

ABSTRAK

Alphi Yunardi: *Pengelolaan Digital Public Relations pada media sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @gvfi_id)*

GVFI dikenal sebagai merek fashion anak muda yang aktif dan inovatif dalam mengelola komunikasi dengan audiensnya melalui media sosial, khususnya Instagram. Tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi mengenai koleksi dan aktivitas terbaru, GVFI juga menerapkan berbagai strategi *Digital Public Relations* untuk meningkatkan engagement dan membangun hubungan yang erat dengan komunitas fashion anak muda.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana proses membagikan (*share*), mengoptimalkan (*optimize*), mengelola (*manage*), dan melibatkan (*engage*). Landasan dalam penelitian ini yaitu Konsep *The Circular Model of Some for Social* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilaksanakan melalui hasil observasi dengan jenis observasi partisipasi pasif, wawancara dengan jenis wawancara mendalam, dan dokumentasi. Metode penelitian ini digunakan untuk memperoleh gambaran dan data faktual yang terjadi di lapangan berkaitan dengan *Digital Public Relations*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkomsel telah menjalankan Konsep *Digital Public Relations* dengan berlandaskan kepada Konsep *The Circular Model of Some for Social* yang dikembangkan Regina Luttrell dengan tujuan untuk meningkatkan interaksi, memperluas jangkauan audiens, serta membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kata Kunci : *Digital Public Relations, Media Sosial, The Circular Model of Some for Social*

ABSTRACT

Alphi Yunardi: *Management of Digital Public Relations on Instagram social media (Qualitative Descriptive Study on Instagram @gvfi_id account)*

GVFI is known as a young fashion brand that is active and innovative in managing communication with its audience through social media, especially Instagram. Not only focusing on disseminating information about the latest collections and activities, GVFI also implements various Digital Public Relations strategies to increase engagement and build close relationships with the youth fashion community.

This study aims to describe how the process of sharing, optimizes, manages, and engages. The basis of this study is the Concept of The Circular Model of Some for Social developed by Regina Luttrell.

This study uses a constructivistic paradigm through a qualitative approach with a qualitative descriptive study method. Data collection was carried out through observation results with passive participation observation types, interviews with in-depth interview types, and documentation. This research method is used to obtain an overview and factual data that occurs in the field related to Digital Public Relations.

The results of the study show that Telkomsel has implemented the Digital Public Relations Concept based on the Circular Model of Some for Social Concept developed by Regina Luttrell with the aim of increasing interaction, expanding audience reach, and building closer relationships with customers.

Keywords : *Digital Public Relations, Social Media, The Circular Model of Some for Social*