasi konten visual, serta dinamika tingkat engagement audiens yang relevan untuk dikaji sebagai praktik humas digital di lingkungan pendidikan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial khususnya Instagram, mampu mempermudah penyampaian informasi kepada publik secara luas dan efektif apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran melalui penelitian yang berjudul “Peran Humas Dalam Pengelolaan Komunikasi Media Sosial Instagram @skaampenan.sdsmp”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Lembaga Pendidikan**

Humas merupakan fungsi manajerial yang bertugas membangun, memperthankan, dan mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya (Herlina, 2015). Dalam konteks lembaga pendidikan, peran Humas menjadi semakin strategis karena berkaitan langsung dengan pembentukan citra SKA Ampenan di mata masyarakat. Citra lembaga Pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas akademik semata, melainkan juga oleh kemampuan SKA Ampenan dalam mengelola komunikasi dengan public secara efektif.

Strategi kehumasan yang baik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan citra positif lembaga pendidikan, khususnya dalam membangun kepercayaan masyarakat (Arifin & Rohmatillah, 2025). Kepercayaan tersebut tumbuh melalui keterbukaan informasi, konsistensi komunikasi, serta profesionalisme dalam menyampaikan pesan kepada public. Oleh karena itu, keberadaan humas dalam lembaga pendidikan menjadi kebutuhan yang esensial, bukan sekedar pelengkap administrasi.

Komunikasi yang efektif antara Humas SKA Ampenan dan masyarakat dapat menciptakan hubungan yang harmonis, memperkuat loyalitas orang tua siswa, serta meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Putri, Agustina; Hariyati, 2023). Dengan demikian, humas berperan sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan SKA Ampenan dengan public internal maupun eksternal.

### **Media Sosial sebagai Sarana Informasi Publik**

Media social merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara daring. Dalam konteks komunikasi public, media social berfungsi sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi yang cepat, efisien, dan luas (Zaxrie et al., 2024). Karakteristik media social yang bersifat real time, interaktif, dan visual menjadikannya sangat efektif sebagai alat komunikasi lembaga pendidikan.

Media social berperan penting dalam meningkatkan transparansi informasi public serta membangun citra positif lembaga pemerintah maupun pendidikan (Selma et al., 2024). Melalui media social, lembaga dapat menyampaikan informasi secara langsung kepada Masyarakat tanpa melalui perantara media konvensional.

Komunikasi melalui media social harus dikelola secara konsisten dan professional agar mampu menciptakan kepercayaan public (Erland & Eka, 2021). Pengelolaan yang tidak terstruktur justru dapat menurunkan kredibilitas lembaga. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi digital yang matang agar pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan audiens.

## **Instagram sebagai Media Komunikasi Lembaga Pendidikan**

Instagram merupakan salah satu platform media social berbasis visual yang menekankan pada konten foto dan video. Tingginya jumlah pengguna Instagram menjadikan platform ini sebagai media strategis dalam menyampaikan informasi, terutama kepada generasi muda (Dewi, F. I. R., & Sari, 2022).

Instagram memiliki keunggulan dalam hal daya tarik visual, interaksi pengguna, serta berbagai fitur pendukung seperti feeds, stories, reels, dan highlight (Komunikasi & Sari, 2020). Fitur – fitur ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik serta memperluas jangkauan audiens.

Media social Instagram berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan Perusahaan atau lembaga karena mampu menampilkan identitas, kinerja, dan nilai – nilai organisasi secara langsung kepada public (A. Maulana et al., 2019). Oleh sebab itu, pengelolaan konten yang professional dan informatif dapat meningkatkan kredibilitas lembaga serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan Masyarakat.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memperoleh informasi dan data secara mendalam mengenai pengelolaan media digital, untuk menggambarkan peran Humas SKA Ampenan. Fokus utama dari kajian ini adalah peran manajemen dalam membentuk dan membangun citra SKA Ampenan di mata publik (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data primer diperoleh langsung dari sumber utama, yaitu melalui wawancara dengan pihak Humas SKA Ampenan, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi Pustaka yang diperoleh dari media social Instagram @skaampenan.sdsmp (Lengkong et al., 2020).

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan penelitian terdiri dari tiga orang personel Humas SKA Ampenan yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram @skaampenan.sdsmp.

Adapun kriteria inklusi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Personel yang secara aktif terlibat dalam perencanaan, produksi, dan publikasi konten Instagram @skaampenan.sdsmp; (2) Memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi publik atau interaksi dengan audiens melalui media social; (3) Memiliki pengalaman langsung dalam menghadapi perubahan algoritma Instagram serta dinamika preferensi audiens. Pemilihan informan tersebut dinilai tepat karena mampu memberikan informasi yang komprehensif mengenai strategi, tantangan, dan praktik komunikasi Humas SKA Ampenan secara aktual dan kontekstual.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui : (1) Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan interaksi tatap muka. Wawancara dipilih agar peneliti dapat memperoleh informasi secara lebih mendalam, yang dalam hal ini dilakukan Bersama Humas SKA Ampenan (Rachman et al., 2024); (2) Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung (Rachman et al., 2024). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas kerja Humas SKA Ampenan; (3) Studi literatur merupakan metode penelitian yang menggunakan referensi atau sumber ilmiah yang diolah secara sistematis. Proses ini mencakup pencarian, pemilihan, serta pengumpulan data melalui kepustakaan, kemudian disusun dan disajikan secara terstruktur sesuai tujuan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu : (1) Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data hasil wawancara,

observasi, dan dokumentasi agar sesuai dengan fokus penelitian. (2) Penyajian data, yaitu penyusunan data dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan uraian tematik untuk memudahkan penarikan makna dan pola. (3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses interpretasi data secara berkelanjutan untuk memperoleh temuan penelitian yang valid dan konsisten. Model analisis ini dipilih karena memungkinkan peneliti melakukan analisis secara sistematis dan berkesinambungan hingga diperoleh kesimpulan yang kredibel.

Penelitian ini dilaksanakan pada November–Desember 2025 di SKA Ampenan. Pemilihan rentang waktu tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu : (1) Periode tersebut menunjukkan aktivitas unggahan yang intensif pada akun Instagram @skaampenan.sdsmp, sehingga memungkinkan pengamatan yang lebih komprehensif terhadap strategi komunikasi digital; (2) Rentang waktu November – Desember 2025 bertepatan dengan berbagai kegiatan institusional dan momentum akhir tahun, yang memengaruhi variasi konten dan tingkat engagement audiens; (3) Terdapat peningkatan interaksi audiens pada periode tersebut, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks adaptasi terhadap perubahan algoritma Instagram. Dengan demikian, pemilihan waktu penelitian ini dinilai representatif untuk menggambarkan praktik aktual pengelolaan komunikasi Humas SKA Ampenan melalui media sosial Instagram.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Humas SKA Ampenan melaksanakan pendistribusian konten melalui tahapan persiapan bahan yang akan diunggah, pengaturan waktu dan frekuensi unggahan, serta optimalisasi penggunaan hastag dan caption. Proses pendistribusian ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh instansi dapat menjangkau audiens secara efektif. Akun Instagram @skaampenan.sdsmp dibentuk pada tahun 2018 dengan menyampaikan informasi terkait berbagai kegiatan SKA Ampenan kepada khalayak luas. Humas SKA Ampenan menetapkan waktu khusus dalam pendistribusian konten agar informasi dapat diterima secara optimal. Humas di SKA Ampenan memiliki peran strategis dalam membangun serta mempertahankan citra positif institusi melalui pengelolaan komunikasi internal dan eksternal yang terencana. Tim Humas yang terdiri dari tiga orang personel menjalankan tugas yang saling melengkapi guna mendukung penyebaran informasi, khususnya melalui media sosial Instagram @skaampenan.sdsmp. Humas merupakan komponen yang hampir selalu terdapat dalam setiap lembaga, khususnya institusi pendidikan, sebagai bagian dari sistem pengelolaan komunikasi (Herlina, 2015). Keberadaan Humas merupakan unsur yang tidak terpisahkan dalam pelaksanaan fungsi komunikasi dalam lembaga pendidikan Hampir setiap institusi memerlukan peran Humas untuk membangun, mengelola, serta mempertahankan citra positif dihadapan publik. Humas di SKA Ampenan terdiri dari tiga orang yang memiliki pembagian tugas dan tanggung jawab masing – masing. Peran tersebut meliputi koordinator publikasi dan perencanaan konten, desainer sekaligus pengelola visual konten, serta administrator media sosial yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan interaksi dengan publik.

Media sosial saat ini berperan sebagai sarana utama dalam proses penyebaran informasi. Platform ini merupakan media daring yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, memanfaatkan, membagikan, serta memberikan tanggapan terhadap berbagai konten yang dihasilkan oleh pengguna, baik dalam teks, gambar, foto, maupun video (Hidayatullah, 2020). Media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam berbagi informasi, berpartisipasi secara aktif, serta menghasilkan konten melalui berbagai platform digital, seperti blog, jejaring sosial, forum diskusi, dan dunia virtual (Rafiq, 2020).

Instagram @skaampenan.sdsmp adalah platform media sosial berbasis visual yang menampilkan konten foto dan video, dengan berbagai fitur interaktif yang mendukung aktivitas komunikasi dan interaksi pengguna, seperti penulisan caption, pemberian tanggapan melalui komentar, serta pengiriman pesan langsung (Sari et al., 2020). Instagram dimanfaatkan oleh Humas SKA Ampenan sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat melalui berbagai bentuk unggahan, seperti *feeds* dan *reels*, guna meningkatkan daya tarik serta kemudahan akses bagi publik. Karakteristik akun Instagram @skaampenan.sdsmp dianalisis berdasarkan jumlah pengikut, intensitas unggahan (*feeds* dan *reels*), penggunaan caption, serta tingkat interaksi pada setiap konten yang dipublikasikan.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas SKA Ampenan terbukti berperan signifikan dalam mendistribusikan informasi yang akurat kepada masyarakat. Hal ini mempermudah publik dalam mengakses informasi serta berbagai kegiatan yang diselenggarakan SKA Ampenan. Pemanfaatan media sosial memungkinkan Humas SKA Ampenan secara aktif menghadirkan konten informatif yang bersifat terbuka bagi masyarakat, guna mendukung kemudahan akses informasi melalui platform digital (Cahyani, 2020). Berdasarkan hasil pengamatan, akun Instagram @skaampenan.sdsmp memiliki 1.206 *followers* dengan peningkatan pada rentang waktu November hingga Desember. Hal ini mencerminkan keberhasilan tim Humas SKA Ampenan dalam mengelola strategi komunikasi digital yang efektif, yang tidak hanya mampu menarik minat publik melalui konten yang relevan dan konsisten, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan citra positif dan perluasan jangkauan komunikasi institusi. Konten yang ditampilkan pada akun Instagram @skaampenan.sdsmp disajikan dalam berbagai format, yaitu *feeds* dan *reels*. Pada periode November hingga Desember 2025, akun Instagram @skaampenan.sdsmp tercatat mempublikasikan sebanyak 40 unggahan *feeds* dan 5 unggahan *reels*. Data interaksi berupa jumlah like, komentar, penyimpanan, pembagian dan posting ulang pada setiap unggahan digunakan sebagai indikator untuk mengukur efektivitas komunikasi publik yang dilakukan oleh Humas SKA Ampenan. Tingginya tingkat interaksi digital mengindikasikan bahwa konten yang dipublikasikan berhasil menarik perhatian audiens sekaligus mendorong keterlibatan aktif masyarakat (H. Y. Huang et al., 2020). Penulisan caption perlu disesuaikan dengan informasi yang akan disampaikan kepada publik agar pesan dapat dipahami secara jelas. Isi caption pada konten informasi publik harus memiliki keterkaitan yang kuat dengan materi visual yang diunggah. Humas SKA Ampenan menerapkan prinsip copywriting untuk menyesuaikan gaya dan isi caption berdasarkan jenis unggahan, serta secara konsisten menggunakan tagar #skaampenan pada setiap postingan Instagram @skaampenan.sdsmp. Berdasarkan hasil penelitian dari bulan November – Desember 2025, akun Instagram @skaampenan.sdsmp telah memiliki 1.206 *followers* dengan total unggahan 1.983 postingan.

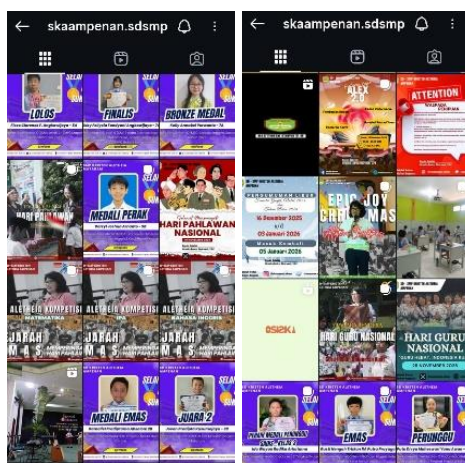
Tabel 1. Jumlah followers, feeds, reels, like, komentar, penyimpanan, bagikan dan posting ulang akun Instagram @skaampenan.sdsmp (November – Desember 2025)

Followers	Feeds	Reels	Like	Komentar	Penyimpanan	Bagikan	Posting Ulang
14	40	5	265	1	4	9	4

Sumber : Humas SKA Ampenan

Selain data kuantitatif berupa jumlah pengikut dan tingkat interaksi, analisis konten visual dilakukan untuk memahami karakteristik pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @skaampenan.sdsmp. Berdasarkan hasil observasi terhadap unggahan periode November – Desember 2025, konten yang dipublikasikan dapat diklasifikasikan ke dalam

tiga kategori utama, yaitu informasi resmi, pembentukan citra positif, dan konten edukatif. Konten informasi resmi ditandai dengan unggahan pengumuman kegiatan sekolah, jadwal akademik, serta informasi administratif yang disajikan dalam format visual formal dengan dominasi teks informatif. Konten citra positif menampilkan dokumentasi kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan aktivitas kelembagaan yang dikemas secara visual menarik untuk membangun persepsi positif publik terhadap SKA Ampenan. Sementara itu, konten edukatif disajikan melalui unggahan yang bersifat informatif dan ringan, seperti dokumentasi kegiatan pembelajaran dan pesan edukatif yang relevan dengan siswa dan orang tua. Analisis visual terhadap unggahan menunjukkan bahwa konten citra positif dan edukatif cenderung memperoleh tingkat interaksi yang lebih tinggi dibandingkan konten informasi resmi. Hal ini menunjukkan bahwa audiens Instagram @skaampenan.sdsmp lebih responsif terhadap konten visual yang bersifat human interest dan naratif dibandingkan konten yang bersifat administratif.



Gambar 1. Tangkapan layar yang menggambarkan membangun citra positif  
(November – Desember 2025)

Sumber : Instagram @skaampenan.sdsmp

### **Konten Media Sosial Instagram @skaampenan.sdsmp**

Humas SKA Ampenan memiliki tanggung jawab utama untuk mengelola publikasi dan menyusun berbagai konten informasi yang akan disampaikan kepada publik. Divisi ini memainkan peran penting dalam mendukung transparansi informasi publik melalui pemilihan media yang tepat. Dalam pelaksanaannya, tim Humas SKA Ampenan berperan aktif dalam menghasilkan konten yang informatif dan menarik, menyesuaikan materi dengan peristiwa terkini dan momentum hari libur besar untuk memastikan tetap relevan dan kontekstual. Semua konten yang dihasilkan telah disusun berdasarkan jadwal dan perencanaan konten yang telah ditentukan, sehingga proses publikasi melalui akun Instagram @skaampenan.sdsmp dapat berjalan secara teratur, konsisten, dan tepat sasaran. Lebih lanjut, penyusunan konten informasi publik dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan informasi publik serta karakteristik audiens dan platform yang digunakan, untuk mencapai efektivitas komunikasi yang optimal (G. Huang, 2020).

Konten yang diproduksi oleh Humas SKA Ampenan bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh berbagai informasi terkait kegiatan dan profil sekolah. Melalui akun Instagram @skaampenan.sdsmp, masyarakat dapat mengakses informasi dengan cepat dan efisien, sekaligus mengajukan pertanyaan mengenai informasi yang belum dipahami atau kegiatan yang sedang berlangsung. Hal ini mencerminkan upaya transparansi dan keterbukaan informasi kepada masyarakat. Konten informasi disajikan dalam bentuk feed dan reel agar penyampaian pesan lebih menarik, interaktif, dan mudah

diakses oleh pengguna. Semua data yang digunakan dalam penyusunan konten telah melalui proses riset untuk memastikan relevansi, keakuratan, dan kredibilitas informasi. Selain itu, pengelolaan konten dilakukan secara berkelanjutan dengan memperhatikan konsistensi kualitas, frekuensi unggahan, dan kejelasan pesan, sehingga komunikasi publik dapat berjalan efektif dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tetap terjaga (Hamzah, R. E., & Putri, 2021).

Setiap konten yang dipublikasikan oleh Humas SKA Ampenan disusun menggunakan teknik penulisan iklan yang direncanakan secara sistematis. Perencanaan ini bertujuan untuk membuat pesan lebih menarik, terfokus, dan selaras dengan tujuan komunikasi lembaga. Penerapan penulisan iklan terstruktur telah terbukti meningkatkan daya tarik konten dan efektivitas penyampaian informasi kepada audiens. Informasi tentang kegiatan SKA Ampenan disajikan melalui template yang menggabungkan dokumentasi visual berupa foto kegiatan dengan keterangan informatif, sehingga publik memperoleh gambaran visual yang komprehensif dan penjelasan tertulis. Presentasi ini memudahkan publik untuk memahami rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan cara yang lebih jelas dan menarik. Instagram sebagai platform media sosial juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, menjadikannya media yang relevan untuk mendukung penyebaran informasi publik (Priadana, A., & Murdiyanto, 2020). Pertumbuhan Instagram yang pesat mencerminkan tingginya minat serta partisipasi pengguna di berbagai belahan dunia. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai salah satu media yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi serta pelaksanaan komunikasi publik secara luas.

### **Strategi Komunikasi Humas Digital dalam Optimalisasi Engagement Media Sosial Instagram @skaampenan.sdsmp.**

Humas SKA Ampenan secara aktif mengoptimalkan penggunaan Instagram @skaampenan.sdsmp sebagai bagian dari strategi komunikasinya di era digital. Platform ini digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Instagram dipilih karena karakteristik visual dan interaktifnya, yang memungkinkan penyampaian pesan yang lebih menarik dan mudah dipahami. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram berpotensi meningkatkan efektivitas komunikasi lembaga pendidikan melalui pesan yang kreatif dan komunikatif (Sari et al., 2020).

Upaya Humas SKA Ampenan untuk mengoptimalkan penggunaan akun Instagram @skaampenan.sdsmp berfokus pada dua aspek utama menciptakan konten yang menarik dan memanfaatkan fitur platform secara strategis. Konten disajikan melalui desain visual yang estetik dan bahasa yang komunikatif untuk memastikan mudah dipahami oleh audiens, khususnya generasi muda. Selain itu, fitur Reels dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui video pendek yang informatif (M. A. Maulana, 2025).

Jenis informasi yang dibagikan oleh Humas SKA Ampenan terdiri dari tiga kategori utama, yaitu: (1) Informasi resmi SKA Ampenan, termasuk pengumuman kegiatan, jadwal, dan peraturan; (2) Informasi yang membentuk citra positif, termasuk prestasi siswa dan penghargaan; dan (3) Informasi pendidikan, termasuk tips belajar dan ulasan kegiatan sehari-hari. Jenis konten ini tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan publik. Kesuksesan lembaga publik di media sosial ditentukan oleh kemampuannya menggabungkan data faktual dengan nilai-nilai sosial yang resonan dengan audiens.

Keberhasilan penyebaran informasi oleh Humas SKA Ampenan tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi juga dari tingkat interaksi yang dihasilkan. Partisipasi audiens dapat dilihat melalui indikator seperti jumlah suka, komentar, dan berbagi pada setiap unggahan sebagai cerminan daya tarik konten bagi publik. Hal ini sejalan dengan Teori

Penggunaan dan Kepuasan, yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media dan konten yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Oleh karena itu, optimasi media sosial oleh Humas SKA Ampenan tidak hanya dinilai secara kuantitatif, tetapi juga melalui kualitas hubungan komunikatif yang dibangun dengan publik. Secara umum, strategi digital yang diterapkan menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan penyebaran informasi publik dan membangun citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang terbuka dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Artha & Santoso, 2025).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun akun Instagram @skaampenan.sdsmp memiliki jumlah pengikut yang relatif stabil dan tingkat interaksi berupa likes cukup konsisten, partisipasi audiens dalam bentuk komentar dan umpan balik langsung masih tergolong rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar audiens berperan sebagai penerima pasif dalam proses komunikasi digital. Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*), yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan yang ingin dipenuhi, seperti kebutuhan informasi, hiburan, dan kemudahan akses. Dalam konteks akun Instagram @skaampenan.sdsmp, audiens cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi secara cepat tanpa kebutuhan untuk terlibat lebih jauh dalam bentuk interaksi dua arah. Preferensi audiens untuk menjadi penerima pasif juga dipengaruhi oleh karakteristik konten institusional yang bersifat informatif dan formal. Meskipun konten tersebut memenuhi kebutuhan informasi audiens, konten belum sepenuhnya mendorong kebutuhan interaksi sosial yang menjadi salah satu elemen utama dalam komunikasi dua arah di media sosial. Hal ini menjelaskan mengapa tingkat likes relatif lebih tinggi dibandingkan komentar atau partisipasi aktif lainnya.

### **Kendala yang Dihadapi Humas SKA Ampenan dalam Menyebarkan Informasi Melalui Media Sosial Instagram @skaampenan.sdsmp**

Perubahan algoritma Instagram menjadi tantangan signifikan bagi Humas SKA Ampenan karena memengaruhi jangkauan unggahan secara tidak konsisten. Dengan keterbatasan sumber daya manusia yang hanya terdiri dari tiga orang personel, strategi mitigasi dilakukan melalui optimalisasi teknis yang bersifat praktis dan adaptif. Tim Humas SKA Ampenan melakukan penyesuaian dengan memanfaatkan fitur reels yang dinilai lebih diprioritaskan oleh algoritma Instagram, serta menjaga konsistensi waktu unggahan agar konten memiliki peluang jangkauan yang lebih luas. Selain itu, penggunaan tagar yang relevan dan penyesuaian gaya caption dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan audiens secara organik. Keterbatasan jumlah personel menyebabkan pengelolaan media sosial dilakukan secara multitasking, di mana setiap anggota humas merangkap beberapa fungsi sekaligus, seperti perencanaan konten, produksi visual, dan pengelolaan interaksi. Meskipun demikian, strategi ini memungkinkan Humas SKA Ampenan tetap mempertahankan keberlangsungan komunikasi publik secara efektif di tengah keterbatasan sumber daya dan dinamika algoritma digital.

Dalam proses penyebaran informasi publik melalui Instagram, Humas SKA Ampenan menghadapi beberapa tantangan struktural dan teknis. Salah satu kendala utama adalah sifat dinamis dan tidak terduga dari algoritma Instagram, yang memengaruhi visibilitas unggahan di beranda pengguna. Kondisi ini mengakibatkan konten informatif tidak selalu mencapai jangkauan optimal. Perubahan algoritma media sosial secara langsung memengaruhi distribusi konten dan mengharuskan pengelola media untuk terus menyesuaikan strategi komunikasi agar tetap relevan. Oleh karena itu, Humas SKA Ampenan perlu secara teratur memantau dan menganalisis kinerja unggahan melalui fitur wawasan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi.

Tantangan lain yang dihadapi oleh Humas SKA Ampenan berkaitan dengan karakteristik audiens di ruang digital, khususnya rentang perhatian pengguna internet yang relatif pendek. Pengguna Instagram cenderung lebih tertarik pada informasi yang disajikan secara ringkas, mudah, dan visual dibandingkan dengan narasi formal yang panjang. Kondisi ini mengharuskan Humas SKA Ampenan untuk menyampaikan informasi penting secara ringkas dan efektif dalam durasi yang terbatas tanpa mengurangi substansi pesan. Selain berfungsi sebagai media komunikasi, media sosial juga berfungsi sebagai sarana hiburan, sehingga konten yang kaku dan terlalu formal cenderung kurang menarik, terutama bagi generasi muda (Husna & Rianto, 2021). Selain tantangan teknis, Humas SKA Ampenan juga harus menyeimbangkan citra lembaga yang formal dan institusional dengan gaya komunikasi yang lebih hangat dan informal. Dalam konteks ini, Humas SKA Ampenan dituntut untuk menjaga otoritas dan kredibilitas institusi. Mereka juga harus menyesuaikan diri dengan tren bahasa serta pola komunikasi digital yang disukai oleh generasi muda. Lembaga pendidikan perlu bersikap fleksibel terhadap preferensi audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik tanpa mengabaikan profesionalisme institusi.

Keterbatasan sumber daya manusia menjadi salah satu kendala dalam pengelolaan media sosial SKA Ampenan. Tidak semua staf memiliki kompetensi teknis yang cukup, seperti kemampuan desain grafis, penulisan konten, dan analisis data digital. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang teknologi komunikasi digital diperlukan. Hal ini agar organisasi dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih baik sebagai sarana penyebaran informasi public (Ningsih & Dyatmika, 2021). Tanpa dukungan SDM yang kompeten, komunikasi digital tidak berkelanjutan dan tidak mampu bersaing di lingkungan media sosial yang berkembang dinamis dan berubah dengan cepat. Tantangan terakhir yang dihadapi adalah rendahnya tingkat partisipasi publik dalam memberikan umpan balik terhadap konten yang dipublikasikan. Sebagian besar audiens cenderung bersikap pasif sebagai penerima informasi. Mereka tidak terlibat secara aktif melalui komentar atau berbagi konten. Padahal, keterlibatan audiens secara aktif adalah indikator penting keberhasilan komunikasi dua arah di media social (Studi et al., 2025). Oleh karena itu, Humas SKA Ampenan perlu meningkatkan strategi interaksi publiknya, seperti untuk mendorong publik berinteraksi lebih aktif dengan akun resmi SKA Ampenan yaitu @skaampenan.sdsmp.

## **PENUTUP**

Pengelolaan media sosial Instagram @skaampenan.sdsmp oleh Humas SKA Ampenan menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital secara strategis dapat mendukung transparansi informasi dan interaksi yang lebih baik antara lembaga pendidikan dan publik. Keberhasilan ini tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi juga kualitas interaksi serta relevansi konten yang disampaikan.

Meskipun ada banyak halangan, seperti aturan yang sering berubah, kurangnya staf, dan selera pendengar yang berbeda-beda, Humas SKA Ampenan berhasil membuat rencana komunikasi digital yang lebih baik dengan konten yang dipikirkan dengan matang, dilakukan secara teratur, dan memberikan informasi yang bermanfaat.

Sebagai rekomendasi, SKA Ampenan perlu terus meningkatkan kompetensi SDM melalui pelatihan desain grafis, penulisan kreatif, dan analisis digital, serta mendorong partisipasi publik melalui konten interaktif. Dengan demikian, komunikasi dua arah dapat ditingkatkan, citra positif lembaga terjaga, dan tujuan pendidikan serta penyebaran informasi publik dapat tercapai secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., & Rohmatillah, L. (2025). *Optimalisasi Media Digital untuk Promosi Pendidikan di SD Negeri Kedawung 2 , Kuripan – Probolinggo. 11*, 104–111.
- Artha, K. C. D., & Santoso, H. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik. *Jurnal Professional, 12*(1), 109–116.
- Athifah, F. K. N., & Novita, S. (2024). Strategi Humas Jawa Barat dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 2024*.
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya Dalam Melayani Dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 10*(1), 1–18. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Dewi, F. I. R., & Sari, M. P. (2022). *Motivation for Instagram use, passive Instagram use and fear of missing out (FoMO)*.
- Erland, R., & Eka, C. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat , Jakarta Selatan. 1*(1), 12–20.
- Fahreza, I., Nasution, L. A., & Anggraini, S. (2021). *MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SEKOLAH. 1*(2), 82–87.
- Firdaus, R. (2023). *Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan di SMP Plus Cordova Banyuwangi. 2*(1).
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan*. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang. 4*(3), 493. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Hidayatullah, S. (2020). *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*.
- Huang, G. (2020). *Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects*.
- Huang, H. Y., Lin, Y. C. D., Li, J., Huang, K. Y., Shrestha, S., Hong, H. C., Tang, Y., Chen, Y. G., Jin, C. N., Yu, Y., Xu, J. T., Li, Y. M., Cai, X. X., Zhou, Z. Y., Chen, X. H., Pei, Y. Y., Hu, L., Su, J. J., Cui, S. D., ... Huang, H. Da. (2020). Mirtarbase 2020: Updates To The Experimentally Validated Microrna-Target Interaction Database. *Nucleic Acids Research, 48*(D1), D148–D154. <https://doi.org/10.1093/nar/gkz896>
- Husna, A. N., & Rianto, P. (2021). Membaca Komentar di Media Sosial Sebagai Hiburan. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik, 1*(1), 29–40. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art3>
- Komunikasi, D. A. N., & Sari, W. (2020). *Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan. 24*(1). <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1>
- Kurniati, Munir, M., Hamidah, L., & Rizky, A. S. (2020). *Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks. 5*(1), 78–95.
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2020). Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna, VI*(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493>

- Maulana, A., Afghan, M., & Rynaldi, D. (2019). Pengaruh Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Mahasiswa. *Jurnal Kajian Media*, 65–72.
- Maulana, M. A. (2025). *Penerapan Strategi Pemasaran Instagram Dalam Meningkatkan Engagement Dan Brand Awareness Oleh Indibiz, Yogyakarta Di PT Telkom Indonesia*.
- Ningsih, F. W., & Dyatmika, T. (2021). Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Teknologi Komunikasi Media Sosial di Era Milenial Desa Kampil. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 2(4), 313–320. <https://doi.org/10.36596/jpkmi.v2i4.225>
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). *Instagram Hashtag Trend Monitoring Using Web Scraping*.
- Putri, Agustina; Hariyati, N. (2023). Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada Madrasah Aliyah Negeri 2 Di Rembang). *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 11, 1–23. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/67108>
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. CV Saba Jaya Publisher.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Jurnal Global Komunika*. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis strategi humas Diskominfo Kota Bogor dalam mengelola media sosial Instagram@ kominfobogor. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6, 2023.
- Sari, R. N., Yuli, T., & Siswono, E. (2020). *Mathedunesa Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Berbasis Media Sosial Instagram Pada Materi Lingkaran Di SMP*. 9(1).
- Selma, A., Batubara, S., & Dewi, R. (2024). *Strategi Humas BPSDM Provinsi Jawa Barat Dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @ bpsdmjabar*. 2(December), 53–62.
- Studi, P., Feb, M., Kediri, U. N. P., Riyadi, D., Ar-ramadhani, A. D. P., Sowondo, F., & Daniel, A. (2025). *Strategi Promosi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Jenaka Cafe Dengan Menggunakan Metode Pendekatan Social Media Optimization ( SMO )*. 4, 1722–1728.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Interpretif, Interaktif dan Konstruktif*.
- Yulina, A., Ningsih, W., Halim, A., & Indra, I. (2021). Kualitas Pelayanan dalam Mewujudkan Hubungan yang Harmonis Antara Pemerintah dan Masyarakat. *Jurnal Pelayanan Publik*, 1(2), 292–295.
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEHUMASAN THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AS A DIGITAL*. 3(1), 26–39.