

ABSTRAK

Luthfi Herdian Rukmana: *Aktivitas Online Public Relations Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram @hijabgrak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada UMKM Hijabgrak Kabupaten Sumedang)*

Perkembangan teknologi berbasis internet kini dimanfaatkan oleh Rumah Produksi Hijabgrak, untuk melakukan aktivitas *Online Public Relations*. Instagram menjadi media sosial utama yang digunakan oleh Rumah Produksi Hijabgrak, yang dikelola oleh tim media sosial pada akun Instagram @hijabgrak. Publikasi pada media sosial Instagram ini, tentunya sebagai upaya untuk memperkenalkan identitas perusahaan dan sebagai media promosi dengan strategi tertentu yang dilakukan oleh tim media sosial Hijabgrak. Terbukti dengan konsistensi dan strategi yang dilakukan saat ini, akun media sosial Instagram @hijabgrak ini berhasil mendapatkan *engagement* dari kalangan masyarakat.

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana aktivitas *online public relations* melalui pengelolaan media sosial Instagram pada akun @hijabgrak, yang dilakukan oleh UMKM Hijabgrak. Dengan menggunakan konsep yang dikemukakan oleh David Armano 4C, yaitu aspek konten (*Content*), yang mendeskripsikan pengelolaan konten yang dilakukan oleh Hijabgrak. Aspek konteks (*Context*), menjelaskan pengemasan isi konten yang di produksi oleh Hijabgrak. Aspek Konektivitas (*Conectivity*), yang mendeskripsikan bagaimana strategi untuk mendapatkan koneksi dengan masyarakat. Aspek Kontinuitas (*Continuity*), menjelaskan keberlangsungan dalam konsistensi pembuatan konten yang dilakukan oleh Hijabgrak. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, serta dokumentasi untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menggambarkan tujuan penelitian.

Pengelolaan media sosial Instagram @hijabgrak melibatkan empat aspek utama (1) Konten: Fokus pada ide dan jenis konten yang relevan dengan tren, promosi identitas perusahaan, produksi konten menggunakan aplikasi editing, dan pemanfaatan fitur Instagram. (2) Konteks: Menentukan Instagram sebagai media PR online, menyesuaikan konten dengan SOP perusahaan dan tren terkini, mengemas pesan sesuai identitas UMKM konveksi hijab. (3) Konektivitas: Meningkatkan interaksi melalui fitur Instagram seperti story dan DM, menjaga kesesuaian konten dengan SOP, menggunakan giveaway untuk menambah followers, dan gaya bahasa informal. (4) Kontinuitas: Memastikan konsistensi visual menarik, memanfaatkan tren terkini, menjadwalkan konten secara teratur, dan melakukan evaluasi mingguan untuk meningkatkan konten sesuai respons audiens.

Kata Kunci : *Online Public Relations, Fitur Instagram, Konsep 4C, UMKM.*

ABSTRACT

Luthfi Herdian Rukmana: *Online Public Relations Activities Through Instagram Social Media Management @hijabgrak (A Qualitative Descriptive Study on Hijabgrak MSME in Sumedang Regency)*

The advancement of internet-based technology is now utilized by Hijabgrak Production House to conduct online public relations activities. Instagram serves as the main social media platform used by Hijabgrak, managed by their social media team on the Instagram account @hijabgrak. The Instagram posts function as an effort to promote the company's identity and serve as a promotional medium through specific strategies applied by the Hijabgrak social media team. Through consistent efforts and effective strategies, the @hijabgrak Instagram account has successfully garnered engagement from the public.

This research describes how online public relations activities are carried out through the social media management of the @hijabgrak Instagram account by Hijabgrak MSME. Using David Armano's 4C concept, the study explores: (1) Content, detailing how Hijabgrak manages content; (2) Context, explaining the packaging and production of Hijabgrak's content; (3) Connectivity, describing strategies to establish connections with the public; and (4) Continuity, illustrating the consistency in content creation by Hijabgrak. This study employs a descriptive method with a qualitative approach. The researcher used in-depth interviews, passive participant observation, and documentation techniques to address the research questions and clarify the study's objectives.

The management of the @hijabgrak Instagram account involves four main aspects: (1) Content: focusing on idea generation and content types that align with trends, promoting the company's identity, using editing applications for content production, and utilizing Instagram features; (2) Context: selecting Instagram as an online PR platform, adapting content to company SOPs and current trends, and packaging messages to reflect the hijab manufacturing MSME identity; (3) Connectivity: enhancing interaction through Instagram features such as stories and DMs, aligning content with SOPs, using giveaways to increase followers, and adopting an informal language style; (4) Continuity: ensuring visual consistency and appeal, leveraging current trends, scheduling content regularly, and conducting weekly evaluations to improve content based on audience feedback.

Keywords : *Online Public Relations, Instagram Features, 4C Concept, MSME.*