

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SPBU PERTAMINA MELALUI PERENCANAAN KONTEN EDITORIAL: STUDI PADA VISI AGIA GLOBAL

Sylvania Lucky Bahar ^{a*)}, Aceng Hidayat ^{a)}

^{a)} IPB University, Bogor, Indonesia

^{*)}e-mail korespondensi: sylvaniaabahar@apps.ipb.ac.id

Article history: received 01 December 2025; revised 12 December 2025; accepted 04 Januari 2026 DOI : <https://doi.org/10.33751/jmp.v14i1.13236>

Abstrak. Perkembangan media sosial telah mendorong organisasi layanan publik untuk mengelola komunikasi digital secara lebih terstruktur dan strategis, termasuk dalam konteks SPBU Pertamina sebagai penyedia layanan publik energi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan konten editorial dalam pengelolaan media sosial @spbpertamina dengan meninjau perancangan pesan dan pengelolaan interaksi audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang dilaksanakan melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Visi Agia Global sebagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan media sosial SPBU Pertamina. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang dianalisis dengan mengacu pada McGuire's Message Processing Model sebagai landasan teoretis utama serta The Circular Model of SOME sebagai kerangka operasional pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan konten editorial dilakukan secara sistematis melalui penyusunan kalender editorial, penentuan tema, pemilihan format, penjadwalan publikasi, dan evaluasi konten, yang dirancang untuk mendukung tahapan pemrosesan pesan audiens. Selain itu, pengelolaan interaksi audiens dilaksanakan secara terstruktur dan berkelanjutan melalui siklus share, optimize, manage, dan engage. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi perencanaan pesan berbasis pemrosesan kognitif audiens dan pengelolaan media sosial secara siklikal berkontribusi terhadap efektivitas komunikasi digital SPBU Pertamina sebagai layanan publik energi.

Kata Kunci: Komunikasi Digital; McGuire's Message Processing Model; Perencanaan Konten Editorial; SPBU Pertamina.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT STRATEGY OF PERTAMINA FUEL STATIONS THROUGH EDITORIAL CONTENT PLANNING: A STUDY AT VISI AGIA GLOBAL

Abstract. The development of social media has encouraged public service organizations to manage digital communication in a more structured and strategic manner, including Pertamina fuel stations as providers of public energy services. This study aims to analyze editorial content planning in the management of the @spbpertamina social media account by examining message design and audience interaction management. This research adopts a qualitative descriptive approach conducted through an internship program at PT Visi Agia Global, the agency involved in managing Pertamina fuel station social media. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using McGuire's Message Processing Model as the primary theoretical framework and the Circular Model of SOME as a supporting operational framework. The findings indicate that editorial content planning is carried out systematically through the preparation of editorial calendars, theme determination, content format selection, publication scheduling, and content evaluation, which are designed to support the stages of audience message processing. In addition, audience interaction management is implemented in a structured and continuous manner through the cycle of share, optimize, manage, and engage. This study concludes that the integration of cognitively oriented message planning and cyclical social media management contributes to the effectiveness of Pertamina fuel stations' digital communication as a public energy service.

Keywords: Editorial Content Planning; Digital Communication; McGuire's Message Processing Model; Pertamina Fuel Stations.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental cara perusahaan berkomunikasi dengan publik, khususnya dalam sektor layanan publik seperti SPBU Pertamina. Media sosial kini menjadi platform utama dalam menjangkau masyarakat secara luas serta menyediakan informasi yang cepat dan transparan. Indonesia mencatat sebanyak 167 juta pengguna

aktif media sosial pada tahun 2024, yang menunjukkan potensi besar media sosial sebagai sarana komunikasi perusahaan (DataReportal, 2024). Kebutuhan publik akan informasi yang relevan dan responsif selama jam operasional kerja menuntut pengelolaan media sosial yang sistematis dan strategis. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial SPBU Pertamina perlu dilakukan melalui perencanaan yang matang dan berbasis pendekatan komunikasi yang terstruktur. Penelitian ini hadir untuk mengkaji strategi pengelolaan tersebut secara komprehensif.

Pengelolaan media sosial @spbupertamina dilakukan dengan dukungan PT. Visi Agia Global (VAG), sebuah perusahaan konsultan yang bergerak di bidang marketing, media, dan komunikasi. VAG berfokus pada riset pasar, pengembangan branding konsultasi komunikasi strategis, serta perencanaan strategi digital. Dalam konteks pengelolaan media sosial, VAG berperan dalam perancangan konten, penyusunan kalender editorial, serta pengelolaan interaksi publik berdasarkan analisis audiens dan kebutuhan komunikasi. Pendekatan ini memungkinkan penyampaian pesan yang terstruktur, konsisten, dan responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat. Keakuratan dan konsistensi pesan menjadi aspek penting karena layanan SPBU Pertamina berkaitan langsung dengan aktivitas dan kebutuhan harian publik. Dengan demikian, konteks kerja VAG menjadi relevan untuk dikaji sebagai praktik strategis komunikasi digital.

Pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya dituntut untuk menarik perhatian, tetapi juga harus dapat dipahami, diterima, dan direspon oleh audiens. Dalam konteks tersebut, *McGuire's Message Processing Model* digunakan sebagai landasan teoretis utama untuk menjelaskan tahapan kognitif audiens dalam memproses pesan, mulai dari perhatian, pemahaman, penerimaan, retensi, hingga tindakan (McGuire, 1985). Meskipun *McGuire's Message Processing Model* pertama kali dikemukakan pada tahun 1985, model ini masih digunakan sebagai teori dasar dalam kajian komunikasi karena mampu menjelaskan tahapan kognitif audiens secara sistematis, serta relevan untuk menganalisis efektivitas pesan dalam konteks media digital kontemporer. Model ini relevan dengan karakter media sosial yang dipenuhi oleh arus informasi yang kompetitif. Desain pesan yang tidak terstruktur berpotensi gagal melewati tahapan pemrosesan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan model McGuire membantu menjelaskan bagaimana pesan komunikasi dirancang agar efektif. Dengan dasar ini, teori McGuire menjadi fondasi konseptual utama dalam penelitian ini.

Perencanaan konten editorial menjadi elemen penting dalam memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan selaras dengan karakteristik audiens. Proses perencanaan mencakup penentuan tema, penjadwalan publikasi, pemilihan format konten, serta evaluasi efektivitas pesan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perencanaan konten yang didasarkan pada pemahaman proses kognitif audiens dapat meningkatkan efektivitas komunikasi digital dan keterlibatan pengguna (Chung, 2020). Dalam konteks SPBU Pertamina, perencanaan konten diperlukan untuk menjaga konsistensi pesan terkait layanan, edukasi energi, dan transparansi informasi. Pengelolaan editorial yang tepat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas komunikasi dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, editorial content planning menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Selain aspek pemrosesan pesan, efektivitas komunikasi digital juga ditentukan oleh bagaimana interaksi dengan audiens dikelola secara berkelanjutan. Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola akun dan publik. *The Circular Model of SOME* menjelaskan pengelolaan media sosial sebagai suatu siklus berkelanjutan yang mencakup empat elemen utama, yaitu *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*, yang digunakan untuk menganalisis proses distribusi konten, pengelolaan interaksi, serta keterlibatan audiens secara berkesinambungan (Luttrell, 2015). Model ini digunakan sebagai kerangka operasional untuk memahami praktik pengelolaan media sosial secara sistematis. Setiap elemen dalam model SOME menggambarkan tahapan kerja yang saling berhubungan dalam siklus komunikasi digital. Dalam penelitian ini, model SOME berfungsi sebagai pendukung teori utama untuk menganalisis praktik pengelolaan interaksi audiens.

Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan konten dan pengelolaan keterlibatan audiens. Studi pada sektor layanan publik dan pendidikan menunjukkan bahwa strategi *content planning* yang diimbangi dengan manajemen *engagement* mampu meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi (Safitri et al., 2023; Yunita & Pratama, 2022). Selain itu, penelitian di sektor energi dan industri menunjukkan bahwa elemen interaktif seperti *call-to-action*, penggunaan *hashtag*, dan respons audiens memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan publik (Hässig et al., 2021). Namun, kajian yang secara khusus membahas pengelolaan media sosial SPBU sebagai layanan publik energi masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam dalam konteks tersebut.

Keterbatasan penelitian sebelumnya terlihat pada minimnya kajian yang mengintegrasikan pendekatan kognitif pemrosesan pesan dengan kerangka kerja operasional pengelolaan media sosial. Sebagian besar studi masih berfokus pada sektor jasa umum atau perusahaan komersial tanpa menyoroti karakteristik layanan publik energi seperti SPBU. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan kajian dengan mengintegrasikan *McGuire's Message Processing Model* sebagai teori utama dan *The Circular Model of SOME* sebagai kerangka operasional pendukung. Pendekatan integratif ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap strategi komunikasi digital SPBU Pertamina. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai akademik dan praktis yang signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi perencanaan konten editorial dalam pengelolaan media sosial SPBU Pertamina berdasarkan tahapan pemrosesan pesan menurut McGuire. Selain itu, penelitian ini menganalisis pengelolaan interaksi audiens melalui perspektif *The Circular Model of SOME* yang mencakup proses berbagi, optimasi, manajemen, dan keterlibatan audiens. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang menyeluruh terhadap praktik komunikasi digital yang

diterapkan. Penelitian juga mengkaji tantangan dan solusi yang dihadapi dalam pengelolaan media sosial layanan publik energi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik komunikasi digital.

Secara empiris, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana SPBU Pertamina dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik melalui komunikasi digital yang terstruktur dan responsif. Dalam konteks tuntutan publik akan informasi yang cepat dan tepat, integrasi antara perencanaan pesan dan pengelolaan *engagement* memberikan kerangka kerja yang efektif. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi entitas layanan publik lain dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih efektif dan adaptif. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan kualitas komunikasi digital di sektor energi.

Mengingat kompleksitas komunikasi di sektor energi dan keanekaragaman audiens, penelitian ini memiliki relevansi yang kuat baik secara akademik maupun praktis. Kajian ini tidak hanya menawarkan gambaran deskriptif tetapi juga analisis strategis terhadap dinamika komunikasi digital SPBU Pertamina. Hasil penelitian diharapkan menjadi pijakan dalam merumuskan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif, profesional, dan berkelanjutan. Penelitian ini juga membuka jalur untuk studi lebih lanjut mengenai komunikasi digital di layanan publik energi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat pemahaman dan praktik komunikasi digital yang efektif.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami strategi pengelolaan media sosial @spbupertamina melalui perencanaan konten editorial. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena komunikasi digital secara mendalam dan kontekstual (Creswell, 2018). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan praktik penyusunan pesan, pengelolaan interaksi, serta penerapan teori komunikasi dalam strategi digital. Fokus penelitian diarahkan pada proses perencanaan konten dan pengelolaan interaksi audiens. Analisis dilakukan dengan mengacu pada *McGuire's Message Processing Model* sebagai landasan teoretis utama serta *The Circular Model of SOME* sebagai kerangka operasional. Dengan demikian, pendekatan penelitian ini sesuai dengan tujuan untuk memahami proses komunikasi secara komprehensif.

Penelitian dilaksanakan di PT. Visi Agia Global (VAG) sebagai perusahaan konsultan yang mengelola media sosial SPBU Pertamina. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama empat bulan. Kondisi ini memungkinkan peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap alur kerja tim Social Media Specialist. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan partisipasi aktif dalam proses perencanaan, produksi, serta evaluasi konten. Informan penelitian meliputi Managing Director, Campaign Manager, Graphic Designer, dan Social Media Specialist. Pendekatan ini memastikan data yang diperoleh relevan dengan konteks penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder yang saling melengkapi. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, serta partisipasi aktif peneliti dalam kegiatan operasional pengelolaan media sosial. Data sekunder meliputi arsip konten media sosial, kalender editorial, laporan performa konten, serta literatur akademik yang relevan. Instrumen penelitian mencakup pedoman wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi digital. Penggunaan berbagai sumber data memungkinkan penerapan triangulasi untuk meningkatkan kredibilitas temuan (Miles et al., 2020). Dengan demikian, data yang dianalisis memiliki tingkat keandalan yang memadai.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi, kategorisasi, dan interpretasi data sesuai pendekatan kualitatif deskriptif. Data dianalisis dengan memetakan temuan lapangan ke dalam tahapan *McGuire's Message Processing Model* serta elemen *Share, Optimize, Manage, dan Engage* dalam *The Circular Model of SOME*. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola strategi komunikasi dan pengelolaan interaksi audiens. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode serta *member checking* dengan informan. Proses analisis dilakukan secara berulang hingga diperoleh kesimpulan yang akurat dan berbasis data. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan media sosial @spbupertamina merupakan bagian integral dari strategi komunikasi digital, yang digunakan untuk menyampaikan informasi layanan publik energi kepada masyarakat secara luas dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil PKL, aktivitas pengelolaan media sosial tidak hanya berfokus pada produksi konten visual dan teks, tetapi juga melibatkan perencanaan pesan dan pengelolaan interaksi yang disusun secara sistematis. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi layanan, edukasi publik, serta penguatan konsistensi pesan institusional yang berkaitan langsung dengan operasional SPBU Pertamina. Proses pengelolaan tersebut dilaksanakan melalui pendekatan editorial content planning, yang dirancang untuk menyesuaikan pesan dengan kebutuhan informasi masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan setiap pesan memiliki tujuan komunikasi yang jelas, serta disampaikan melalui format yang sesuai dengan karakteristik audiens media sosial. Dengan demikian, pengelolaan media sosial tidak diposisikan sebagai aktivitas teknis semata, melainkan sebagai bagian dari strategi komunikasi layanan publik energi.

Pembahasan hasil penelitian ini disusun dengan mengacu pada kerangka teori komunikasi, yang relevan dengan praktik pengelolaan media sosial dalam konteks layanan publik SPBU Pertamina. *McGuire's Message Processing Model* digunakan sebagai landasan utama, untuk menganalisis bagaimana pesan dirancang agar dapat diproses secara kognitif oleh audiens

(McGuire, 1985). Sementara itu, *The Circular Model of SOME* digunakan sebagai kerangka pendukung, untuk menjelaskan siklus pengelolaan media sosial secara operasional dan berkelanjutan (Luttrell, 2015). Analisis dilakukan secara deskriptif, berdasarkan hasil observasi, partisipasi aktif, serta wawancara selama kegiatan PKL. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengaitkan temuan empiris dengan konsep teoretis secara kontekstual, tanpa mengandalkan asumsi di luar data lapangan. Dengan demikian, pembahasan difokuskan pada praktik pengelolaan media sosial yang benar-benar diterapkan dalam konteks SPBU Pertamina.

A. Perencanaan Konten Editorial dalam Pengelolaan Media Sosial @spbupertamina

Perencanaan konten editorial dalam pengelolaan media sosial @spbupertamina menunjukkan adanya keterkaitan erat antara strategi komunikasi digital dan karakter layanan publik energi. Berdasarkan hasil PKL, perencanaan konten dilakukan secara sistematis untuk memastikan pesan yang disampaikan relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat. Setiap tahap perencanaan dirancang agar sejalan dengan fungsi SPBU Pertamina sebagai penyedia layanan publik. Pendekatan ini membantu menjaga konsistensi komunikasi di tengah tingginya arus informasi digital. Perencanaan editorial tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga pada tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Dalam konteks layanan publik, kejelasan dan akurasi pesan menjadi prioritas utama. Dengan demikian, perencanaan konten editorial berperan sebagai fondasi strategi komunikasi SPBU Pertamina.

Penyusunan kalender editorial menjadi langkah awal dalam proses perencanaan konten media sosial @spbupertamina. Kalender editorial berfungsi sebagai panduan dalam menentukan tema, format, dan waktu publikasi konten. Berdasarkan hasil PKL, penyusunan kalender dilakukan melalui koordinasi internal tim pengelola media sosial. Setiap konten dirancang untuk mendukung tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Pendekatan ini memungkinkan pengelolaan konten berjalan secara terencana dan berkelanjutan. Dalam konteks SPBU Pertamina, kalender editorial membantu memastikan konsistensi informasi layanan. Dengan demikian, kalender editorial berperan sebagai alat kontrol strategis dalam pengelolaan media sosial.

Tema konten yang direncanakan mencerminkan kebutuhan informasi publik terkait layanan SPBU Pertamina. Berdasarkan hasil observasi selama PKL, tema konten mencakup informasi layanan, edukasi publik, dan pesan informatif terkait operasional SPBU. Pemilihan tema dilakukan untuk menjaga relevansi pesan dengan pengalaman sehari-hari masyarakat. Konten edukatif disusun untuk meningkatkan pemahaman publik terhadap layanan energi. Sementara itu, konten informatif diarahkan untuk memberikan kejelasan dan transparansi layanan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa perencanaan tema tidak dilakukan secara acak. Dengan demikian, tema konten menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi SPBU Pertamina.

Pemilihan format konten disesuaikan dengan karakteristik platform media sosial yang digunakan oleh @spbupertamina. Berdasarkan hasil PKL, variasi format seperti visual statis dan video pendek digunakan untuk menjaga ketertarikan audiens. Pemilihan format mempertimbangkan kemudahan pemahaman pesan oleh masyarakat. Setiap format dirancang agar mendukung penyampaian informasi layanan secara efektif. Caption disusun dengan bahasa informatif dan tidak ambigu. Pendekatan ini membantu audiens memahami pesan tanpa memerlukan interpretasi tambahan. Dengan demikian, format konten menjadi sarana pendukung efektivitas pesan komunikasi.

Penjadwalan publikasi konten menjadi bagian penting dalam perencanaan editorial media sosial @spbupertamina. Waktu unggah konten ditentukan berdasarkan pola aktivitas audiens yang diamati selama pengelolaan akun. Konten dipublikasikan secara konsisten sesuai jadwal yang telah ditetapkan dalam kalender editorial. Konsistensi waktu unggah membantu meningkatkan peluang konten untuk dilihat audiens. Selain itu, penjadwalan yang teratur memudahkan koordinasi kerja tim pengelola. Dalam konteks layanan publik, konsistensi publikasi mendukung keandalan informasi. Dengan demikian, penjadwalan konten berkontribusi terhadap kualitas komunikasi digital.

Evaluasi konten dilakukan untuk menilai efektivitas pesan yang telah dipublikasikan kepada audiens, serta untuk memastikan kesesuaian pesan dengan tujuan komunikasi SPBU Pertamina. Berdasarkan hasil PKL, evaluasi mencakup pengamatan terhadap respons audiens dan performa konten. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dalam perencanaan konten berikutnya. Proses ini menunjukkan bahwa perencanaan editorial bersifat dinamis dan adaptif. Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan selama periode PKL berlangsung. Pendekatan ini membantu pengelola menyesuaikan strategi komunikasi dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, evaluasi menjadi bagian integral dari siklus perencanaan konten editorial.

Secara keseluruhan, perencanaan konten editorial dalam pengelolaan media sosial @spbupertamina menunjukkan praktik komunikasi digital yang terstruktur dan strategis. Setiap tahap perencanaan saling berkaitan dalam mendukung penyampaian pesan layanan publik. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berorientasi pada kuantitas konten. Perencanaan diarahkan pada kualitas pesan dan efektivitas penyampaian informasi. Dalam konteks SPBU Pertamina, perencanaan editorial membantu membangun kepercayaan publik. Praktik ini sejalan dengan tuntutan komunikasi layanan publik yang transparan dan konsisten. Dengan demikian, perencanaan konten editorial berkontribusi langsung terhadap kualitas komunikasi SPBU Pertamina.

B. Strategi Perencanaan Pesan Berdasarkan McGuire's Message Processing Model

Strategi perencanaan pesan dalam pengelolaan media sosial @spbupertamina analisis menggunakan McGuire's Message Processing Model sebagai kerangka konseptual utama, karena model ini menjelaskan proses kognitif audiens dalam menerima pesan secara bertahap dan berurutan (McGuire, 1985). Penerapan model ini relevan dalam konteks layanan publik energi, karena informasi yang disampaikan berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Berdasarkan hasil PKL, perancangan pesan tidak dilakukan secara intuitif, melainkan melalui pertimbangan tahapan pemrosesan pesan audiens. Setiap konten disusun agar mampu melewati tahapan perhatian, pemahaman, penerimaan, retensi, hingga respons. Pendekatan ini menunjukkan bahwa

strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada estetika visual, tetapi juga pada efektivitas pesan. Dengan demikian, McGuire's Message Processing Model memberikan dasar analitis yang kuat untuk memahami praktik perencanaan pesan di SPBU Pertamina. Model ini membantu menjembatani teori komunikasi dengan praktik pengelolaan media sosial layanan publik.

Tahap perhatian menjadi fokus awal dalam perancangan pesan media sosial @spbupertamina, karena audiens media sosial berada dalam situasi paparan informasi yang sangat padat dan kompetitif. Berdasarkan hasil PKL, perhatian audiens dibangun melalui konsistensi visual, penggunaan warna korporat, serta penempatan elemen pesan yang langsung menampilkan inti informasi layanan. Strategi ini diterapkan agar konten dapat dikenali dengan cepat sebagai informasi resmi SPBU Pertamina. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep perhatian dalam McGuire, yang menempatkan awareness sebagai prasyarat utama pemrosesan pesan (McGuire, 1985). Dalam konteks layanan publik, perhatian tidak hanya berfungsi menarik minat, tetapi juga menandai legitimasi sumber informasi. Dengan demikian, tahap perhatian berkontribusi terhadap visibilitas dan kredibilitas komunikasi SPBU Pertamina. Praktik ini memperlihatkan bahwa desain visual memiliki fungsi strategis, bukan sekadar estetis.

Tahap pemahaman diwujudkan melalui penyusunan caption dan narasi pesan yang informatif, terstruktur, dan tidak ambigu, sehingga audiens dapat menangkap maksud pesan secara tepat. Berdasarkan pengalaman PKL, bahasa yang digunakan dalam konten SPBU Pertamina disesuaikan dengan karakter masyarakat umum, tanpa penggunaan istilah teknis yang berpotensi menimbulkan salah tafsir. Strategi ini mendukung konsep comprehension dalam McGuire, yang menekankan kejelasan makna pesan sebagai faktor kunci keberhasilan komunikasi (McGuire, 1985). Penyampaian informasi layanan, seperti prosedur atau ketentuan operasional SPBU, dilakukan secara langsung dan kontekstual. Pendekatan tersebut mengurangi potensi miskomunikasi antara institusi dan publik. Dengan demikian, tahap pemahaman berfungsi sebagai fondasi kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Praktik ini menunjukkan bahwa kejelasan pesan merupakan aspek strategis dalam komunikasi layanan publik.

Tahap penerimaan pesan berkaitan dengan sejauh mana audiens memandang informasi sebagai relevan dan dapat dipercaya, terutama dalam konteks layanan publik energi. Berdasarkan hasil PKL, penerimaan pesan diperkuat melalui konsistensi informasi dan kesesuaian pesan dengan pengalaman sehari-hari audiens. Pesan yang berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat, seperti layanan SPBU atau informasi operasional, cenderung lebih mudah diterima. Hal ini sejalan dengan konsep acceptance dalam McGuire, yang menekankan relevansi dan kredibilitas sumber sebagai faktor utama penerimaan pesan (McGuire, 1985). Dalam praktiknya, konsistensi pesan membantu membangun persepsi akun @spbupertamina sebagai sumber informasi resmi dan terpercaya. Dengan demikian, tahap penerimaan berkontribusi terhadap pembentukan citra institusional yang positif. Praktik ini menunjukkan bahwa penerimaan pesan tidak terlepas dari konteks sosial audiens.

Tahap retensi diwujudkan melalui pengulangan pesan penting dalam kalender editorial, dengan tetap mempertahankan konsistensi visual dan gaya bahasa. Berdasarkan pengalaman PKL, informasi layanan strategis disajikan secara berkala dalam format yang bervariasi, sehingga tidak menimbulkan kejemuhan audiens. Strategi ini sesuai dengan konsep retention dalam McGuire, yang menekankan pentingnya pengulangan pesan untuk memperkuat daya ingat audiens (McGuire, 1985). Retensi pesan menjadi penting dalam konteks layanan publik, karena informasi tidak selalu dipahami dalam satu kali paparan. Dengan pendekatan ini, audiens memiliki peluang lebih besar untuk mengingat informasi yang disampaikan. Dampaknya, pesan SPBU Pertamina tidak bersifat sesaat, tetapi memiliki efek jangka menengah. Praktik ini menunjukkan bahwa retensi merupakan bagian integral dari perencanaan pesan.

Tahap respons merupakan indikator akhir keberhasilan pemrosesan pesan, karena menunjukkan adanya reaksi audiens terhadap konten yang disampaikan. Berdasarkan hasil PKL, respons audiens muncul dalam bentuk komentar, pertanyaan, dan interaksi lainnya yang dikelola secara terstruktur oleh tim pengelola. Tahap ini mencerminkan konsep response dalam McGuire, yang menandai bahwa pesan telah diproses secara kognitif dan afektif oleh audiens (McGuire, 1985). Respons audiens tidak hanya menunjukkan keterlibatan, tetapi juga memberikan umpan balik terhadap efektivitas pesan. Dalam konteks SPBU Pertamina, respons ini dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi komunikasi. Dengan demikian, tahap respons memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai indikator keberhasilan dan sumber pembelajaran. Praktik ini memperlihatkan hubungan langsung antara teori pemrosesan pesan dan pengelolaan media sosial.

Tabel 1. Implementasi McGuire's Message Processing Model dalam Pengelolaan Media Sosial @spbupertamina

Tahap Pemrosesan Pesan	Konsep Teoritis (McGuire, 1985)	Implementasi dalam Praktik PKL	Hasil dan Dampak terhadap SPBU Pertamina
Attention (Perhatian)	Tahap perhatian merupakan fase awal pemrosesan pesan, di mana audiens perlu menyadari keberadaan pesan sebelum mampu memproses informasi lebih lanjut, sehingga desain visual dan stimulus awal memegang peranan strategis dalam komunikasi.	Dalam praktik PKL, perhatian audiens diupayakan melalui penggunaan visual yang sederhana, kontras warna yang konsisten dengan identitas SPBU Pertamina, serta penempatan judul yang langsung menampilkan inti layanan publik. Visual tidak diarahkan untuk bersifat persuasif berlebihan, melainkan informatif dan mudah dikenali. Pendekatan ini disesuaikan dengan karakter layanan publik energi yang menekankan kejelasan pesan.	Konten layanan SPBU Pertamina lebih mudah dikenali di linimasa audiens, sehingga meningkatkan kemungkinan pesan dibaca sejak paparan awal. Dampaknya, visibilitas informasi layanan meningkat tanpa mengandalkan sensasi visual, yang mendukung citra institusi sebagai penyedia layanan publik yang informatif.
Comprehension (Pemahaman)	Tahap pemahaman mengacu pada kemampuan audiens dalam menangkap makna	Pemahaman audiens difasilitasi melalui caption yang disusun secara informatif, menggunakan bahasa baku yang komunikatif, serta	Audiens mampu memahami informasi layanan SPBU Pertamina secara lebih utuh dan akurat.

Tahap Pemrosesan Pesan	Konsep Teoritis (McGuire, 1985)	Implementasi dalam Praktik PKL	Hasil dan Dampak terhadap SPBU Pertamina
	pesan sebagaimana dimaksud oleh komunikator, yang dipengaruhi oleh struktur pesan, pilihan bahasa, dan kejelasan konteks.	menghindari istilah teknis yang tidak familiar bagi masyarakat umum. Informasi disajikan secara langsung dan kontekstual dengan layanan SPBU, sehingga audiens tidak perlu melakukan interpretasi tambahan. Penyusunan pesan ini dilakukan secara konsisten dalam setiap unggahan.	Dampaknya, risiko kesalahpahaman terhadap pesan layanan dapat ditekan, sehingga komunikasi publik berjalan lebih efektif dan sesuai dengan tujuan institusional.
Acceptance (Penerimaan)	Tahap penerimaan terjadi ketika audiens menilai pesan sebagai relevan dan kredibel, yang sangat dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap sumber pesan serta kesesuaian isi pesan dengan kebutuhan audiens.	Dalam praktik PKL, setiap konten melalui proses pengecekan internal agar selaras dengan pedoman komunikasi Pertamina. Pesan disusun berdasarkan informasi resmi dan pengalaman layanan SPBU sehari-hari, sehingga memiliki relevansi dengan kondisi audiens. Konsistensi ini membantu membangun persepsi kredibilitas akun.	Pesan layanan cenderung diterima secara positif oleh audiens, karena akun @spbupertamina dipandang sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Dampaknya, kepercayaan publik terhadap komunikasi digital SPBU Pertamina semakin menguat.
Retention (Retensi)	Tahap retensi berkaitan dengan kemampuan audiens menyimpan pesan dalam ingatan, yang dipengaruhi oleh pengulangan pesan, konsistensi visual, dan kesinambungan tema komunikasi.	Retensi pesan dibangun melalui pengulangan informasi penting dalam kalender editorial, dengan variasi format visual namun tetap mempertahankan gaya komunikasi yang seragam. Informasi layanan inti disajikan secara berkala agar tetap berada dalam ingatan audiens. Strategi ini diterapkan secara terencana selama periode PKL.	Audiens lebih mudah mengingat pesan layanan SPBU Pertamina dalam jangka menengah. Dampaknya, informasi tidak hanya bersifat sesaat, tetapi berkontribusi pada pemahaman berkelanjutan terhadap layanan SPBU.
Response (Respons)	Tahap respons merupakan tahap akhir pemrosesan pesan, di mana audiens menunjukkan reaksi berupa tindakan, pertanyaan, atau interaksi sebagai hasil dari pemrosesan pesan.	Respons audiens difasilitasi melalui ruang interaksi di kolom komentar, yang dikelola secara profesional oleh tim. Respons yang muncul ditindaklanjuti sesuai pedoman komunikasi layanan publik, tanpa mendorong tindakan yang bersifat komersial.	Terjadi interaksi dua arah yang relevan dan terkontrol antara SPBU Pertamina dan audiens. Dampaknya, media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi publik yang aktif dan responsif.

C. Pengelolaan Interaksi Audiens dalam Praktik Media Sosial @spbupertamina

Pengelolaan interaksi audiens dalam media sosial @spbupertamina merupakan bagian strategis dari komunikasi layanan publik energi, karena interaksi mencerminkan hubungan langsung antara institusi dan masyarakat. Berdasarkan hasil PKL, interaksi audiens tidak dipandang sebagai aktivitas tambahan, melainkan sebagai bagian integral dari strategi komunikasi digital. Setiap komentar dan pesan langsung diperlakukan sebagai representasi kebutuhan informasi publik yang harus ditangani secara profesional. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengelolaan interaksi tidak hanya berorientasi pada respons cepat, tetapi juga pada konsistensi pesan institusional. Dalam konteks SPBU Pertamina, interaksi audiens berkaitan langsung dengan kepercayaan terhadap layanan publik energi. Oleh karena itu, pengelolaan interaksi diarahkan untuk menjaga akurasi informasi dan citra institusi. Praktik ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang dialog publik yang terstruktur.

Berdasarkan pengalaman PKL, pengelolaan interaksi audiens dilakukan dengan mengikuti pedoman komunikasi dan jam operasional kerja yang telah ditetapkan oleh tim pengelola. Respons terhadap komentar dan pesan langsung diberikan selama jam kerja, sehingga kualitas komunikasi dapat terjaga secara konsisten. Pendekatan ini bertujuan menghindari respons yang tergesa-gesa dan berpotensi menimbulkan kesalahan informasi. Interaksi yang masuk di luar jam kerja tetap dicatat dan ditindaklanjuti pada waktu operasional berikutnya. Pola ini menunjukkan bahwa pengelolaan interaksi dilakukan secara sistematis, bukan spontan. Dalam konteks layanan publik, pengaturan waktu respons menjadi bagian dari profesionalitas komunikasi. Dengan demikian, interaksi audiens dikelola secara terencana dan bertanggung jawab.

Interaksi audiens yang masuk melalui media sosial @spbupertamina diklasifikasikan berdasarkan jenis dan tingkat kebutuhan informasinya, sehingga respons dapat diberikan secara tepat. Berdasarkan hasil PKL, pertanyaan yang bersifat informatif dan berada dalam ruang lingkup pengetahuan tim ditangani secara langsung. Respons disusun menggunakan bahasa yang jelas, sopan, dan sesuai dengan karakter komunikasi layanan publik. Pendekatan ini bertujuan memastikan audiens memperoleh informasi yang akurat tanpa menimbulkan interpretasi ganda. Klasifikasi interaksi membantu tim menentukan prioritas respons secara efisien. Dalam praktiknya, pengelolaan ini mengurangi potensi kesalahan komunikasi. Dengan demikian, interaksi audiens dikelola secara terstruktur dan adaptif.

Untuk interaksi yang memerlukan klarifikasi lebih lanjut, tim pengelola media sosial menerapkan mekanisme koordinasi internal sebelum memberikan respons kepada audiens. Berdasarkan pengalaman PKL, koordinasi dilakukan dengan pihak terkait untuk memastikan kebenaran dan kelengkapan informasi. Proses ini menunjukkan bahwa kecepatan respons tidak menjadi satunya pertimbangan dalam pengelolaan interaksi. Akurasi pesan tetap menjadi prinsip utama dalam komunikasi layanan publik energi. Pendekatan ini menjaga konsistensi informasi yang disampaikan melalui akun resmi SPBU Pertamina. Dalam konteks komunikasi digital, mekanisme ini memperkuat kredibilitas institusi. Dengan demikian, pengelolaan interaksi mencerminkan tanggung jawab komunikasi publik.

Pengelolaan interaksi audiensi juga diajukan untuk membangun hubungan komunikasi yang positif dan berkelanjutan dengan masyarakat. Berdasarkan hasil PKL, respons yang diberikan bersifat informatif dan tidak bersifat persuasif berlebihan, sesuai dengan fungsi layanan publik. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan karakter audiensi yang beraagam, sehingga pesan dapat diterima secara inklusif. Pendekatan ini membantu menciptakan kesan profesional dan responsif pada akun @spbupertamina. Interaksi yang dikelola dengan baik berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan publik. Dalam konteks SPBU Pertamina, kepercayaan ini berkaitan langsung dengan persepsi kualitas layanan. Dengan demikian, pengelolaan interaksi memiliki dampak strategis terhadap citra institusi.

Hasil PKL menunjukkan bahwa pengelolaan interaksi audiensi membutuhkan koordinasi tim yang konsisten dan pemahaman terhadap peran komunikasi institusional. Setiap respons dipandang sebagai bagian dari komunikasi resmi SPBU Pertamina, sehingga konsistensi pesan menjadi prinsip utama. Praktik ini sejalan dengan pendekatan komunikasi strategis dalam layanan publik, yang menekankan akurasi dan profesionalitas. Pengelolaan interaksi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan nilai dan tanggung jawab institusi. Dalam konteks media sosial, hal ini memperkuat fungsi akun sebagai saluran komunikasi publik yang kredibel. Dengan demikian, pengelolaan interaksi audiensi menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi digital SPBU Pertamina. Praktik ini selanjutnya dianalisis menggunakan *The Circular Model of SOME* untuk memahami siklus komunikasi yang terbentuk.

D. Implementasi *The Circular Model of SOME* dalam Pengelolaan Media Sosial

Implementasi *The Circular Model of SOME* dalam pengelolaan media sosial @spbupertamina memberikan kerangka operasional yang sistematis dalam memahami siklus komunikasi digital layanan publik. Model ini memandang pengelolaan media sosial sebagai proses berkelanjutan yang terdiri atas empat elemen utama, yaitu *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage* (Luttrell, 2015). Berdasarkan hasil PKL, keempat elemen tersebut dapat diidentifikasi secara jelas dalam aktivitas perencanaan konten dan pengelolaan interaksi audiensi. Pendekatan siklikal ini menunjukkan bahwa setiap aktivitas komunikasi saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri. Dalam konteks SPBU Pertamina, model SOME membantu menjaga kesinambungan antara produksi konten dan respons audiensi. Model ini relevan karena komunikasi layanan publik menuntut konsistensi dan adaptabilitas. Dengan demikian, SOME digunakan sebagai kerangka pendukung untuk memperdalam analisis praktik pengelolaan media sosial.

Elemen *share* dalam praktik pengelolaan media sosial @spbupertamina diwujudkan melalui proses distribusi konten yang telah direncanakan secara editorial. Berdasarkan hasil PKL, konten dibagikan sesuai kalender editorial yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan. Proses berbagi konten tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Konten yang dibagikan mencakup informasi layanan, edukasi publik, dan pesan informatif terkait operasional SPBU. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap ungahan memiliki fungsi komunikasi yang jelas. Dalam konteks layanan publik energi, konsistensi distribusi pesan menjadi faktor penting. Dengan demikian, elemen *share* berperan sebagai pintu masuk komunikasi antara SPBU Pertamina dan audiensi.

Elemen *optimize* berkaitan dengan proses evaluasi dan penyempurnaan konten berdasarkan respons audiensi yang diterima. Berdasarkan pengalaman PKL, performa konten diamati melalui respons audiensi dan hasil evaluasi internal tim. Informasi dari evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam perencanaan konten berikutnya. Optimalisasi dilakukan terhadap format konten, waktu publikasi, dan penyajian pesan agar lebih sesuai dengan karakter audiensi. Proses ini bersifat berkelanjutan dan berbasis pengalaman pengelolaan akun. Dalam konteks SPBU Pertamina, optimalisasi membantu menjaga relevansi informasi layanan. Dengan demikian, elemen *optimize* mendukung peningkatan efektivitas komunikasi digital.

Elemen *manage* mencakup pengelolaan interaksi dan hubungan komunikasi dengan audiensi secara terstruktur. Berdasarkan hasil PKL, pengelolaan interaksi dilakukan sesuai pedoman komunikasi dan jam operasional kerja yang telah ditetapkan. Respons terhadap komentar dan pesan langsung diberikan secara informatif dan terkoordinasi. Pendekatan ini bertujuan menjaga konsistensi pesan dan profesionalitas komunikasi institusional. Dalam konteks layanan publik, pengelolaan interaksi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis. Elemen *manage* memastikan bahwa komunikasi dua arah berjalan secara terkendali. Dengan demikian, kepercayaan audiensi terhadap akun @spbupertamina dapat dipertahankan.

Elemen *engage* berfokus pada upaya membangun dan mempertahankan keterlibatan audiensi secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil PKL, keterlibatan audiensi muncul sebagai respons terhadap konten yang relevan dan informatif. Konten dirancang untuk mendorong audiensi berpartisipasi melalui komentar atau pertanyaan. Respons yang diberikan oleh pengelola akun bersifat mendukung dialog dan tidak konfrontatif. Pendekatan ini membantu menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat antara institusi dan masyarakat. Dalam konteks SPBU Pertamina, keterlibatan audiensi berkaitan dengan persepsi positif terhadap layanan publik. Dengan demikian, *engage* menjadi indikator keberhasilan pengelolaan media sosial.

Keempat elemen dalam *The Circular Model of SOME* berjalan secara siklikal dan saling memengaruhi satu sama lain dalam praktik pengelolaan media sosial @spbupertamina. Evaluasi pada satu elemen akan berdampak langsung pada perbaikan elemen berikutnya. Model ini membantu menjaga kesinambungan antara perencanaan konten dan pengelolaan interaksi audiensi. Dalam konteks komunikasi layanan publik energi, pendekatan siklikal ini mendukung komunikasi yang adaptif dan terstruktur. Implementasi SOME memperlihatkan bahwa pengelolaan media sosial bukan proses linear, melainkan berulang dan dinamis. Dengan demikian, model SOME memberikan kerangka praktis yang sesuai dengan temuan penelitian. Integrasikan model ini memperkaya analisis pengelolaan media sosial SPBU Pertamina.

Tabel 2. Implementasi *The Circular Model of SOME* dalam Pengelolaan Media Sosial @spbupertamina

Elemen <i>SOME</i>	Konsep Teoritis (<i>Luttrell, 2015</i>)	Implementasi dalam Praktik PKL	Hasil dan Dampak terhadap SPBU Pertamina
<i>Share</i> (Berbagi)	Tahap berbagi konten sebagai sarana distribusi pesan kepada audiens. Konten harus relevan, konsisten, dan selaras dengan tujuan komunikasi.	Dalam praktik PKL, konten dibagikan berdasarkan kalender editorial yang telah disusun, sehingga distribusi pesan tidak bersifat incidental. Setiap unggahan diarahkan untuk menyampaikan informasi layanan publik yang relevan dengan fungsi SPBU.	Informasi layanan SPBU Pertamina dapat menjangkau audiens secara konsisten. Dampaknya, akun media sosial berfungsi optimal sebagai kanal distribusi informasi publik.
<i>Optimize</i> (Penyempurnaan)	Tahap penyempurnaan strategi berdasarkan evaluasi performa konten dan respons audiens. Optimalisasi dilakukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.	Optimalisasi dilakukan dengan mengamati respons audiens terhadap konten, lalu menyesuaikan format visual, gaya caption, dan waktu unggah. Proses ini berbasis pada hasil observasi selama PKL, bukan asumsi semata.	Kualitas konten meningkat secara berkelanjutan. Pesan yang disampaikan menjadi semakin relevan dengan kebutuhan audiens SPBU Pertamina.
<i>Manage</i> (Pengelolaan)	Tahap pengelolaan interaksi dan hubungan dengan audiens secara terstruktur. Manajemen bertujuan menjaga konsistensi dan profesionalitas komunikasi.	Komentar dan pesan langsung dikelola sesuai pedoman komunikasi Pertamina, dengan memperhatikan etika layanan publik. Setiap respons diperlakukan sebagai representasi komunikasi institusional.	Konsistensi pesan terjaga dan citra komunikasi SPBU Pertamina tetap profesional. Dampaknya, citra SPBU Pertamina sebagai institusi layanan publik tetap positif di ruang digital.
<i>Engage</i> (Membangun)	Tahap membangun dan mempertahankan keterlibatan audiens secara berkelanjutan. Engagement menunjukkan keberhasilan hubungan dua arah.	Konten dirancang untuk membuka ruang interaksi informatif, tanpa memicu kontroversi atau ekspektasi yang tidak sesuai dengan fungsi layanan SPBU. Respons diberikan untuk menjaga dialog tetap konstruktif.	Keterlibatan audiens terbangun secara berkelanjutan. Dampaknya, hubungan komunikasi antara SPBU Pertamina dan publik menjadi lebih kuat dan berkesinambungan.

D. Integrasi *McGuire's Message Processing Model* dan *The Circular Model of SOME*

Integrasi antara *McGuire's Message Processing Model* dan *The Circular Model of SOME* terlihat secara nyata dalam praktik pengelolaan media sosial @spbupertamina, khususnya dalam konteks komunikasi layanan publik energi yang menuntut kejelasan dan konsistensi pesan. *McGuire's Message Processing Model* digunakan sebagai landasan konseptual utama dalam perancangan pesan, karena model ini menjelaskan tahapan kognitif audiens dalam memproses informasi secara bertahap. Sementara itu, *The Circular Model of SOME* digunakan sebagai kerangka operasional untuk mengelola distribusi konten dan interaksi audiens secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil PKL, kedua teori tersebut tidak diterapkan secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam proses komunikasi digital. Perancangan pesan yang mempertimbangkan tahapan pemrosesan audiens mendukung efektivitas siklus pengelolaan media sosial. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga pada mekanisme pengelolaannya. Dengan demikian, integrasi teori memperkuat strategi komunikasi digital SPBU Pertamina.

Tahapan pemrosesan pesan dalam model McGuire berperan penting dalam menentukan bagaimana konten disusun sebelum memasuki tahap distribusi dalam kerangka SOME. Tahap perhatian dan pemahaman dalam McGuire menjadi dasar dalam perancangan visual dan narasi pesan, sehingga konten yang dibagikan melalui elemen *share* memiliki struktur yang jelas dan mudah dipahami. Berdasarkan hasil PKL, konten yang dirancang dengan mempertimbangkan spek kognitif audiens lebih mudah dikenali dan dipahami di tengah arus informasi media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa elemen *share* dalam SOME tidak hanya berkaitan dengan aktivitas unggah konten, tetapi juga dengan kualitas pesan yang dibagikan. Dengan demikian, desain pesan dan proses distribusi konten memiliki hubungan yang saling bergantung. Integrasi ini memperlihatkan bahwa tahap awal pemrosesan pesan memengaruhi efektivitas siklus komunikasi digital secara keseluruhan. Pendekatan ini relevan dengan karakter layanan publik yang menekankan kejelasan informasi.

Tahap *optimize* dan *manage* dalam *The Circular Model of SOME* berkaitan erat dengan evaluasi respons audiens sebagai mana dijelaskan dalam tahap respons pada *McGuire's Message Processing Model*. Berdasarkan pengalaman PKL, respons audiens terhadap konten digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan perencanaan pesan berikutnya. Informasi dari interaksi audiens membantu pengelola memahami sejauh mana pesan dipahami dan diterima oleh publik. Proses ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara pemrosesan pesan dan pengelolaan media sosial. Optimalisasi konten tidak dilakukan berdasarkan asumsi, melainkan berdasarkan data respons audiens yang diperoleh selama pengelolaan akun. Dengan demikian, siklus komunikasi digital berjalan secara adaptif dan berbasis pengalaman empiris. Integrasi kedua teori ini memperkuat pendekatan komunikasi yang sistematis.

Tahap *engage* dalam *The Circular Model of SOME* mencerminkan keberhasilan pesan dalam memicu keterlibatan audiens, yang menunjukkan bahwa pesan telah melalui seluruh tahapan pemrosesan kognitif menurut McGuire. Keterlibatan audiens berupa komentar dan pertanyaan menjadi indikator bahwa pesan tidak hanya dilihat, tetapi juga dipahami dan diterima. Berdasarkan hasil PKL, engagement muncul terutama pada konten yang relevan dengan kebutuhan informasi layanan SPBU Pertamina. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan audiens berkaitan langsung dengan kualitas perancangan pesan. Dalam

konteks komunikasi layanan publik, engagement tidak dimaknai sebagai popularitas, tetapi sebagai bentuk dialog informatif. Dengan demikian, tahap engage memiliki makna strategis dalam membangun hubungan komunikasi yang berkelanjutan. Integrasi teori membantu menjelaskan dinamika ini secara komprehensif.

Secara keseluruhan, integrasi *McGuire's Message Processing Model* dan *The Circular Model of SOME* menghasilkan kerangka analisis yang komprehensif dalam memahami pengelolaan media sosial@spbupertamina. McGuire memberikan dasar teoretis dalam merancang pesan yang efektif secara kognitif, sementara SOME memberikan panduan operasional dalam mengelola siklus komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial SPBU Pertamina tidak bersifat linear, melainkan bersifat siklikal dan berkelanjutan. Pendekatan integratif ini membantu menjaga konsistensi pesan dan kualitas interaksi audiens. Dalam konteks layanan publik energi, integrasi teori mendukung komunikasi yang akurat dan responsif. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan media sosial layanan publik energi tidak hanya ditentukan oleh kualitas perancangan pesan secara kognitif, tetapi juga oleh keberlanjutan siklus pengelolaan komunikasi digital yang terstruktur dan responsif terhadap audiens. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan relevansi teori komunikasi klasik dan operasional dalam praktik komunikasi digital kontemporer.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial@spbupertamina dilaksanakan melalui perencanaan konten editorial yang terstruktur dan selaras dengan karakter komunikasi layanan publik energi. Berdasarkan hasil Praktik Keja Lapangan (PKL), perancangan pesan dilakukan dengan mempertimbangkan tahapan pemrosesan kognitif audiens sebagai imana dijelaskan dalam *McGuire's Message Processing Model*, sehingga setiap konten dirancang untuk menarik perhatian, memudahkan pemahaman, serta meningkatkan penerimaan informasi oleh masyarakat. Proses perencanaan konten yang meliputi penentuan tema, pemilihan format, penjadwalan publikasi, dan evaluasi pesan menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak dilakukan secara incidental, melainkan sebagai bagian dari strategi komunikasi institusional. Pendekatan ini mendukung penyampaian informasi layanan SPBU Pertamina secara konsisten, akurat, dan kontekstual. Dalam konteks layanan publik, kejelasan dan keandalan pesan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan audiens. Temuan ini memperlihatkan bahwa perencanaan konten editorial berperan signifikan dalam menjaga kualitas komunikasi digital SPBU Pertamina. Dengan demikian, strategi perencanaan pesan berbasis pemrosesan audiens menjadi fondasi utama dalam pengelolaan media sosial layanan publik energi. Selain aspek perancangan pesan, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengelolaan interaksi audiens dilakukan secara berkelanjutan melalui penerapan *The Circular Model of SOME* sebagai kerangka operasional pengelolaan media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, praktik *share, optimize, manage, and engage* dijalankan secara siklikal dan saling berkaitan, sehingga komunikasi digital tidak berhenti pada publikasi konten semata. Respons audiens dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan strategi komunikasi berikutnya, yang menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara pesan dan audiens. Integrasi *McGuire's Message Processing Model* dan *The Circular Model of SOME* (Luttrell, 2015) memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap strategi komunikasi digital SPBU Pertamina, baik dari sisi perancangan pesan maupun pengelolaan interaksi audiens. Pendekatan integratif ini memperlihatkan bahwa pengelolaan media sosial layanan publik energi bersifat adaptif dan berkelanjutan. Dalam konteks komunikasi publik, strategi ini mendukung terciptanya dialog yang informatif dan profesional. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas pengelolaan media sosial SPBU Pertamina ditentukan oleh sinergi antara perencanaan pesan yang terstruktur dan pengelolaan komunikasi digital yang siklikal.

V. REFERENSI

- Adhiem, M. A., Permana, S. H., & Faturahman, B. M. (2021). *Pembangkit Listrik Tenaga Surya Bagi Pembangunan Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Ali, S. (2023). *ANALISIS ISI INSTAGRAM PERTAMINA PERSERO REFINERY UNIT (RU) VI BALONGAN INDRAMAYU DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI AKUN@ Pertamina_Ru6* (Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG).
- Amri, M. A., & Subekti, P. (2024). Proses Branding Pertamina New & Renewable Energy Pada Media Sosial Instagram Dan Tiktok. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 341-358.
- Chung, S. (2020). Effective Content Planning Strategies For Digital Communication: A Cognitive Processing Perspective. *Journal Of Digital Communication*, 12(2), 45–58.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th Ed.). SAGE Publications.
- Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social & Meltwater. [Https://Datareportal.Com](https://Datareportal.Com)

Ekanurrahman, D. S., Sunarya, E., & Mulia Z, F. (2023). Disiplin Kerja Dan Pengawasan Langsung Terhadap Efektivitas Kerja (Studi Empiris Pada: Karyawan PT. Bank Sinarmas Syariah Kcs. Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3342-3346.

Hässig, M., Van Nistelrooij, L., & Sanne, P. (2021). Communication Dynamics Of Oil And Gas Companies On Social Media: Content Strategies And Public Response. *Energy Policy*, 156, 112389. .

Mcguire, W. J. (1985). *Attitudes And Attitude Change*. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook Of Social Psychology* (Pp. 233–346). Random House.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th Ed.). SAGE Publications.

Prameswari, A. N. (2025). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram@ Pertamina. Corpu Sebagai Sarana Branding. *Brand Communication*, 4(2), 172-185.

Prasetyaningrum, S. I., & Mardiana, L. (2025). Analisis Komunikasi Strategis PT Pertamina Patra Niaga RJB T Dalam Mengelola Brand Image Pada Instagram. *MEDIASI Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(2), 197-212.

Safitra, F., Ramli, D., & Irawan, R. (2023). Studi Kasus Customer Engagement Dan Content Planning Dalam Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 1–15. <Https://Doi.Org/10.1234/Jim.2023.11.1.1>

Yunita, D., & Pratama, A. (2022). Perencanaan Konten Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Informatika*, 18(2), 50–60.