

ABSTRAK

Liya Saira Agustina: Proses Pembentukan Opini Publik Humas DPRD Kabupaten Garut melalui Media Sosial Instagram

Sebuah instansi pemerintah maupun perusahaan membutuhkan opini publik. Opini publik yang terbentuk akan sangat menjadi penentu keberadaan instansi maupun perusahaan. Pembentukan opini publik merupakan salah satu tugas yang mesti dilakukan oleh seorang praktisi humas, baik perusahaan, lembaga maupun instansi pemerintah. Seorang praktisi humas haruslah lihai dalam merencanakan pembentukan opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan, lembaga maupun instansi pemerintahan. Era sekarang opini publik sangatlah dengan mudah terbentuk melalui pesatnya teknologi, salahsatunya adalah dengan keberadaan media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan opini publik oleh Humas DPRD Kabupaten Garut melalui konsep pembentukan opini publik Ferdinand Tonnies terdiri dari opini publik padat dan stabil (*die feste*), opini publik cair dan mudah berubah (*die flussige*) dan opini publik gas dan tidak stabil (*die luftartige*) Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode deskriptif yang berfokus kepada suatu fenomena penelitian. Informan penelitian meliputi sekretaris DPRD, kepala bagian fasilitasi, kepala bagian umum, kepala sub bagian tata usaha dan kepegawaian yang secara langsung mengetahui proses pembentukan opini publik DPRD Kabupaten Garut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas DPRD Kabupaten Garut membentuk opini publik melalui tiga elemen utama diantaranya: 1) Strategi Komunikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Garut dalam Memperkuat Opini Publik yang Padat dan stabil (*Die Feste*) melalui Media Sosial Instagram mencakup opini publik dalam pertimbangan keputusan kebijakan, keterbukaan informasi, kolaborasi dengan pihak pers dan publikasi audiensi dengan anggota dewan. 2) Strategi Komunikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Garut dalam Mengelola Opini Publik Cair dan mudah berubah (*Die Flüssige*) melalui Media Sosial Instagram mencakup penerbitan *press release*, tindakan administratif dan keputusan kebijakan skala prioritas dan transparansi kinerja. 3) Strategi Komunikasi Sekretariat DPRD Kabupaten Garut dalam Mengelola Dinamika Opini Publik Gas dan tidak stabil (*Die Luftartige*) melalui Media Sosial Instagram mencakup konsistensi pelayanan publik, mengalihkan atensi publik dari isu dewan dan strategi komunikasi melalui Media Sosial Instagram untuk Menyusun Opini Publik.

Strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga diarahkan untuk membangun kepercayaan, menjaga citra lembaga, merespons perubahan persepsi masyarakat, serta mengarahkan opini menuju kondisi yang lebih positif.

Kata Kunci: Opini Publik, Humas Pemerintah, Media Sosial

ABSTRACT

Liya Saira Agustina: The Process of Shaping Public Opinion by the Garut Regency DPRD Public Relations Office through Instagram

Both government agencies and companies rely on public opinion. The public opinion that is formed plays a crucial role in determining the existence of these agencies and companies. Shaping public opinion is one of the key tasks of a public relations practitioner; whether working for a company, an organization, or a government agency. A public relations practitioner must be skilled at planning the formation of public opinion that benefits the company, institution, or government agency. In today's era, public opinion is formed very easily due to rapid technological advancements, one of which is the existence of social media.

This study aims to examine the process of public opinion formation by the Public Relations Office of the Garut Regency Regional People's Representative Council (DPRD) through Ferdinand Tönnies's concept of public opinion formation, which consists of solid and stable public opinion (die feste), fluid and changeable public opinion (die flussige), and gaseous and unstable public opinion (die luftartige).

This study employs a constructivist paradigm using a descriptive method focused on a specific research phenomenon. The research informants include the secretary of the Regional People's Representative Council (DPRD), the head of the facilitation division, the head of the general affairs division, and the head of the administrative and personnel sub-division, who have direct knowledge of the process by which the Garut Regency DPRD shapes public opinion. The results of the study indicate that the Public Relations Office of the Garut Regency DPRD shapes public opinion through three main elements, including: 1) the Communication Strategy of the Garut Regency DPRD Secretariat in Strengthening Solid and Stable Public Opinion (Die Feste) through Instagram, which encompasses public opinion in policy decision-making, information transparency, collaboration with the press, and the publication of public hearings with council members. 2) The Garut Regency DPRD Secretariat's communication strategy for managing fluid and volatile public opinion (Die Flüssige) via Instagram includes issuing press releases, administrative actions, prioritization of policy decisions, and transparency in performance. 3) The Garut Regency DPRD Secretariat's communication strategy for managing the dynamics of volatile and unstable public opinion (Die Luftartige) via Instagram includes maintaining consistency in public services, diverting public attention from council issues, and utilizing Instagram to shape public opinion.

The communication strategy implemented is not only focused on conveying information, but is also aimed at building trust, maintaining the institution's image, responding to shifts in public perception, and steering public opinion toward a more positive outlook.

Keywords: Public Opinion, Government Public Relations, Social Media