

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA
LEMBAGA**

(Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Humas

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Gunung Djati

Oleh:

Rahma Ari Citra

NIM 1174060075



BANDUNG

2021/1442 H

ABSTRAK

Rahma Ari Citra. Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (*Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi*)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media online terkhusus media sosial menjadi media yang dimanfaatkan oleh Seksi Pengolahan dan Penyediaan Data Informasi sebagai langkah membangun citra positif lembaga. Penelitian ini dilakukan karena instagram diskom info kurang adanya respon atau timbal balik dari masyarakat sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dari segi pengelolaannya seperti apa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan masalah, perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi yang dilakukan seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Diskominfo Kota Sukabumi dalam mengelola media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep empat tahapan proses kerja *public relations* atau *four steep public relations* didalamnya meliputi beberapa pengumpulan, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan wawancara dan observasi partisipan pasif.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dapat disimpulkan bahwa seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dalam pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga menggunakan empat tahapan proses *fich finding*, dengan menentukan masalah melalui penentuan konten instagram dan pengaduan masyarakat. Kedua *planning*, ada kegiatan dibuat konten dan di unggah di media sosial instagram, ketiga *Actions* pelaksanaan adanya tim eksekutir lapangan dan admin pembuatan juga pengunggahan konten. Keempat *evaluations*, menilai keberhasilan program dari insigh instahram dan pusat informasi.

ABSTRACT

Rahma Ari Citra. Instagram Social Media Management in Building Institutional Image (Descriptive Study at the Sukabumi City Communication and Information Office)

The development of information and communication technology has made online media, especially social media, a medium used by the Information Data Processing and Provision Section as a step to build a positive image of the institution. This research was conducted because there was a lack of response or feedback from the public on Instagram, so that researchers were interested in researching this in terms of how it was managed. This study aims to determine the determination of the problem, planning, implementation and evaluation carried out by the processing and data supply section of the Sukabumi City Discominfo in managing Instagram social media in building the image of the institution.

The concept used in this research is the concept of four stages of public relations work process or four steam public relations in which includes several collections, planning, implementation and evaluation. The research method used is descriptive analysis with a qualitative approach. The data collection used in this research is by interview and passive participant observation.

Based on the results of the research in the field, it can be concluded that the section on processing and providing information data from the Sukabumi City Communication and Information Office in managing Instagram social media in building the image of the institution uses four stages of the fich finding process, by determining the problem through determining Instagram content and public complaints. The second is planning, there are activities to create content and upload it on social media Instagram, the third is the implementation of the Actions team of field executives and admins for making and uploading content. The fourth evaluations, assessing the success of the program from insigh instagam and information center.

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
CITRA LEMBAGA**

(Analisis Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)

Oleh :

RAHMA ARI CITRA

NIM: 1174060075

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Hj. Betty Tresnawaty, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 297208142007102001

Pembimbing II



Abdul Aziz Ma'arif, S.Sos., M.Si
NIP. 197601202009121001

Mengetahui :



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Ketua Prodi Hubungan Masyarakat

Dr. H. Darajat Wibawa, M.Si
NIP. 196907072005011003

Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si
NIP. 198004192007102004

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi), telah dipertanggungjawabkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tanggal 27 Agustus 2021. skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Bandung, 27 Agustus 2021

Sidang Munaqasah

MAJELIS III

Ketua Majelis

Sekretaris Majelis

Encen Dulwahab, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 197803182007101002

Dyah RahmiAstuti, S.Sos., M.Si.
NIP. 198004192007102004

Mengetahui

Penguji I

Penguji II

Dr.H.Enjang AS., M.Ag., M.Si.
NIP.196808141995031003

H. Ahmad Fuad, M.Si
NIP.197809222017033005

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rahma Ari Citra
Nomor Induk Mahasiswa : 1174060075
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukabumi, 07 April 1998
Jurusan : Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat
Alamat Lengkap : Pangkalan Santiong RT 004/RW 006
Kelurahan Cipanengah Kecamatan
Lembursitu Kota Sukabumi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Analisis Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)**” adalah hasil karya tulis ilmiah sendiri bukan hasil menyalin atau plagiasi dari karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya. Apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensinya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan seperti apa yang diharapkan. Oleh karena itu dengan segera rasa kerendahan hati peneliti mengharapkan segera kritik serta saran-saran demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini tentunya peneliti banyak menemui berbagai kesulitan serta hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, masukan serta nasihat dari berbagai pihak terkait saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mahmud, M.Si selaku Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Bapak Dr. Ahmad Sarbini, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Bapak Dr. H. Darajat Wibawa, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Ibu Dyah Rahmi Astuti, M.Si selaku Ketua Prodi Hubungan Masyarakat Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

5. Bapak Abdul Aziz Ma'arif S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi 2.
6. Ibu Dr. Betty Tresnawaty, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1.
7. Bapak Riksan Satyaprawira, S.S selaku Kepala Seksi Pengolahan dan Penyediaan Informasi, ibu Nia Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang telah membantu keberlangsungan dalam penelitian.
8. Kedua orang tua tercinta, ayah Suherman dan mamah Yanti yang senantiasa menemani, memberikan dukungan dan semangat luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Keluarga Besar, nenek, abah, bibi Ima, bibi Ida, bibi Enur, mang Epep, Seli, yang selalu memberikan doa dan semangat.
10. Teman-teman saya yang selalu memberikan dorongan dalam mengerjakan skripsi Zakariya (Zek), Putri (Uti), Laras, Bila, Ilma, Kanida, Vivi, Mitha, Yulia, Tatas, Caca, Sarah, Adnina, teh Halimah dan Yusuf (Ucup) yang selalu memberikan bimbingan dan masukan juga semangat luar biasa.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat angkatan 2017 (Purnamas).

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
D.1 Kegunaan Akademis.....	6
D.2 Kegunaan Praktis.....	6
E. Landasan Pemikiran.....	6
E.1 Penelitian Sebelumnya.....	6
F. Langkah-Langkah Penelitian.....	27
F.1 Lokasi Penelitian.....	27
F.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	27
F.3 Metode Penelitian.....	28

F.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	29
F.5 Teknik Pemilihan Informal.....	30
F.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
F.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	32
F.8 Teknik Analisis Data.....	32
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	34
A. Public Relations.....	34
A.1 Definisi <i>Public Relations</i>	34
A.2 Tujuan Public Relations Online.....	36
B. Konsep Four Step Public Relations.....	38
C. Sosial Media.....	41
D. Instagram.....	42
E. Pengelolaan Media Sosial.....	44
F. Citra Perusahaan.....	45
F.1 Jenis-jenis Citra.....	46
F.2 Peran Citra.....	47
G. Pengelolaan Citra Lembaga di Media Sosial Instagram.....	48
BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	50
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	50
A.1 Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika.....	50
A.2 Visi dan Misi dan Makna Logo Departement Komunikasi dan Informatika.....	51
A.3 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika.....	53
A.4 Profil Informan.....	54
B. Hasil Penelitian.....	55
B.1 <i>Fact Finding</i> atau tahap pencarian masalah data yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi.....	57

B.2 <i>Planning and Programing</i> atau tahap perencanaan program yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	64
B.3 <i>Taking Actions and Communicatio</i> 32wwwwwns atau Tahap Pelaksanaan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	70
B.4 <i>Evaluations</i> atau Tahap Evaluasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	74
C. Pembahasan Pengelolaan Media Sosial Instagram dam Membangun Citra Lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	79
C.1 <i>Defining Problem</i> atau tahap penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	80
C.2 <i>Planning and Programming</i> atau Tahap Perencanaan Program Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	83
C.3 <i>Taking Actions and Communication</i> atau Tahap Pelaksanaan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	88
C.4 <i>Evaluations</i> atau Tahap Evaluasi Dinas Komunikasi dan Informatika	90
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	94
A. Simpulan.....	94
B. Saran.....	96
Daftar Pustaka.....	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.....	51
Gambar 2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	11
PenelitianTerdahulu.....	11
Tabel 2.....	Error! Bookmark not defined.
Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.....	55
Daftar Informan.....	55



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rahma Ari Citra lahir di Sukabumi 07 April 1998, merupakan anak tunggal dari Bapak Suherman dan Ibu Yanti. Penulis tinggal di Pangkalan Santiong RT/RW 004/006 Kecamatan Cipanengah Kelurahan Lembursitu Kota Sukabumi Jawa Barat. Penulis menyelesaikan pendidikan forman di SDN Babakan Bandung (2005-2011), SMPN 15 Kota Sukabumi (2011-2014), SMKN 3 Kota Sukabumi (2014-2017).

Penulis melanjutkan Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat dari tahun 2017 hingga sekarang.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengelolaan media sosial perlu adanya strategi dalam mengelolanya, karena hal ini menjadi salah satu faktor untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan tentunya menjadi citra *positif* di masyarakat akan apa yang di informasikan melalui media sosial. *Internet* telah membuat pelaku *public relations* juga memanfaatkan media *online* karena media ini memang sudah tidak dapat dihindarkan. Pengelolaan sosial media menjadi sangat penting bagi instansi perusahaan atau pemerintah yang memiliki sosial media untuk memberikan informasi mengenai berbagai kegiatan atau informasi umum yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan pengamatan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang memiliki akun sosial media seperti Instagram dengan nama akun Diskominfo_ Sukabumikota dengan jumlah pengikut 1.896 dan 1.292 unggahan. Unggahan yang terdapat dalam akun instagram ini merupakan berbagai informasi kegiatan yang dilakukan Diskominfo, laporan perkembangan program kerja, informasi umum lainnya. Dilihat dari akun sosial medianya bahwa kurang merespon atas konten-konten yang diberikan oleh pihak Diskominfo kepada masyarakat mengenai berbagai informasi-informasi yang diberikan pihak lembaga.

Fajar Suderajat dan Kenanga Puspitasari (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial oleh Unit Corporate Communication Pt Gmf Aerosia Vol 9 (2)”, menyebutkan bawasannya media sosial menjadi sarana yang digunakan untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi secara menyeluruh dalam waktu yang singkat dan memiliki tingkat keefektifitasan dan efesiensi yang tinggi dalam hal ini tidak kalah dengan media massa atau media cetak yang mudah dalam memberikan akses dengan cepat dan menyeluruh.

Media sangat mempengaruhi terhadap citra suatu lembaga dalam hal ini berbagai pemberitaan yang ada di media baik itu pemberitaan *positive* atau *negative* semua mudah diakses dan mudah untuk mencari tahunya. Media menjadi cerminan bagaimana lembaga dapat memberikan nilai yang *positif* dimata masyarakat, dengan demikian media *internet* atau media sosial menjadi sangat penting bagi lembaga untuk membuat citra lembaga *positif* dengan berbagai cara atau strategi pengelolaannya.

Media sosial sebuah media *online* yang dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda. Dengan adanya media sosial banyak masyarakat yang *membranding* dirinya atau lembaganya untuk mendapatkan pandangan *positif* dari orang lain yang menggunakan media sosial lain khususnya. Media sosial menjadi media sebagai kebutuhan dalam menciptakan *branding* yang baik. Fungsi adanya

sosial media ini guna mempermudah memberikan pelayanan informasi secara cepat dan mampu memberikan respon masyarakat terhadap informasi yang diberikan juga menyampaikan program yang telah dilaksanakan atau perkembangan program kerja kepada masyarakat atau khalayak.

Pengguna Instagram saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan, hal ini menjadikan instagram memiliki peran penting dalam pembentukan sebuah citra lembaga. Citra merupakan sebuah pandangan atau persepsi khalayak, masyarakat terhadap sesuatu, hal ini yang menjadikan citra sangat dianggap penting bagi instansi atau lembaga terkhusus lembaga pemerintahan. Pengalaman sebuah instansi atau lembaga mampu membentuk citra, baik itu citra *positif* atau citra *negative* yang akan menentukan bagaimana citra dari lembaga tersebut. Citra bukan hanya dilihat dari riwayat pengalaman sebelumnya saja, tetapi dapat dilihat dari berbagai media, salah satunya media sosial instagram.

Berdasarkan data pengamatan diatas peneliti mencermati bahwa dilihat dari unggahan yang di unggah kurang memberikan respon bagi masyarakat, hal ini menjadi pertanyaan besar apakah masyarakat yang kurang peduli akan informasi yang diberikan atau informasi yang diberikan tidak sesuai apa yang dibutuhkan. Dalam media sosial instagram Diskominfo Kota Sukabumi memuat berbagai konten sesuai dengan apa yang akan di informasikan kepada masyarakat namun kurang adanya respon tersebut menjadi pengaruh bagi citra

lembaga bahwa Diskominfo Kota Sukabumi belum dilihat atau dan berpengaruh penting bagi masyarakat yang membutuhkan informasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan pendekatan kualitatif, peneliti memilih karena pendekatan kualitatif akan berusaha untuk menjelaskan, atau mendeskripsikan secara mendalam mengenai strategi pengelolaan media sosial instagram sebagai informasi publik dalam membangun citra lembaga, dan paradigma yang dipergunakan adalah paradigma konstruktivistik karena peneliti melihat bagaimana suatu realitas sosial dikonstruksikan.

Berkembangnya media komunikasi saat ini sangat memudahkan dalam menerima dan memberikan informasi terlebih untuk seorang humas atau *public relations officer* dalam memberikan pelayanan informasi secara *online* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Media *internet* saat ini dilihat sebagai media *menstream* yang memiliki tingkat ke efektifan yang memberikan informasi secara cepat, efektivitas dan efisiensi yang tinggi dalam memberikan informasi karena mudah di akses dan dijangkau kapanpun dan dimanapun.

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan Latar Belakang yang telah dijabarkann mengenai konteks penelitian di atas, maka dari itu fokus peneliitian yang dibuat oleh peneliti hanya terfokus pada wilayah yang diteliti saja, yaitu mengenai "Pengelolaan Media

Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Analisis Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)” maka pertanyaan penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana perencanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram?
3. Bagaimana pelaksanaan dan komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui sosial media instagram?
4. Bagaimana Tahapan evaluasi hasil dari program yang telah dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial terkhusus instagram?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis dan mengkaji realitas mengenai:

1. Untuk mengetahui langkah-langkah penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram
2. Untuk mengetahui perencanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram
3. Untuk mengetahui pelaksanaan dan komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui sosial media instagram

4. Untuk mengetahui tahapan evaluasi hasil dari program yang telah dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan sebagai literatur yang tentunya bisa menjadi ilmu baru sesuai dengan teori yang berhubungan dengan strategi pengelolaan media sosial dalam membentuk citra lembaga, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber penelitian yang akan datang.

D.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini mampu bermanfaat untuk praktisi humas di berbagai lembaga terkhusus pemerintahan agar membangun atau meningkatkan citra positif lembaga dengan cara pengelolaan media sosial yang baik melalui berbagai strategi-strategi yang dilakukan.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian Sebelumnya

Tujuan penelitian terdahulu dengan jenis tema yang sama sebagai pembandingan bertujuan penelitian yang akan atau sedang dilakukan sehingga menentukan penelitian saat ini di tengah-tengah penelitian sebelumnya. **Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Slamet Mulyana, Dkk

(2019) Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Vol IX No. 1 dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Cikudul Sukabumi” penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Peneliti tersebut membahas mengenai bagaimana pengelolaan media sosial dalam meningkatkan promosi, dalam hal ini yang ada dalam jurnal tersebut menjelaskan pasar cikundul mengangkat dua konsep pasar digital, dengan memadukan keindahan alam, lingkungan, suasana sekitar masih alami dengan beberapa infrastruktur tambahan. Adapun pengelolaan media sosial ini melalui beberapa tahapan pencarian konten, pengelolaan konten, unggahan ke media sosial official dan berakhir dengan evaluasi media sosial. Media sosial telah terbukti akan nilai *positif* yang diberikan dalam memberikan penyebaran berbagai informasi yang banyak dilihat masyarakat dan dijadikan *referensi* yang mencerminkan pemanfaatannya. Tidak hanya dalam hal *positif*, media sosialpun mampu menggiring opini yang ada dengan cepat sehingga mudah tersebar ke berbagai kalangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan yang dilakukan memberikan nilai *positif* dan juga mampu mengelolaa dengan berbagai konsep yang dilakukan dalam hal ini pemasarannya pun sangat memberikan dampak positif bagi pengelolaa atau objek wisata pemandian air panas cikundul Sukabumi. Perbedaan penelitian Slamet Mulyana dengan peneliti terletak pada tujuan penelitiannya. Peneliti Slamet Mulyana yaitu

mendeskripsikan pengelolaan melalui media sosial sebagai media promosi pariwisata pasar cikundul. Dalam hal ini mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.

Kedua, penelitian Paramitha Widaswary Dkk (2019) PT Duta Visual Nusantatra Tivi Tujuh (TRANS7) Universitas Padjajaran, Profesi Humas, Vol 3 No. 2, dengan judul “Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transpormasi Pendengar” penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif. Jurnal tersebut meneliti mengenai media sosial sebagai perencanaan yang baik dalam memberikan cara strategi dalam digital marketing yang sangat menunjang suatu perusahaan atau lembaga terhadap transpormasi pendengar radio. Jurnal tersebut dikatakan bahwa media sosial menjadi salah satu penunjang bagi keberlangsungan transformasi radio saat ini karena media sosial memberikan respon yang cepat dalam memberikan informasi seputar kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu penyiaran, banyak masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai respon terhadap penyiar apabila akan memberikan tanggapan seperti halnya *reques* lagu dan lain sebagainya yaitu dengan menggunakan media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan media internet yang digunakan dalam jurnal tersebut menjadi media internet marketing atau elektronik marketing (e-marketing) salah satu media yang menunjang kegiatan yaitu seperti instagram, oleh karena itu radio OZ selalu update mengenai kegiatan, program dan

informasi yang dibagikan kepada masyarakat baik berbentuk *image*, poster ataupun vidio yang diisi *captions* tanpa batas karakter.

Perbedaan penelitian Faramitha Widaswari DKK bertujuan dalam penggunaan strategi sosial media instagram salah satunya mengkomunikasikan perubahan yang dilakukan oleh Radio OZ yaitu dengan memperluas segmentasi pasar hingga meraih umur dewasa muda. Seangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.

Ketiga, Penelitian Lucy Pujasari Supratman (2018) Universitas Telkom Vol 13 No. 1, dengan judul “Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native” peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus eksplanatori, penelitian ini bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native.

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam tiga domain yaitu alasan penggunaan media sosial dalam keseharian dan evaluasi dari penggunaan media sosial. Ketiga domain tersebut terintegrasikan secara komprehensif oleh digital native dalam mengelola konten informasi, menginterpretasikan, dan mengevaluasi diri sebagai penggunaan media sosial yang cerdas.

Perbedaan penelitian Lucy Pujasari Supratman terdapat pada pendekatan yang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus eksplanatori bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native. sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif yang

bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Rizky Nurul Shafa (2019) yang berjudul “ Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga” (Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia) dengan metode penelitian kualitatif melalui analisis deskriptif dalam meneliti pengelolaan konten instagram dalam menjaga citra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten PT. Dirgantara Indonesia diharapkan mampu menjaga citra dan memberikan yang terbaik dalam membangun dan mempertahankan citra..

Segala upaya dilakukan untuk memberikan informasi dan menimbulkan pandangan positif bagi masyarakat untuk PT. Dirgantara Indonesia dengan berbagai konten yang disajikan guna memudahkan dalam memberikan segala informasi dari berbagai kegiatan sehingga mampu mengelola konten instagram dengan baik. Perbedaan penelitian Rizky Nuruk Shafa lebih condong pada konten yang di berikan dan strategi yang dilakukan. Sedangkan peneliti condong pada pengelolaan sosial media instagram dalam membangun citra lembaga.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Intan Ayu Lestari (2018) dengan judul penelitian “Pengelolaan Website dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga” (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al-Masoem. Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan website di Yayasan

Pendidikan Al-Masoem kurang baik, hal ini karena kurangnya ada pengelolaan website dengan baik dan semestinya. Dalam konten websitenya di muat berbagai informasi mengenai informasi up to date sehingga memberikan isi yang menarik dan citra Yayasan Pendidikan Al-Masoem semakin baik di pandang oleh masyarakat atau khalayak.

Perbedaan penelitian Intan Ayu Lestari terfokus pada website yang dikelola di Yayasan Al-Masoem, sedangkan peneliti memfokuskan pada pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian yang akan dilaksanakan
1.	Selamat Mulyana (2019)	Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul	Pendekatan Kualitatif, metode studi kasus	Pengelolaan media sosial sebagai media promosi dilakukan dengan beberapa perencanaan atau tahapan yaitu,	Peneliti Slamet Mulyana yaitu mendeskripsikan pengelolaan media sosial sebagai media promosi pariwisata pasar

		Sukabumi		pencarian konten, pengelolaan konten, dan evaluasi.	cikundul. Dalam hal ini mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.
2.	Paramit ha Widasw ary Dkk (2019)	Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transpormas	Metode Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan media internet yang digunakan dalam jurnal tersebut menjadi media internet marketing atau	Perbedaan penelitian Faramitha Widaswari DKK bertujuan dalam penggunaan strategi sosial media instagram

		<p>i Pendengar</p> <p>Jurnal</p>		<p>elektronik marketing (e-marketing) salah satu media yang menunjang kegiatan yaitu seperti instagram, oleh karena itu radio OZ selalu update mengenai kegiatan, program dan informasi yang dibagikan kepada masyarakat baik berbentuk <i>image</i>, poster ataupun vidio yang diisi <i>captions</i> tanpa batas karakter.</p>	<p>salah satunya mengkomunikasikan perubahan yang dilakukan oleh Radio OZ yaitu dengan memperluas segmentasi pasar hingga meraih umur dewasa muda. Seangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.</p>
--	--	----------------------------------	--	---	--

3.	Lucy Pujasari Supratman (2018)	Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native Jurnal	Metode Penelitian Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini terbagi ke dalam tiga domain yaitu alasan penggunaan media sosial dalam keseharian dan evaluasi dari penggunaan media sosial. Ketiga domain tersebut terintegrasi secara komprehensif oleh digital native dalam mengelola konten informasi, menginterpretasikan, dan mengevaluasi diri</p>	<p>Penelitian Lucy Pujasari Supratman terdapat pada pendekatan yang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus eksplanatori bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial instagram</p>
----	--------------------------------	--	------------------------------	--	---

				sebagai penggunaan media sosial yang cerdas.	dalam membangun citra lembaga.
4.	Rizky Nurul Shafa (2019)	Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga” (Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia) Skripsi	Metode Kualitatif analisis Deskriptif	Pengelolaan konten PT. Dirgantara Indonesia diharapkan mampu menjaga citra dan memberikan yang terbaik dalam membangun dan mempertahankan citra..	Perbedaan penelitian Rizky Nuruk Shafa lebih condong pada konten yang di berikan dan strategi yang dilakukan. Sedangkan peneliti condong pada pengelolaan sosial media instagram dalam membangun citra lembaga.
5.	Intan	Pengelolaan	Metode	Pengelolaan	Perbedaan

	<p>Ayu Lestari (2018)</p> <p>Website dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga” (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al-Masoem)</p> <p>Skripsi</p>	<p>Deskrptif kualitatif</p>	<p>website di Yayasan Pendidikan Al-Masoem kurang baik, hal ini karena kurangnya ada pengelolaan website dengan baik dan semestinya. Dalam konten websitenya di muat berbagai informasi mengenai informasi up to date sehingga memberikan isi yang menarik dan citra Yayasan Pendidikan Al-</p>	<p>penelitian Intan Ayu Lestari terfokus pada website yang dikelola di Yayasan Al-Masoem, sedangkan peneliti memfokuskan pada pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.</p>
--	---	-----------------------------	---	---

				Masoem semakin baik di pandang oleh masyarakat atau khalayak.	
--	--	--	--	---	--

E.2 Landasan Teoritis

Teori adalah dasar dalam penyusunan yang harus ada dalam analisis penelitian yang di perlukan menganalisis dan menginterpretasikan berbagai data yang didapatkan dari hasil penelitian yang sebelumnya dilakuka. Teeori yang menjabarkan proses pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga, konsep dalam penelitian ini akan digunakan. Dalam penelitian konsep merupakan hal yang memberikan kajian literature terbaru dalam penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Cutlip, Center and Broom (Ruslan, 2006:351) menyampaikan bawasannya program kerja perencanaan melalui berbagai “Proses Empat Langkah-Langkah atau Tahap Pokok” yaitu sebagai berikut:

1. *Fact Finding* atau Permasalahan/ Pencarian Fakta
2. *Planning and Programing* atau Perencanaan dan Program

3. *Communication and Taking action* atau Komunikasi dan Aksi

4. *Evaluation* atau Evaluasi

1) Pertama, *Fact Finding* atau Permasalahan atau pencarian fakta

ini ialah pencarian atau pengumpulan fakta yang mampu memberikan langkah awal yang mempunyai untuk mengumpulkan berbagai data yang berkenaan dengan kebutuhan suatu lembaga ataupun perusahaan. Tahap ini ialah tahap dimana pengumpulan dan penentuan data atau permulaan dalam sesuatu hal pemicu permasalahan yang terjadi di masyarakat yang berhubungan langsung lembaga. Disinilah terfokus sebagai pengetahuan hasil opini masyarakat dan situasi yang ada terhadap sesuatu yang akan dilaksanakan, maupun sedang dilaksanakan itu dapat membantu atau tidaknya juga mengganggu dan mempersulit kegiatan perusahaan, organisasi atau lembaga.

2) Kedua, *Planning and Programing* atau Perencanaan dan program merupakan sebagian dari perincian secara mendetail dan tersusun dan tentunya sesuai mengenai berbagai proses-proses yang selanjutnya mulai direalisasikan untuk tujuan yang diharapkan. kegiatan dalam mengelola suatu program tentu yang pertama dilakukan yaitu dengan menyimpan berbagai data juga kenyataan di pusat tentang keadaan

bagaimana langkah yang harus di ambil dalam merencanakan, juga di dalam memiliki target sebuah kegiatan yang akan di buat juga dilaksanakan. Perencanaan dilakukan juga program dilakukan secara tepat agar apa yang menjadi kendala atau masalah dapat dengan cepat *terhanddle*. Tahap selanjutnya ini mulai memilih media yang tepat yang akan memudahkan perusahaan, lembaga atau organisasi untuk melaksanakan pemograman.

Planning and Programming merupakan bagaian penting dalam usaha memperoleh data seperti opini publik yang menguntungkan, hal ini sangat penting bagi pihak *Public Relations*, karena bagian yang menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan tujuan organisasi, perusahaan atau lembaga. Terutama tujuan *Public Relations*. Tugas seorang *Public Relations* yaitu menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan perusahaan, organisasi atau lembaga.

- 3) Ketiga, Komunikasi dan Aksi (*Communication and Taking action*) tahap ini dapat dikatakan sebagai tahapan melaksanakan disesuaikan dengan yang akan di laksanakan *Public Relations* data dan fakta yang ada. Dalam perencanaan komunikasi dan aksi adalah tahapan dimana kita sudah melakukan apa yang dilakukan sebelumnya. Tahap ini akan melakukan sesuai

dengan media pilihan yang digunakan. sehingga nanti komunikais yang tentunya bagus akan membangun efek yang bagus, sebaliknya ketika komunikasi yang tidak baik maka akan menimbulkan tidak baik.

- 4) Keempat, Evaluasi (*Evaluation*) merupakan tahap akhir dalam proses suatu program yaitu memperjelas atau menganalisis hasil persiapan perencanaa. Penyesuaian penempelan dari berbagai pempograman, dalam tahapan ini seorang *public relations* melaksanakan berbagai pendalaman kepada hal baru telah dilaksanakan atau dikerjakan beres tepatkah atau malah menjadi penghambat. Sesuai dengan benar atau masih keliru, sehingga hasil evaluasian mampu memberikan pandangan atau konsean gambar secara menyeluruh sehingga akan berjalan seperti semestinya sesuai dengan rencana- rencana awal yang disetujui.

E.3 Landasan Konseptual

1) Pengelolaan

pengelolaan merupakan langkah yang memberikan perlindungan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian suatu tujuan. dalam hal ini pengelolaan di artikan secara umum merupakan kegiatan merubah atau mengganti sesuatu menjadi lebih baik yang memiliki nilai lebih

tinggi dari sebelumnya. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai sesuatu agar lebih sesuai dengan yang di harapkan sehingga menjadi sesuatu yang tersusun dan terencana.

Nugroho (2003:119) mendefinisikan bahwa pengelolaan adalah bahasa yang digunakan dalam teori mengenai manajemen. Secara etimologis pengelolaan awalnya kata kelola (*to manage*) hal ini tentunya memfokus pada proses mengelola juga *menghanddel*, membantu dalam suatu pencapaian yang diharapkan.. Jadi pengelolaan ini ialah ilmu manajemen yang berkaitan dengan proses menangani dan mengurus hal dengan bertujuan agar sesuatu hal yang di harapkan..

Pengelolaan Instagram tentu sangat memberikan pengaruh terhadap suatu citra lembaga dan melalui pengelolaan sosial media yang baik juga mempengaruhi mengenai opini atau penglihatan masyarakat mengenai lembaga tersebut karena dilihat dari pengelolaan instagram yang baik mampu memberikan ketertarikan dalam memberikan segala informasi yang diberikan dan hal tersebut menjadi suatu perhatian masyarakat terhadap konten-konten yang diberikan melalui media sosial.

2) Proses Tahapan *Public Relations*

Konsep dalam penelitian dimaksudkan untuk memberkan referensi penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga. Cutlip and Center dalam (Ruslan,2010:150) menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui “proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok” yaitu sebagai berikut:

Pertama, Perencanaan data atau *Fact Finding*. Perencanaan fakta disini dilakukan oleh Bidang Pengolahan dan penyediaan data Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar mengetahui apa aja yang menjadi masalah, apa saja yang menjadi hambatan dalam membangun citra positif lembaga. Kedua, perencanaan dan program atau *planning and programing*, tahapan ini merupakan tahapan merencanakan dan melaksanakan program. Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisis lalu diintergrasikan atau diserahkan dengan kebijakan dan kegiatan organisasi, pada tahap ini bisa ditemukan “pilihan yang diambil”.

Ketiga, aksi dan komunikasi atau *Taking Actions and Communicating*. Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh Bidang pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar apa yang telah direncanakan terlaksana atau apa saja yang telah dilakukan dan mengapa demikian sehingga bisa melaksanakan yang telah direncanakan bisa melaksanakan yang telah direncanakan. Keempat, Evaluasi atau *evaluation* merupakan tahap penilaian yang dilakuka oleh Bidang pengolahan dan penyediaan data informasi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar apa yang telah direncanakan juga dilaksanaakn memberikan dampak dan menanggulangi maslah yang ada. Empat tahapan itu dituangkan dalam media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yaitu diskominfo_sukabumikota setelah empat tahapan tersebut dituangkan dalam media sosial barulah akan menghasilkan citra yang baik untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

3) Media Sosial

Media Sosial memang dimanfaatkan oleh masyarakat dalam mencari sumber informasi dan interaksi yang mempermudah dengan cepat dan lengkap. sekarang media sosial merupakan perkembangan media yang memberikan banyak fungsi sesuai dengan kebutuhan suatu penggunanya sehingga media sosial banyak diminati oleh masyarakat dalam mengelola lembaga, perusahaan atau organisasi. Media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat mudah digunakan oleh semua kalangan dalam mencari kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

Membahas media sosial, seiring perkembangan zaman saat ini media sosial semnajdi hal yang pasti dan penting dalam segala aspek yang kian memberikan pembaruan serta inovasi baru dalam perubahan. Ardianto, (2012:165) dalam bukunya *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif* menjelaskan bahwa sosial media merupakan mempergunakan jejaring internet juga berbagai fitur yang tentunya mempermudah pemakainya untuk bergabung, membagi juga merka enciptakan sebuah karya berbentuk konten dimedia sosial instagram. .

Media sosial banyak macamnya salah satunya yang paling sering digunakan oleh suatu instansi, lembaga atau perusahaan adalah instagram. Pemilihan media sosial ini dalam target dan jumlah banyak masyarakat yang aktif serta berperan aktif dalam mencari segala kebutuhan informasi di sosial media karena hal ini memudahkan untuk di akses juga dilihat kapan saja dan dimana saja dengan adanya koneksi internet yang baik.

4) Instagram

Instagram merupakan jenis sosial media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat umum, dalam hal ini instagram sebagai media yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan kontes kebutuhan penggunanya. Fitur yang diberikan oleh instagram berupa gambar-gambar, video berdurasi pendek juga cerita pendek melalui *instastory* dan fitur *live streaming*. Instagram aktif digunakan dari tahun 2010 hingga saat ini perkembangan media sosial instagram sangat pesat, dilengkapi dengan berbagai fitur baru dalam setiap pembaruannya, sehingga instagram menjadi media yang banyak digandrungi oleh masyarakat terkhusus kaum milenial.

5) Citra

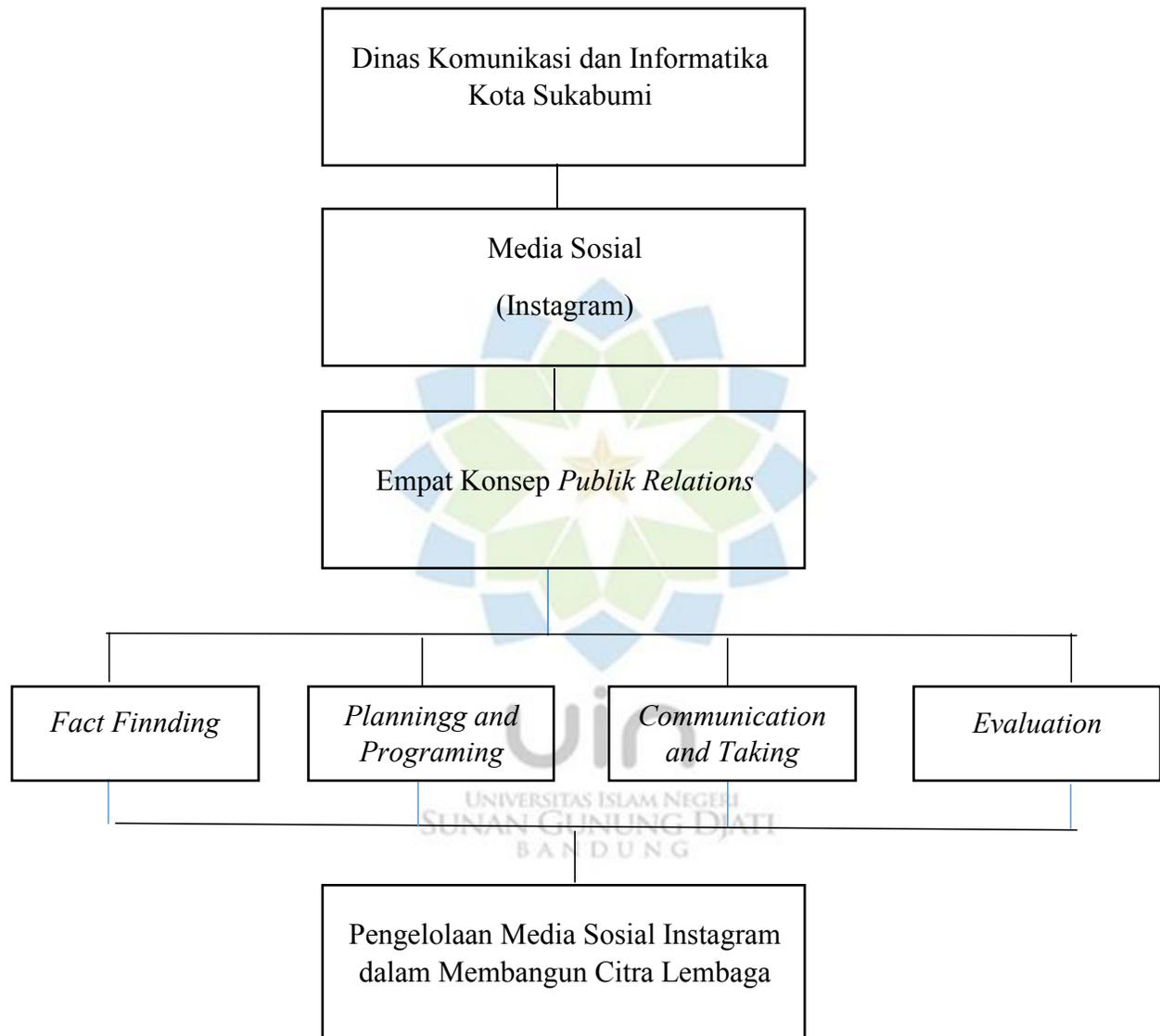
Citra merupakan pandangan setiap orang yang memberikan keuntungan bagi orang lain, lembaga, instansi atau perusahaan guna memandang sebuah reputasi atau pengalaman, saat ini yang terlihat citra positif atau citra negative. Menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007;113), citra adalah bagaimana orang lain atau pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, atau suatu aktivitas. Citra

dapat dikatakan sebagai pandangan juga gambaran yang tentunya bisa dilihat oleh lingkungan bahkan secara meluas sebagai hal yang telah berpengalaman mengenai pengetahuan tentang suatu objek.

Citra terbagi menjadi beberapa jenis, menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianti (2007:117), adalah sebagai berikut:

- a. Cerminan Citra (*The Mirror Image*) merupakan dugaan manajemen tentang pihak luar melihat lembaga atau instansinya.
- b. Citra Masih Hangat (*The Current Image*) merupakan pandangan tentang sesuatu pada pihak luar sesuai dengan pengalaman
- c. Citra yang Diinginkan (*The Wish Image*) mengenai ini manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu untuk dilihat bahwa citranya itu positive.
- d. Citra yang Berlapis (*The Multiple Image*) merupakan sekelompok orang atau kantor seperti kantor cabang yang tentunya bisa membentuk citra yang mungkin tentu sesuai dengan keragaman citra organisasi lainnya.

Bagan 1
Kerangka Konseptual



F. Langkah-Langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Berlokasi di Kantor Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi yang beralamat di jalan Syamsudin, SH Nomor 25 Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi Jawa Barat. Objek penelitian yaitu Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi).

F.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma Konstruktivisme digunakan peneliti yang dimana pandangan paradigma ini menjelaskan bawasannya realitas sosial diciptakan melalui kontruksi sosial oleh manusiaa..Penelitian memperunakan paradigma konstruktivisme akan mengkaji suatu realitas pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi. Pengelolaan media sosial merupakan realitas yang di konstruksikan lembaga dalam menjalankan fungsi dalam pelayanan terbaik untuk masyarakat.

Paradigma kontruktivisme melihat atau melihat suatu realitas yang sesungguhnya natural kehidupan sosial. bukanlah realitas, namun dibentuk dari hasil kontruksi. Menetapkan pentingnya kontruktivismesuatu pengamatan dalam objek suatu realitas atas ilmu pengetahuan hingga menentukan pengetahuan (Salim,2006:73-75)

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Yang dimana pendekatan ini bisa mendapatkan pandangan atau arahan mengenai realitas dari cara pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga. Agar penelitian menghasilkan data yang bersifat komprehensif, maka pendekatan kualitatif digunakan peneliti dalam hal ini penenliti harus memiliki kemampuan yang dalam serta analisis yang tajam.

F.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif digunakan peneliti dengan tujuan agar bisa mengelompokan permasalahan yang sedang diteliti dengan memisahkan objek dalam kegiatan penelitian di suatu perusahaan juga lembaga, khalayak dan yang lainnya sebagainya juga saat ini sesuai dengan fakta-fakta yang ada mengenai pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus atau bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh objek penelitian misalnya, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang di kemas dengan kontek khusus alamiah untuk memanfaatkan metode-metode ilmiah. (Moleong, 2006:6)

F.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Data kualitatif ini ialah bukan data yang bersifat tidak hitungan sehingga data-data yang di simpan dan dikumpulkan mengenai data-data pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data yang dibagi menjadi dua bagian yaitu, sebagai berikut:

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah data basis atau utama yang dipakai sebagai nanti pencarian. Data utama di peroleh yang dapat digambarkan sebagai jenis data yang langsung dari peneliti atau narasumber atau informan. Sumber utama dan rujukan utama yaitu para staf karyawan atau pegawai, media sosial instagram juga website resmi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data tambahan yang didapatkan dari pihak kedua ketiga atau seterusnya. Dalam hal ini data tersebut merupakan data pelengkap. Dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa sumber

pengetahuan dan data yang menunjang dimana data mampu saling mendukung yaitu buku pengetahuan, jounnal, dan lain sebagainya yang berhubungan dnegan karya ilmiah.

F.5 Teknik Pemilihan Informal

Teknik penentuan sampel digunakan peneliti sebagai pertimbangan untuk peneliti mencari narasumber yang dijadikan orang yang dianggap mengetahui serta tentunya memahami apa yang dibutuhkan juga diharapkan. Dapat mampu mempermudah peneliti dalam mencari data informasi yang dapat memudahkan apa yang sedang di teliti. Objek yang dijadikan narasumber peneliti adalah orang yang ada hubungannya dengan mempunyai ilmu pengetahuan dibidangnya, yaitu Seksi atau Bgaian Karyawan Dinas Komunikasi dan Informasi sesuai dengan bidang yang ditekuninya

Subjek yang dijadikan penelitian sebagai informan adalah Staf Dinas Komunikasi dan Informatika dengan kriteria:

1. Informan merupakan Staf Karyawan Dinas Komunikasi dan Informasi, alasan menentukan kriteria ini yairu untuk menyesuaikan individu-individu yang mengerti juga paham yang berkaitan betul dengan kegiatan-kegiatan *public relations*.
2. Informan merupakan pengelola Media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

3. Informan merupakan pembuat konten untuk media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

F.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan wawancara dan observasi partisipatif Pasip. Wawancara merupakan obrolan yang mempunyai tujuan. Obrolan atau sama halnya percakapan itu dilaksanakan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan berbagai pertanyaan dan yang di wawancarai (*Interviewee*) yang memberikan tanggapan serta jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini wawancara terstruktur digunakan peneliti agar dimana seseorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

Observasi Partisipatif Pasif juga akan dilakukan peneliti dalam hal ini merupakan teknik mengumpulkan data melalui mengamati atau pemantauan mengenai objek yang sedang diteliti. Afifudin dan Saebani (2018:134) dalam bukunya metode penelitian kualitatif menyebutkan tujuan di lakukan observasi untuk lebih memahami hasil dari wawancara. Observasi dilakukan terhadap subjek yang berinteraksi dengan peneliti, dan setiap hal yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan data tambahan.

Menurut Patton yang dikutip oleh Rakhmat (1999:134) dalam bukunya metode penelitian komunikasi observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setiap hal

yang sifatnya langsung, orang yang ada dan termasuk dalam hal tersebut, dan mengambil makna dari hal tersebut dengan pandangan yang dilihat mereka dalam hal tersebut. Observasi partisipatif yang dilakukan untuk lebih memahamai konteks data pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga melalui media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

F.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Peneliti memilih teknik penentuan keabsahan data melalui cara menggunakan teknik triangulasi data. Menurut Paton dalam Moleong (2012:333) memaparkan bawasannya triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang dimana memakai data yang lain, yaitu data diluar sesuai dengan keperluan berbagai pemeriksaan juga untuk perbandingan dari data lainnya. Moleong mengungkapkan bahwa data yang didapatkan dari penelitian harus bisa dipertanggung jawabkan dengan proses kebenarannya atau tidaknya.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik penentuan keabsahan data sesuai dengan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti kepada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi, yaitu dengan wawancara dan observasi partisipatif pasif.

F.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang menurut menurut Miles dan Huberman yang di kutip oleh Silalahi (2012:339-341) dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Sosial menyebutkan ada tiga alur dalam teknik analisis data, yaitu:

1. Reduksi Data

Proses reduksi data selama penumpun data sumber dilakukan saat penelitian. Reduksi data merupakan proses mengarahkan, menggolongkan, menajamkan, serta membuang yang tidak dibutuhkan, memilih merangkum serta mengorganisasikan data yang dibutuhkan terkait kepentinga juga fokus pada data yang dapat sesuai dengan yang di dapatkan saat penelitian.

2. Penyajian Data

Proses menyusun berbagai data dan informasi yang sudah terkumpulkan yang diambil tindakan dan simpulan dari data-data tersebut dinamakna penyajian data. Narasi, grafik, bagan dan berbagai jenis matriks merupakan bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif yang didapat saat ini. Peneliti memakai alur ini sebagai pemahaman data yang di dapat dengan melakukan analisis jauh mendetail.

3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Proses yang dilakukan ini selama peneliti sedang dilaksanakan, tentunya juga menguji kebenarannya, kesesuain dan kecocokan data yang dikumpulkan selama kegiatan penelitian berlangsung. menarik kesimpulan juga verifikasi juga dilakukan sesuai tahapandata yang terkumpul selama di lapangan, penyimpanan dan pengumpulan data akhir hingga mencapai final.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Public Relations

A.1 Definisi Public Relations

Public Relations banyak mengalami perkembangan yang sangat begitu signifikan. Namun perkembangan *public relations* ini tidak sama serempak dengan berbagai negara baik dari segi bentuk maupun kualitasnya. Proses perkembangan *public relations* lebih banyak ditentukan oleh situasi masyarakat yang begitu kompleks. Menurut Canfield mendefinisikan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang diekspresikan melalui kebijaksanaan dan kegiatan-kegiatan untuk melayani berbagai kepentingan publik, melakukan berbagai kegiatan komunikasi bagi publiknya untuk menciptakan pengertian dan *goodwill* dari publiknya. (Yulianita 2007:30).

Internasional Public Relations Associations (IPRA) mendefinisikan *public relations* sebagai fungsi manajemen dari ciri yang dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk mendapatkan atau memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka (Soemirat dan Ardianto, 2003:14) .

Menurut Kasali (2003:27) dalam bukunya manajemen *public relations* konsep dan aplikasinya, menerangkan bahwa *public relations* ialah merupakan fungsi manajemen mengidentifikasi kebijaksanaan yang menilai sikap publik, demi kepentingan dan tata cara organisasi publiknya, memikirkan sesuatu untuk merencanakan suatu program kegiatan dan bentuk komunikasi dalam mendapatkan dukungan serta perhatian dari publiknya.

Rex. F. Harlow yang dikutip oleh Rosady Ruslan dalam buku manajeen public relations mengemukakan bahwa secara umum public relations mempunyai dua pengertian:

1. *Public relatons* sebagai *methode of communications* adalah merupakan rangkaian atau metode komunikasi terdapat makna bahwa setiap pimpinan dari organisasi sebagaimanaupun kecilnya dapat melaksanakan fungsi-fungsi *public relations*.
2. *Public relations* sebagai *state of being* adalah perwujudan suatu kegiatan komunikasi yang dilambangkan kedalam bentuk biro atau divisi atau seksi itulah yang dimaksud dengan *state of being* dalam sistem manajemen kehumasan.

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa humas memiliki 2 pengertian yaitu sebagai *state of communications* yang mana rangkaian komunikasi yang berbeda dari yang lain, artinya kehumasan tersebut belum melembaga dan masih berdiri sendiri. Dan selanjutnya sebagai *state of being* yaitu humas sudah dipisahkan

dan menjadi sebuah bentuk divisi, seksi atau biro tersendiri dan lebih mengerucut tugas dan fungsi sebagai humas.

Berdasarkan berbagai pengertian yang di kemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah metode komunikasi yang menjalankan fungsi manajemen dalam kegiatan, yang memiliki tujuan untuk menciptakan opini publik yang positif dengan menjalin hubungan yang baik dengan publiknya yaitu publik internal dan publik eksternal menumbuhkan hubungan yang saling pengertian.

A.2 Tujuan Public Relations Online

Tujuan dari *Public Relations* menurut Frank Jefkins yang di kutip oleh Neni Yulianita dalam bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Public Relations*, menyatakan bahwa tujuan *Public Relations* ialah : “ meningkatkan *favourable image* atau citra yang baik dan mengurangi atau meminimalisis *unforable image* atau citra buruk terhadap organisasi tersebut. (Yulianita, 2000:42)

Menurut Oemi Abdurrachman ialah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public, kegiatan *Public Relations* harus di kejar keluar dan kedalam (Abdurrachman, 2001:34)

(Frank Jeffkin, 2003:54) dalam bukunya *Public Relations* menjelaskan bawasannya ruang lingkup tujuan *public relatios* itu sangat meluas. Dengan berbagai

serangkaian pembahasan yang mendetail, maka antara lain yang pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra dimata khalayak umum sehubungan dengan adanya berbagai kegiatan-kegiatan yang dilakukan lembaga
2. Untuk memperluas penyebaran berbagai kegiatan-kegiatan mengenai riset yang telah dilakukan lembaga
3. Untuk mengenalkan lembaga pada khalayak luas, serta membuka relasi baru untuk kegiatan baru
4. Untuk memberikan rasa yakin khalayak bahwa lembaga dapat mempertahankan atau membangun setelah krisis
5. Untuk memperluas berbagai informasi perihal kegiatan dan aktivitas keterkaitan lembaga
6. Untuk meningkatkan kualifikasi pegawai
7. Untuk memberikan informasi atas ketercapaian yang telah diraih oleh lembaga sehingga memberikan dampak positif bagi lembaga.

Staf kehumasan atau seorang praktisi *public relations* tidak hanya harus terampil menulis dan berbicara, namun seorang *public relations* harus menguasai berbagai teknologi informasi lainnya guna mengelola dengan baik apa yang akan di informasikan sehingga tidak tertinggal oleh perkembangan yang ada saat ini.

B. Konsep Four Step Public Relations

Menurut Cutlip Center and Broom (dalam Kasali dan Abdurahman), proses *public relations* sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial. Proses ini terdiri dari *Fact Finding* (pencarian fakta), *Planing and Programing* (perencanaan dan pemograman), *Communications and Action* (komunikasi dan aksi), *Evaluating* (Evaluasi). (Abdurachman,2001:31).

1. Fact Finding (Pencarian Fakta)

Fact finding sebagai awal langkah pencarian fakta yang bertujuan untuk mengumpulkan berbagai olahan yang tentunya terkait sesuai kebutuhan lembaga itu sendiri, instansi atau perusahaan. Tahapan ini ialah tahapan awal dalam pencariain data tentang apa yag menjadikan sumber permasalahan yang saat ini terjadi di masyarakat dan khalayak juga keterikatan bersama lembaga, instansi atau perusahaan. Fokus disini ini ialah sebagai pengetahuan sejauhmana situasii yang terdapat di lapangan (opin publik) mengenai langkah yang akan di dilaksanakan yang lagi dilakukan itu dapat membantu atau dapat menghabat berbagai kekuatan lembaga, organisasi juga perusahaan.

2. Planning and Programing

Planning atau perencanaan ialah merupakan perincian secara mendetail dan teratur mengenai tahap-tahap yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Pada berbagai kegiatan pengelola jenis kegiatan

yang sebelumnya mengumpulkan fakta dan data dilapangan tentang keadaan objek yang selanjutnya sangat butuh sebagai melakukannya adalah membuat suatu *planning* atau perencanaan yang memiliki suatu keinginan sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya. *Planning and programing* ini dilakukan harus sesuai supaya hal yang menjadi permasalahan bisa terselesaikan dengan tepat. Baiknya tahapan ini dimulai untuk menentukan jenis media yang dapat dipakai sebagai pengkomunikasian kegiatan yang direncanakan, program yang di siapkan akan lebih mudah dijalankan apabila media yang digunakan sesuai dengan kebutuhan.

Planning and programing ini merupakan tahapan bagian terpenting untuk memperoleh tanggapan masyarakat atau opini masyarakat yang membantu serta dapat mempermudah, sangat dibutuhkan untuk orang-orang atau praktisi *public relations*, karena pada dasarnya bagian terpenting dalam pencapaian untuk kesuksesan suatu harapan sebuah organisasi terutama harapan *public relations*. Seorang *public relations* bertugas sebagai salah satunya yaitu menjadi penghubung berbagai kegiatan seperti komunikasi dengan kepentingan lembaga atau perusahaan.

3. *Communicatins and Action* (Komunikasi dan Aksi)

Tahap selanjutnya adalah merupakan tahap komunikasi disertai dengan pengaksian dikatakan tahap kegiatan melaksanakan program *public relations* dengan ketentuan data juga fakta yang sudah dicari datanya. Komunikasi dan aksi ini ialah merupakan tahap dimana kita melakukan aksi atas apa yang

sudah sebelumnya untuk direncanakan. Tahap pelaksanaan komunikasi dilakukan dengan menyesuaikan apa yang media telah pilih sebelumnya. Karena menggunakan komunikasi yang bagus juga efektif akan menghasilkan atau memberikan efek yang bagus juga efektif.

4. *Evaluating* (Evaluasi)

Tahapan evaluasi ini adalah akhir tahapan di akhir tahapan ini diminta melihat juga memperhatikan kembali mengenai apa yang sudah direncanakan persiapan perencanaan, kesesuaian penetapan dari hasil tahap pemrograman. *public relations* disini tentunya diharapkan mampu analysis mengenai apa saja yang sudah dilakukan, sudah tepat dan sesuai atau belum apakah sudah sesuai apa belum dan apakah sudah maxsimal apa belum sesuai yang diharapkan. Hasil dari evaluasi akan mempunyai gambaran mengenai keseluruhan tentang yang diharapkan apakah akan berjalan semestinya dengan yang direncanakan atau malah tidak sesuai dengan apa yang sudah terencanakan sebelumnya.

Empat tahap tersebut merupakan serangkaian perencanaan yang saling berkaitan satu sama lain. Proses kerja *public relations* atau humas berkesinambungan dengan kepentingan sebuah lembaga tau perusahaan. Dari keemat tahap itu semuanya memiliki peran dan unsur yang dapat digunakan untuk mencari permasalahan perusahaan.

C. Sosial Media

Sosial media dapat dijelaskan secara singkat yaitu sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh masyarakat sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Sosial media secara umum dapat di artikan sebuah pelantara, dan pelantara bisa berupa apapun seperti halnya berbagai media sosial yang ada seperti *instagram*, *twitter*, *facebook* dan masih banyak media soisal lainnya. Sosial media adalah media online yang penggunaannya bisa dengan mudah bergabung atau berpartisipasi, memberikan dan menciptakan berbagai isi meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual.

Sosial media pada dasarnya merupakan perkembangan dari teknologi-teknologi yang berbasis internet, yang sangat mpermudah khalayak dalam berpartisipasi juga berkomunikasi hingga saling membentuk sebuah jejaring *online* hingga dapat memberikan dan menyebarkan informasi secara luas dengan berbagai konten yang dibuatnya. Menurut Mandibergh dalam (Nasrullah 2014:11) media sosial adalah media yang memberikan wadah kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*)

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial.

D. Instagram

Instagram berasal dari dua kata yaitu *in* dan *gram* yang artinya instan yaitu cepat dan mudah, seangkan *gram* di ambil dari kata telegram yang mempunyai keterkaitan sebagai media pengirim berbagai informasi yang sangat cepat. Instagram sebagai media yang digunakan orang-orang untuk berbagai kepentingan konten seperti foto, vidio, instastory dan lain sebagainya. Instagram merupakan bagian dari media sosial lainnya yang memungkinkan penggunaan dapat dengan cepat terhubung dengan temannya yang lain sehingga memberikan informasi yang cepat dan menyeluruh sehingga mudah di akses dan digunakan oleh siapapun. (M Nisrina, 2015:137)

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk membagikan cerita yang berbentuk foto ataupun vidio yang memungkinkan penggunanya mengambil gambar juga menerapkan berbagai filter digital yang tersedia dan membagikan ke berbagai jejaring sosial media lainnya sehingga dapat dengan mudah dilihat oleh pengguna yang lain. Aplikasi ini di buat oleh Burbn, Inc yang merupakan perusahaan berbasis teknologi start up yang hanya berfokus pada aplikasi handphone dan situs web yang dapat di akses melalui website. Media sosial instagram merupakan jejaring yang dapat di manfaatkan sebagai penyebaran informasi apapun dan dapat dijadikan sebagai media pemasaran. (Rahmawati, 2016:3)

Menurut Atmoko Bambang (2012:4) dalam bukunya *Instagram Handbook* instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna

mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanna jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri istilah pertemanan di instagram yaitu *following* dan *followers* yang dimana *following* merupakan seseorang yang mengikuti sedangkan *followers* seseorang pengikut. Setiap pengguna bisa memberikan komentar, *like* dan membagikan kepada orang lain.

Atmoko Bambang (2012:28) menyebutkan bahwa fitur-fitur instagram memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan, antara lain:

1. *Home Page*

Home page merupakan halaman utama yang menampilkan (*timeline*) berbagai foto-foto terbaru dari semua pengguna yang telah diikuti.

2. *Comments*

Fitur ini berupa fitur yang dapat digunakan pengguna dengan menulis komentar terhadap unggahan orang lain.

3. *Explore*

Explore merupakan fitur instagram yang menampilkan foto atau video yang paling populer atau yang banyak disukai pengguna lain. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan *explore*.

4. *Profil*

Pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya.

5. *News Feeds*

Merupakan *fiture* yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram. *News feed* mempunyai dua jenis tab yaitu “*following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna. Memberikan kmentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

6. *Stories*

Merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fotur home namun dalam jendela stories atau cerita foto dan video memiliki batas waktu hanya 15 detik saja yang dapat di lihat atau ditampilkan dengan durasi 24 jam.

E. Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan diartikan untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai dengan berbagai kebutuhan dan target yang diinginkan sehingga lebih bermanfaat. Pengelolaan data diartikan sebagai manajemen yang artinya mengatur, mengurus, mengelola suatu program atau kegiatan. Pengelolaan adalah pengendalian atau pemanfaatan pada menurut suatu perencanaan sumber data dibutuhkan sebagai penyelesaian suatu tujuan-tujuan kerja tertentu. Pengelolaan juga sama halnya seperti mengorganisasikan dan penginstruksian manusia pada usaha untuk

kebutuhan secara efektif material dan fasilitas untuk mencapai sebuah tujuan tertentu.

Menurut Lughey dalam buku Nasrullah (2006:3) pengertian media lebih dekat terkadang cenderung terhadap sifatnya yang dimana karena terlihat dari beberapa jenis terori yang ada dalam komunikasi massa. Media data diartikan sesuai dengan kebutuhan dan kegunaannya. Media terbagi menjadi dua jenis yaitu media elektronik dan media cetak. Media elektronik ialah media yang menggunakan elektronik seperti televisi, radio, komputer dan lain sebagainya. Sedangkan media cetak ialah yang di buat oleh mesin cetak seperti brosur, Koran, majalah, balok, pamflet dan lain sebagainya. Media ini keduanya saling berkaitan sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan untuk alat komunikasi dan berkomunikasi.

F. Citra Perusahaan

Perusahaan atau lembaga hampir semua menginginkan citra yang positif atau baik untuk perusahaan lembaga atau organisasi. Banyak cara dilakukan agar menjaga citra dari tetap baik di mata masyarakat sehingga citra perusahaan atau lembaga di pandang baik. Perusahaan atau lembaga harus berusaha menjaga agar penilaian masyarakat kepada perusahaan tetap positif. Citra yang baik merupakan tujuan utama dalam perusahaan atau lembaga karena bisa menjadi tolak keberhasilan suatu perusahaan atau lembaga dengan hal ini bisa memberikan berbagai pelayanan yang baik, informasi-informasi yang akurat sehingga mampu memberikan sesuai kebutuhan masyarakat dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Citra

bisa dibentuk dan dijaga dengan baik dengan cara salah satunya melalui media social. Jika lembaga atau perusahaan telah memiliki citra yang baik di pandangan masyarakat lembaga atau perusahaan akan lebih mudah berkomunikasi secara efektif dan akan berdampak juga jika perusahaan memiliki berbagai kegiatan di luar jika citra perusahaan di masyarakat sudah baik.

Citra adalah pandangan atau kesan yang diperoleh seseorang terhadap kenyataan atau fakta-fakta di suatu lembaga atau perusahaan. Citra bisa juga dikatakan sebagai pandangan individu, masyarakat atau khalayak mengenai jati diri sebuah lembaga, organisasi atau perusahaan. Menurut Katzz dalam Somirat dan Ardiannto (2010:111-114) Citra ialah bagaimana cara orang lain melihat sebuah lembaga, organisasi atau orang dalam suatu komitmen atau suatu kegiatan juga aktivitas yang telah dilakukan. Setiap lembaga, organisasi atau perusahaan pasti memiliki citra baik atau sebaliknya. Berbagai citra datang dari berbagai system dalam perusahaan itu sendiri seperti para pegawai, staf bahkan pimpinan perusahaan itu sendiri.

F.1 Jenis-jenis Citra

Citra terbagi menjadi beberapa jenis, menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:117), adalah sebagai berikut:

1. *The Mirror Image* (Cerminan Citra) bagaimana dugaan manajemen terhadap pihak luar dalam melihat lembaga atau instansinya.

2. *The Current Image* (Citra Masih Hangat) yaitu pandangan yang terdapat pada pihak eksternal yang berdasarkan pengalaman.
3. *The Wish Image* (Citra yang Diinginkan) dalam hal ini management menginginkan pencapaian prestasi tertentu untuk dilihat bahwa citranya itu positive.
4. *Corporate Image* (Citra Perusahaan) yaitu citra dari satu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanan.
5. *The Multiple Image* (Citra yang Berlapis) yaitu sejumlah individu atau kantor cabang lainnya dapat membentuk citra yang belum tentu sesuai dengan keragaman citra organisasi lainnya.

F.2 Peran Citra

Menurut Sutisna (2001:32) mengidentifikasi empat peran citra bagi suatu organisasi yaitu:

1. Citra menceritakan harapan bersama, dan citra yang positif membuat orang-orang lebih mengerti dengan komunikasi lembaga
2. Citra sebagai penyaringan yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan atau lembaga. Jika citra baik maka akan jadi pelindung lembaga atau akan menjadi sebuah hal yang positif nantinya untuk lembaga tersebut
3. Citra merupakan fungsi dari pengalaman serta harapan publik

4. Citra tentunya mempunyai pengaruh enting terhadap suatu organisasi dalam memanajemen di artikan dengan bahasa lain yaitu mempunyai pengaruh dampak bagi internal.

G. Pengelolaan Citra Lembaga di Media Sosial Instagram

Citra merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan lembaga atau seseorang. Banyak hal yang dilakukan perusahaan atau lembaga agar citranya tetap menjadi citra yang positif di mata publiknya. Seperti dengan menjaga hubungan baik atau relasi dengan pihak internal ataupun eksternal, komunikasi langsung, melalui internet taua melalui media cetak. Salah satu cara yang banyak dilakukan perusahaan atau lembaga dengan menggunakan media social. Social media di zamamn sekarang sudah menjadi kebutuhan khalayak dalam mengakss segala informasi yang ada. Banyak informasi yang disuguhkan sehingga memudahkan untuk mengetahuinya.

Masyarakat saat ini banyak menggunakan media social sebagai bisnis, kebutuhan gaya hidup dan bahkan menjadi alat untuk membangun, atau mempertahankan suatu citra yang di milikinya. Suatu kemudahan bagi perusahaan atau lembaga untuk memberikan berbagai informasi secara menyeluruh dan meluas dari konten-konten yang di unggah melaui media sosial seperti instagram. Citra lembaga atau perusahaan akan terbentuk dengan banyaknya informasi yang diberikan sesuai kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat dapat memandang perusahaan atau lemabaga dengan baik.

Media social membuat perusahaan dan masyarakat menjadi lebih cepat dekat dan informasi yang disampaikan perusahaan tersampaikan sehingga menjadi hal yang dibutuhkan. Dengan cara mengelola konten insagram di media social untuk lebih menarik minat pembaca atau pencari informasi. Pengelolaan citra perusahaan melalui media social sangat efektif karna selain menjaga citra dengan komunikasi langsung dnegan cara lain juga perusahaan lebih cepat menjaga citra dari sebuah perusahaan dengan cara memberikan informasi-informasi dengan semenari mungkin.



BAB III

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

A.1 Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika

Pembentukan Kantor PDE, Arsip Daerah dan Humas, Peraturan Daerah Kota Sukabumi nomor 6 tahun 2008 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kota Sukabumi yang dikuatkan dengan Peraturan Walikota Sukabumi Nomor 30 tahun 2008 tentang kedudukan tugas pokok, fungsi dan tata kerja kantor PDE, Arsip daerah dan Humas Kota Sukabumi memiliki satu Kasubag, yaitu Kasubag Tatat Usaha dan tiga Kepala Seksi yaitu Kepala Seksi Pengelolaan Data Elektronik (PDE), Kepala Seksi Arsip Daerah dan Kepala Seksi Humas.

Pembentukan Kantor Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi Peraturan Daerah Kota Sukabumi Nomor 16 Tahun 2012 tentang Organisasi Perangkat Daerah Kota Sukabumi yang dikuatkan dengan Peraturan Walikota Nomor 50 Tahun 2012 tentang Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Kantor Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi memiliki satu Kasubag Tata Usaha dan tiga Kepala Seksi yaitu Kepala Seksi Komunikasi dan Diseminasi Informasi, Kepala Seksi Teknologi Informasi dan Aplikasi Telematika, Kepala Seksi Pengelolaan Data Elektronik dan Pos dan Telekomunikasi.

A.2 Visi dan Misi dan Makna Logo Departement Komunikasi dan Informatika

Visi

Terwujudnya Penyelenggaraan sistem komunikasi berbasis teknologi informasi

Misi

1. Mewujudkan *E-Government* di lingkungan pemerintah kota sukabumi
2. Mewujudkan pengelolaan informasi publik berbasis teknologi informatika

Logo

Gambar 1 Logo Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi



Arti Logo:

Visualisasi logo Departemen komunikasi dan informasi menurut KEPMENKOMINFO/4/2007 tentang penetapan logo departemen komunikasi dan informatika adalah sebagai berikut:

Bentuk logo secara menyeluruh tersusun dari tiga huruf C yang merupakan singkatan dari *Communication, Content and Computer*. Yang merupakan bidang

utama tugas department komunikasi dan informatika. Geometris yang membentuk tiga bidang yang secara optis bersumber dari satu titik pusat memutar, menyebar atau melebar, yang artinya mempunyai tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan pos yang berkualitas, merata dan terjangkau juga menggambarkan unsur kegiatan penyiaran. Bentuk ini secara garis besar membentuk lingkaran, yang mempunyai arti kemandirian. Secara sepintas bentuk logo menyerupai sebuah kerang, yang terinspirasi oleh nafiri, alat komunikasi tradisional yang sering dipakai oleh leluhur bangsa indonesia untuk berkomunikasi.

Warna merupakan kombinasi warna biru yang mempunyai karakter, lugas, kokoh, teknologis, dinamis, optimis dan profesional. Aksen warna biru muda selain menambah kesan estatis juga menyiratkan pengertian “perlindungan terhadap publik” digambarkan dengan bidang biru muda yang dipayungi oleh dua bidang biru. *Tipography logotype* menggunakan tipe huruf futura md bt, yang mempunyai karakter lugas, berwibawa dan modern.

A.3 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika

Gambar 2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika



Sumber: Riksan Satyaprawira, S.S (Kepala Seksi Pengolahan dan Penyediaan Informasi) Diakses pada tanggal 14 juni 2021 pukul 11.19 WIB

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi tidak secara khusus menamakan humas kedalam bidang, dalam hal ini diskominfo tetap membangun citra lembaga dengan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi guna membangun serta menjaga citra lembaga agar tetap dipandang baik oleh masyarakat. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik melaksanakan tugas membina dan melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Penyusunan rencana kerja Bidang Informasi dan Komunikasi Publik
2. Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan dan pembinaan informasi dan komunikasi publik
3. Pelaksanaan dan pembinaan pengelolaan komunikasi publik
4. Pelaksanaan dan pembinaan komunikasi publik
5. Pelayanan dan pengaduan masyarakat
6. Pelaksanaan dan pembinaan data statistik dan,
7. Evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan kerja Bidang Informasi dan Komunikasi Publik.

A.4 Profil Informan

Pada bab ini menjelaskan temuan penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi dengan beberapa narasumber, antara lain Bapak Riksan Satyaprawira, S.S selaku Kepala Seksi Pengolahan dan Penyediaan Informasi, Bapak Tatan Sontani S.IP, M.Si selaku Ketua Bidang Informasi dan Komunikasi dan Ibu Dhea Noor Kumala selaku Seksi Komunikasi publik. Informasi ini berkaitan langsung dengan kegiatan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga yang telah bekerja dalam kurun waktu kurang lebih 16 tahun, adapun data mengenai profil informan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3
Daftar Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan	Lama Kerja
1.	Riksan Satyaprawira S.S	Laki-laki	Kepala Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi	15 Tahun 2 Bulan
2.	Tatan Sontani, S.IP, M.Si	Laki-laki	Ketua Bidang Informasi dan Komunikasi Publik	16 Tahun
3.	Dhea Noor Kumala, S.H	Perempuan	Seksi Komunikasi Publik	5 Tahun

Sumber: Hasil Olahan Penelitian

B. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Dinas Komunikasi dan Informasi merupakan sebuah lembaga pemerintahan yang ada di setiap lembaga daerah di bawah pimpinan Kementerian Informasi dan Komunikasi. Dinas Komunikasi dan Informasi merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah di bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintah di bidang persandian, dan urusan pemerintah di bidang statistika yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang

berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi untuk membangun citra lembaga dilakukann dengan memberikan informasi publik yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan dengan melalui media sosial instagram. Media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi bnayak menampilkan atau memberikan konten instagram mengenai informasi berita terkini yang sedang trending saat ini seperti informasi layanan masyarakat dari berbagai dinas yang terkait.

Instagram resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota sukabumi Diskominfo_sukabumikota dengan jumlah pengikut 2.181 dan jumlah postingan 1.614 yang telah di kelola sejak tahun 2018 untuk memberikan layanna informasi publik dalam membangun citra lembaga. Perkembangan media informasi yang ada saat ini menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan masyarakat saat dalam mencari informasi-informasi yang dibutuhkan dengan demikian media sosial ini digunakan untuk mempermudah penyebaran informasi yang di butuhkan oleh masyarakat baik informasi perorangan atau instansi dan lembaga lainnya. Instagram salah satu yang dirasa penting dan sangat membantu untuk penyebaran informasi untuk pengenalan, meningkatkan citra serta penyebaran informasi mengenai lembaga pemerintahan seperti Dinas Komunikasi dan Informatika.

Pengelolaan instagram yang baik memberikan citra lembaga yang baik, begitupun sebaliknya. Namun saat ini dilihat dari media sosial instagram itu sendiri kurang memperhatikan pengelolaan instagram dengan baik, dilihat dari postingan yang di unggah tidak secara mendetail mengenai kebutuhan informasi publik. Dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 14 Juni 2021 pukul 10:46 WIB bersama bapak Riksan Satyaprawira S.S selaku Kepala Seksi Pengolahan dan Penyediaan Informasi Dinas Komunikasi dan Informasi tujuan awal pembuatan media sosial instagram yaitu untuk memperluas jaringan, jangkauan penyebarluasan informasi.

Instagram resmi Diskominfo_Sukabumikota merupakan instagram yang baru di jadikan sebagai media penyebaran informasi yang dibuat pada tahun 2018 yang pada saat itu instagram merupakan media sosial yang di gandrungi masyarakat dan menjadi perubahan *trand* masakini sehingga banyak di akses oleh masyarakat terkhusus generasi milenial dan generasi Z. konten yang diberikan di media sosial instagram dalam membangun citra lembaga berupa informasi atau berita-berita terupdate sesuai dengan kebutuhan masyarkat. Sehingga media sosial instagram diharapkan bisa membangun citra lembaga.

Ada beberapa langkah yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dalam pengelolaan atau mengelola media sosial media instagram sebagai berikut:

B.1 *Fact Finding* atau tahap pencarian masalah data yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi

Dinas Komunikasi dan Informatika aktif menggunakan media sosial instagram setelah mengikuti *trend* masa kini juga memperluas jaringan dalam memberikan informasi kepada masyarakat, instagram mulai aktif digunakan pada tahun 2018 yang dimana pada tahun tersebut masyarakat mulai memakai instagram dan hingga kini ketika mencari informasi yang dibutuhkan baik itu informasi umum, kelembagaan perusahaan dan lain sebagainya masyarakat mencarinya melalui media sosial terkhusus instagram karena mudah di akses kapanpun dan dimanapun selama ada jaringan internet.

Penentuan masalah yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika bertujuan untuk mengetahui langkah apa yang harus di ambil guna memberikan penanganan yang kuat atau dijadikan pijakan seorang pengelolaan informasi dan dalam mengambil langkah. Bidang pengolahan dan penyediaan informasi menjelaskan bagaimana awal langkah dalam penentuan masalah, untuk menentukan informasi atau berita apa yang akan diangkat kedalam media sosial instagram. Berikut langkah-langkah penentuan masalah:

1) Penentuan Konten Instagram

Dinas Komuniaksi dan Informatika Kota Sukabumi menjadikan penentuan konten instagram sebagai salah satu sumber penentuan masalah dalam pengelolaan media sosial instagram. Konten instagram sangat mempengaruhi bagaimana instagram tersebut dapat memberikan pengaruh yang baik bagi citra lembaga mengenai berbagai kebutuhan informasi yang diberikan untuk membangun citra masyarakat kepada lembaga. *Insight* instagram dijadikan acuan untuk melihat sejauh

mana interaksi *followers* yang merespon baik terhadap konten yang diberikan. Melihat fenomena tersebut bidang Pengolahan Informasi Publik bisa dijadikan sumber pengelolaan konten instagram Dinas Komunikasi dan Informatika. Informan Bapak Riksan Satyaprawira S.S menjelaskan:

“Pemilihan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sangat diperlukan karena hal itu dapat menjadi acuan yang bisa menarik perhatian masyarakat dalam memandang citra lembaga dengan baik, sehingga informasi yang diberikan mampu memberikan sesuatu hal yang di butuhkan masyarakat. Salah satunya dengan berbagai berita yang sedang *trending* saat ini” (Hasil Wawancara pada tanggal 14 Juni 2021 Pukul 10:49 WIB)

Bapak Riksan menjelaskan bawasannya tahapan awal yang di lakukan Dinas Komunikasi dan Infomatika yakni tahapan penentuan masalah. Dinas Komunikasi dan Informatika menjelaskan salah satu permasalahan yaitu mengenai konten yang diberikan apakah sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak. Banyak konten yang dapat dimasukan kedalam sosial media instagram namun dilihat dari respon masyarakat setiap informasi yang diunggah interaksi yang intens atau tidaknya, dilihat dari hasil like, komen, share dan tayangan vidio sangat kurang respon masyarakat. Peneliti mengamati bagaimana bidang pengolahan informasi Dinas Komunikasi dan Informatika mengolah berita untuk dimasukan kedalam instagram yang dimulai penentuan masalah dari konten instagram. Ketika bidang pengolahan informasi harus menentukan masalah khususnya konten yang diberikan mengenai

informasi yang dibutuhkan masyarakat dengan mengemas konten yang menarik seperti yang dijelaskan oleh bapak Riksan Satyaprawira, bahwa:

“Konten yang diberikan diharapkan bisa menjadi kebutuhan masyarakat dengan begitu berita atau konten mampu memberikan *feedback* yang baik. Tidak hanya itu melalui pengemasan kontennya pun jangan sampai membuat followers tidak paham mengenai informasi yang diberikakan, biasanya informasi atau berita yang diberikan berupa kegiatan yang sedang dilaksanakan dinas lain, juga informasi publik mengenai fenomena atau kejadian yang terjadi contohnya, banjir di daerah tertentu, ada kecelakaan di daerah tertentu dan lain sebagainya.”

Pernyataan yang di jelaskan bapak Riksan Satyaprawira selaku Kepala Seksi Pengolahan dan Penyediaan data Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi lebih mengedepankan konten-konten berita sehari-hari yang diterjadi di lingkup daerah kota sukabumi itu sendiri guna memberikan *feedback* dari masyarakat bahwa informasi yang dibutuhkan mampu memberikan citra atau pandangan baik suatu lembaga. Penentuan langkah awal dalam pencarian konten Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu dengan melihat fenomena yang sedang terjadi, seperti saat ini banyak masyarakat yang membutuhkan informasi apa saja perkembangan berita mengenai Kota Sukabumi. Melihat fenomena ini Seksi Pengoahan dan Penyediaan data Informasi lebih banyak mengisi berita-berita atau konten kegiatan masyarakat dan kegiatan yang dilakukan oleh dinas tertentu yang berkaitan dengan kebutuhan informasi masyarakat. Pemilihan berita yang akan di sebarakan mengenai hasil pencarian berita yang sudah dilaksanakan oleh dinas, komunitas tertentu atau

masyarakat dan konten yang diberikan dikemas dengan sebaik mungkin yang tidak membuat jenuh dalam melihat konten, sehingga hal ini mampu memberikan informasi kebutuhan publik dan membangun citra lembaga dengan memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

2) Pengaduan Layanan Masyarakat

Perkembangan teknologi yang semakin pesat tidak menghyalangi atau menjadikan layanan masyarakat tidak diutamakan, Dinas Komunikasi dan Informatika memanfaatkan komunikasi secara langsung dengan masyarakat yaitu melalui layanan masyarakat, baik secara langsung ataupun tidak langsung seperti melalui telpon seluler, whatsapp, DM instagram ataupun komentar masyarakat. Sumber data dari pengaduan masyarakat merupakan sumber yang dirasa akurat dan terpercaya untuk dijadikan bahan dalam konten instagram Dinas Komunikasi dan Informatika.

Bidang Pengolahan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika menentukan masalah salah satunya melihat dari informasi apa yang sedang dibutuhkan masyarakat. Konten instagram Dinas Komunikasi dan Informatika mengikuti perkembangan yang ada di masyarakat agar masyarakat tertarik membuka instagram Dinas Komunikasi dan Informatika sehingga mampu memberikan ketertarikan untuk membuat dan bisa membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Sama halnya seperti yang dikatakan oleh informan Bapak Tatan Santati S.IP:

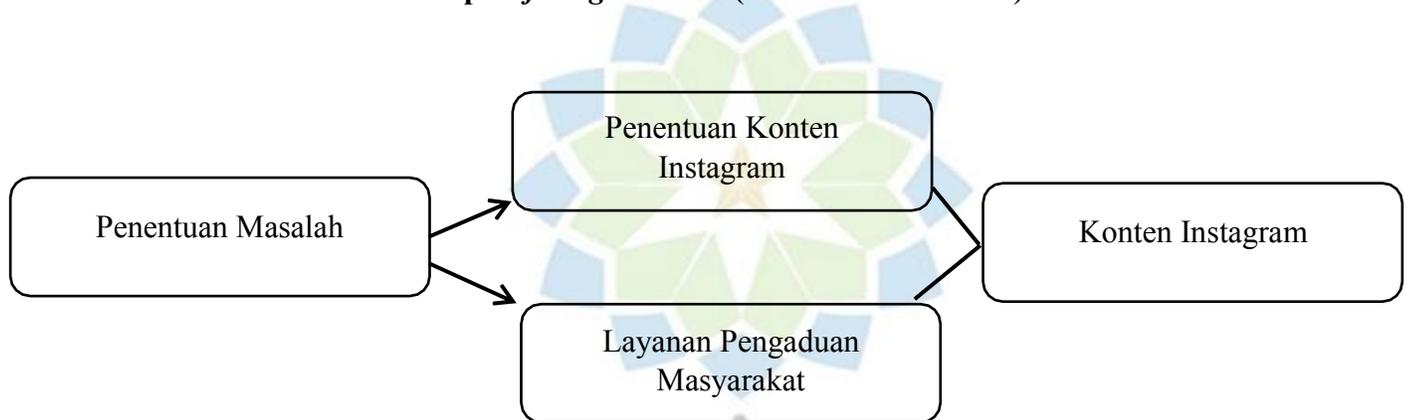
“Ketika masyarakat memberikan pengaduan berbagai informasi yang disampaikan kepada Dinas Komunikasi dan Informasi untuk disampaikan kepada khalayak disini kita bisa mengolah data dengan membeirkan berita-berita yang harus disampaikan dengan menyeluruh agar dapat mengetahuinya. Dan berita yang di olah berupa konten vidio grafis agar masyarakat tidak bosan atau jenuh membaca informasi yang disampaikan. Banyak pengaduan masyarakat mengenai fenomena yang terjadi dan biasanya pihak dinas Komunikasi mengirim eksekutor lapangan untuk meliput berita dan nantinya di sampaikan kepada publik” (Hasil wawancara pada tanggal 14 Juni 2021 pukul 12:30 WIB)

Berdasarkan pernyataan dari Informan bapak Tatan Santani selaku Ketua Bidang Informasi dan Komunikasi Publik bahwa perkembangan informasi saat ini begitu cepat, informasi yang di dapat bisa melalui apa saja namun pengaduan masyarakat pun dijadikan bahan untuk pemberian informasi secara langsung. Dengan begitu terjadi peliputan informasi yang di jadikan informmasi bagi masyarakat khususnya masyarakat Sukabumi. Komunika secara langsung dengan masyarakat dirasa efektif untuk langkah penentuan konten instagram. Layanan pengaduan masyarakat bisa di akses melalui telepon, sms, siaran radio dengan menelpon, maupun mendatangi langsung bagian pelayanan masyarakat di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Dalam pelaksanaanya ketika masyarakat menyampaikan informasi kepada bagian informasi publik tentang apa yang di informasikannya fakta dilapangan ini bisa dijadikan referensi berita mengenai yang sedang terjadi dan inforasi yang akan datang yang sebelumnya harus

tersampaikan seperti halnya akan ada perbaikan listrik dan untuk beberapa jam kemudian listrik akan di padamkan terlebih dahulu.

Layanan pengaduan masyarakat sangat penting bagi sebuah lembaga atau instansi khususnya dalam lembaga perinformasian. Karena layanan pengaduan masyarakat bersifat langsung terhubung dengan masyarakat dan beritanya dapat dipercaya serta dapat membangun suatu lembaga agar menjadi lebih baik.

Tahap *Defining Problem* (Penentuan Masalah)



Berdasarkan hasil temuan, Seksi Pengolahan dan Penyediaan Data Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi menentukan masalah dari dua sumber, yaitu melalui penentuan konten instagram dan layanan pengaduan masyarakat. Keduanya dirasa membantu untuk menentukan berita apa yang akan dimuat kedalam konten instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Meskipun pada media sosial instagram berita yang masuk ke instagram bersifat kondisional sesuai dengan kegiatan yang ada, namun dalam hal ini penentuan masalah digunakan sebagai referensi berita mana yang harus banyak di angkat sesuai dengan kebutuhan masyarakat, agar media sosial instagram Dinas Komunikasi dan

Informatika mendapatkan kunjungan yang banyak juga memberikan respon masyarakat yang baik sehingga dapat meningkatkan citra positif bagi lembaga.

B.2 *Planning and Programing* atau tahap perencanaan program yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Tahapan selanjutnya yaitu tahapan perencanaan program. Tahap perencanaan program ini merupakan proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai serta langkah-langkah yang harus di ambil untuk terciptanya ketercapaian tersebut. Lewat perencanaan Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi mengidentifikasi hasil kerja yang diinginkan serta mengidentifikasi cara-cara untuk mencapainya. Perencanaan mencakup penetapan tujuan, pembuatan rencana, serta prediksi yang diperkirakan akan terjadi.

Perencanaan program yang dilakukan oleh bidang pengolahan dan penyediaan data informasi dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi bertujuan untuk menentukan tujuan dan langkah-langkah apa saja yang akan diambil untuk mengelola media sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga. Rencana ini dapat disusun setelah mengetahui apa masalah yang dihadapi. Perencanaan program pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra *positif* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebagai berikut:

1) Kegiatan

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi merupakan salah satu lembaga yang banyak menyelenggarakan kegiatan. Baik itu kegiatan formal maupun non formal. Segala bentuk kegiatan yang sedang dilaksanakan atau yang akan dilaksanakan dijadikan bahan untuk mengisi berita dalam konten instagram Dinas Komunikasi dan Informatika guna meningkatkan citra *positif* lembaga. Kegiatan tersebut merupakan langkah perencanaan awal yang dilakukan oleh seksi pengolahan dan penyediaan data informasi agar masyarakat bisa mengetahui apa saja yang akan dan sedang terjadi di Dinas Komunikasi dan Informatika. Informan Ibu Dhea menjelaskan bahwa:

“Perencanaan yang dilakukan sejauh ini seperti berbagai kegiatan siaran radio yang bisa di dengarkan oleh masyarakat, dengan mengundang beberapa narasumber dan bisa berinteraksi secara langsung lewat telpon langsung. Dan selebihnya perencanaanya secara kondisional yang dimana bisa dijadikan konten atau informasi yang harus diketahui masyarakat.” (Hasil Wawancara pada tanggal 13 Juni 2021 Pukul 13:50 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu dhea, beliau menjelaskan bahwa perencanaan pertama yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yaitu dengan adanya kegiatan. Kegiatan yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi bisa dijadikan bahan berita atau konten namun tidak

semua yang dijadikan berita atau konten karena dalam hal ini dipilah mana saja yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berita atau konten mengenai kegiatan apa saja yang sedang dilakukan atau yang akan dilakukan ini merupakan langkah untuk membangun citra *positif* lembaga. Tahap perencanaan dan program merupakan tahap yang harus dikelola dengan baik agar apa yang melatarbelakangi masalah pihak terkait dapat ditanggulangi. Dinas Komunikasi dan Informatika mengelola media sosial instagram dengan sebaik mungkin agar tercipta citra *positif* di masyarakat.

2) Penentuan dan Pembuatan Konten Instagram

Pengelolaan media sosial instagram secara terencana dilakukan agar mampu memberikan informasi dan masyarakat mengetahui apa saja keunggulan berita yang ada di dalam nstagram Dinas Komunikasi dan Informatika dibandingkan dengan media sosial instagram lembaga lainnya. Perencanaan selanjutnya setelah perencanaan pertama kegiatan yang selanjutnya yaitu penentuan dan pembuatan konten instagram. Penentuan dan pembuatan konten instagram dirasa penting dan mempengaruhi terhadap minat baca pengunjung media sosial instagram. Penentuan dan pembuatan konten dibuat semenarik mungkin agar masyarakat ingin dan penasaran dan tertarik terhadap media sosial instagrma dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Informan bapak Riksan Satyaprawira menjelaskan, bahwa:

“biasanya setelah melakukan kegiatan ada peliputan dimana hasil peliputan ditentukan dan kemudian dibuatkan konten instagram sesuai dengan informasi

yang dibuthkan masyarakat, juga konten yang diberikan sebisa mungkin menarik masyarakat atau *followers* instagram agar melihat dan memberikan *feedback* secara tidak langsung dengan *like*, komen ataupun *share*.” (Hasil wawancara pada tanggal 13 Juni 2021 14:00 WIB)

Bapak Riksan Satyaprawira menjelaskan bahwa menurutnya, setelah adanya kegiatan berlangsung, tahap selanjutnya yakni penentuan dan pembuatan konten instagram penentuan isi dari konten dipilih sesuai dengan trending saat ini atau informasi yang *up to date* sehingga mampu menarik perhatian aau antusias masyarakat atau *followers*, dalam pembuatan konten dikemas sem menarik mungkin agar tidak menimbulkan kejenuhan saat dilihat oleh *followers* atau publik lainnya. Maka dari itu Seksi Pengolahan dan penyediaan informasi mengemas konten dengan sebaik mungkin seperti tampilan yang menarik, pemilihan warna yang bagus dan juga di jadika vidio grafis yang berdurasi 1 menit agar yang melihat tidak bosan. Sehingga hal ini dirasa mampu memberikan citra yang baik karena sudah memeberikan informasi kepada publik secara pengemasannya yang baik dan semaksimal mungkin.

3) Pengunggahan Konten Instagram

Tahap perencanaan program selanjutnya yaitu tahap pemasukan berita atau konten kedalam media sosial instagram Dinas Komunikasi dan informatika Kota Sukabumi. Tahap ini merupakan tahap yang harus dilakukan dengan secepat mungkin, ketika ada sumber berita yang telah dibuat, dalam hal ini tahap pemasukan konten atau pengunggahan konten kedalam sosial media instagram harus tepat waktu. Dilihat dari followers yang intens atau aktif pada jamberapa saja sehingga bisa dilihat

secara langsung dan jangkauan penayanagannya pun menjadi banyak sehingga dalam hal ini informasi mampu tersebar secara luas dengan cepat. Bapak Tatan Santani menjelaskan mengenai tahap perencanaan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga sebagai berikut:

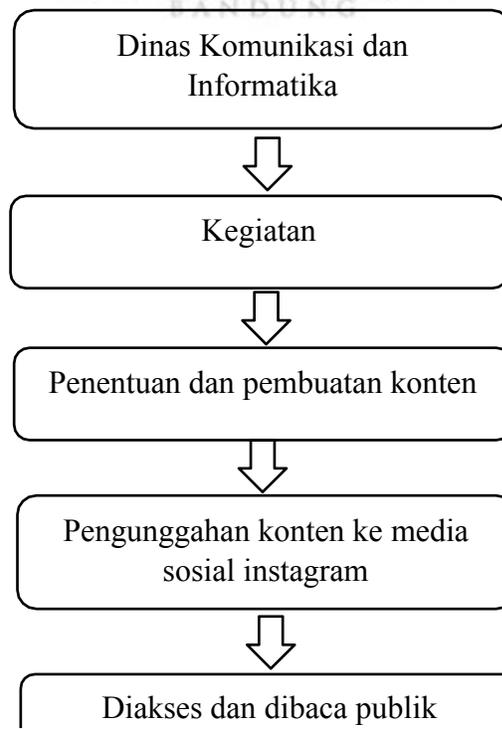
“Tentu, segala sesuatu itu harus di rencanakan. Kita ada berita tidak langsung asal masukan atau di jadikan konten. Tapi di pilah dan dipilih sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Karena kan informasi yang disebarakan di media sosial ini sangat memberikan dampak yang pasti menyeluruh dan sebisa mungkin masyarakat bisa memahami isi berita atau konten yang diberikan. Banyak kegiatan peliputan di lapngan biasanya itu di jadikan konten di media sosial instagram dan berbagai kegiatan lainnya yang bisa membangun citra lembaga di mata masyarakat.” (Hasil Wawancara 14 Juli 2021 pukul 10:00 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Tatan Santani, beliau menjelaskan bahwa tahap perencanaan selanjutnya yaitu dengan memasukan berita atau konten kedalam media sosial instagram. tahapan ini merupakan tahap terpenting maka dari itu seksi pengolahan dan penyedian data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi tidak asal memilih dan membuat konten serta memasukan kedalam media sosial instagram, mereka memilah dan memilih berita mana yang layak di masukan atau di jadikan konten instagram. Biasanya berita berupa informasi-informasi yang terjadi di kota Sukabumi itu sendiri menjadi konten yang di minati masyarakat sehingga hal ini dapat menentukan daya tarik masyarakat

untuk membuka sosial media instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

Tujuan pembuatan media sosial instagra ini merupakan perluasan informasi kepada masyarakat yang bisa di akses kapanpun dan dimanapun selagi ada internet, jaringan informasi yang luas ini diharapkan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat agar mengetahui keadaan terkini atau informasi yang dibutuhkan yang akan mendatang sehingga memudahkan untuk menjalankan berbagai kegiatan di tempat itu sendiri. Perencanaan merupakan bagian yang sangat penting dalam pekerjaan. Termasuk praktisi yang berkaitan dengan bidangnya. Hal ini sangat membantu merencanakan program kerja. Tanpa adanya program yang terencana hal ini sangat sulit untuk dilakukan karena tujuannya tidak jelas dan bisa saja apa yang diharapkan tidak sesuai dengan yang diinginkan. Berdasarkan hasil penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Tahap *Planning and Programing*



Sumber: Hasil olahan Peneliti

Tahap kedua yakni tahap perencanaan dan program, yang mana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi membuat program setelah menemukan masalah apa yang ada yaitu dengan informasi apa yang dibutuhkan masyarakat, terutama informasi seputar perkembangan di Kota Sukabumi. Dalam tahap ini Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi melakukan kegiatan lalu kegiatan tersebut dibuat berita semenarik mungkin sehingga masyarakat tertarik dan selanjutnya berita tersebut di pilah dan dipilih lalu pembuatan konten instagram yang akhirnya di unggah di media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sehingga bisa di ketahui oleh publik dan berharap mendapatkan respon baik juga pandangan juga membangun citra positif untuk lembaga.

B.3 *Taking Actions and Communicatio*32wwwwwns atau Tahap Pelaksanaan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan. Dalam tahap pelaksanaan ini adalah tahap yang dimana merupakan rencana mengenai program yang sudah ditetapkan dan direalisasikan atau dilaksanakan untuk dibuat program aksi untuk peentuan langkah yang nyata dalam pengelompokan maslaah yang ahirnya menjadi

suatu pemecahan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota sukabumi yang dihadapi. Pelaksanaan program kegiatan ini dapat berupa program komunikasi maupun tindakan yang keduanya bisa menjadi cara dalam proses untuk ketercapaian suatu tujuan yang telah ditetapkan.

Pengumpulan fakta dan rencana yang telah dilakukan, ada beberapa keputusan yang harus dibuat dalam tahap ini yang mencakup tindakan apa saja yang harus dilaksanakan atau dilakukan atau pesan apa saja yang ingin disampaikan, serta jenis media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan yang dimaksud. Pelaksanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi akan terlaksana dengan baik ketika semua pihak yang terkait dapat bekerja sama satu sama lain, adanya penyebaran informasi yang luas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tahap pelaksanaan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif lembaga, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Eksekutor Lapangan

Eksekutor lapangan mengumpulkan informasi dari lapangan, segala bentuk informasi yang ada dilapangan di kumpulkan dan dijadikan bahan untuk pembuatan berita dan akhirnya nanti dijadikan konten media sosial instagram. Tim pembuat konten tidak langsung membuat konten atau berita dengan begitu saja ada laporan khusus dari tim eksekutor lapangan untuk bisa di jadikan bahan berita atau informasi yang akan di sampaikan melalui media sosial instagram. Informan ibu Dhea Noor Kumala menjelaskan tentang pelaksanaan penyebaran berita sebagai berikut:

“saya selaku tim eksekutor lapangan bertugas mengumpulkan semua data dilapangan ketika ada kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu lembaga atau dinas tertentu agar kegiatannya dapat di informasikan ke masyarakat dengan meluas, tim eksekutor ini yang mengumpulkannya lalu nanti di berikan hasilnya kepada tim pengedit untuk dijadikan konten instagram. Selaku tim eksekutor lapangan pun menerima berbagai informasi dari masyarakat seperti sms atau telpon, dm instagram atau lain sebagainya. Jdi informasi lapangannya sangat lengkap sesuai yang dibutuhkan masyarakat.” (Hasil wawancara pada tanggal 14 Juni 2021 Pukul 11:30 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Dhea Noor Kumala selaku Seksi Komunikasi publik juga selaku eksekutor lapangan menuturkan bahwa tahap pelaksanaan program hal pertama yang dilakukan yaitu pengumpulan berita sesuai fakta atau fenomena yang terjadi dilapangan. Beliau bertugas sebagai tim eksekutor lapangan yang mengumpulkan berita untuk konten media sosial instagram.

2) Admin Pembuatan dan Pengunggahan Konten

Admin bidang pembuatan dan pengunggahan konten yang dipegang langsung oleh kepala seksi pengolahan dan penyediaan data informasi bapak Riksan Satyaprawira S.S, beliau bertanggung jawab sebagai pembuatan atau pengunggahan konten media sosial instagram. Admin bidang ini menerima informasi dari tim eksekutor lapangan untuk dijadikan bahan berita dan konten lalu di unggah ke sosial media instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Berita yang diberikan sesuai dengan fakta yang terjadi dan sesuai dengan kegiatan yang sudah

dilaksanakan, dalam artian bukan pemberitaan semata yang hanya disebar untuk meningkatkan citra positif Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

Ketika berita terkumpul, barulah masuk tahap pelaksanaan selanjutnya seperti yang diutarakan oleh bapak Riksan Satyaprawira sebagai berikut:

“*Update* berita sesuai pelaksanaannya sangat di butuhkan untuk mengupdate berita terbaru yang di jadikan konten instagram. Proses pelaksanaan tim eksekutor dalam pencarian berita di lapangan di bantu oleh pelayanan masyarakat yang langsung memberikan informasi melalui sms atau telpon. Setelah proses tersebut dijadikan proses pemilahan berita yang akan di jadikan konten instagram yang di harapkan informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan asyarakat.” (Hasil wawancara 14 Jun 2021 pukul 14:00 WIB)

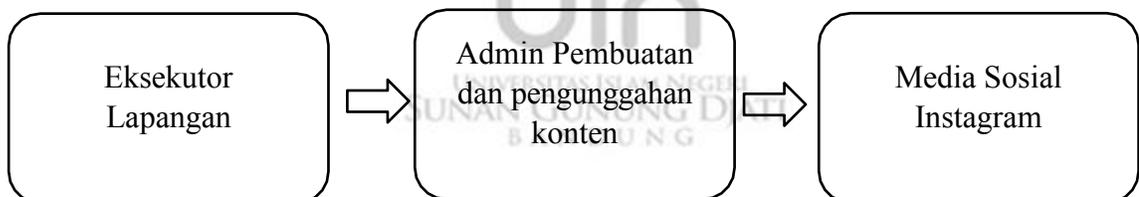
Menurut bapak Riksan Satyaprawira beliau bertugas sebagai pembuatan dan pengunggahan konten dalam media sosial instagram. Berita yang dipilih merupakan berita *up to date*, menarik dan tentunya faktual sebagai langkah untuk membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Konten lama yang sudah di unggah di media sosial instagram setiap bulannya ada perubahan dari *feed* instagram, konten yang diberikan saat ini berupa vidio yang memuat vidio selama 1 menit agar masyarakat tidak bosan melihat berita atau konten yang diberikan. Sehingga adanya ketertarikan untuk mengakses instagram tersebut.

Konten instagram mencerminkan bagaimana citra lembaga tersebut dimata publik dilihat dari interaksi masyarakat di kolom komentar dan masukan yang diberikan melalui DM instagram. Meskipun Dinas Komunikasi dan Informatika Kota

Sukabumi kekurangan sumber daya manusia dalam pengolahan informasi di media sosial tetapi hal ini tidak menjadikan alasan untuk tidak memberikan pelayanan secara maksimal dalam pengelolaan media sosial instagram terbukti dengan penyediaan berita yang *up to date*. Pemberitaan yang disebar di media sosial instagram merupakan berita yang sudah dilaksanakan dan yang akan di informasikan informasi yang harus tersampaikan secara langsung sesuai pemberitaan atau pemberitahuan juga berbagai himbauan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian dengan seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dilakukan oleh dua seksi yaitu sebagai tim eksekutor lapangan dan tim pembuatan dan pengunggahan konten, tim tersebut dapat di gambarkan sebagai berikut

Tahapan *Taking Actions and Communications*



Sumber: Hasil Oalahan Peneliti

B.4 *Evaluations* atau Tahap Evaluasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Tahap terakhir ini merupakan tahap evaluasi, banyak yang mengartikan evaluasi, maka dalam hal ini evaluasi terkait dengan pertanyaan bagaimana menilai

suatu program apakah sudah berhasil atau belum, apakah kriteria keberhasilan sudah baik atau harus diperbaiki. Keberhasilan sebuah program bukan hanya dilihat dari perogram tersebut mendapatkan apresiasi atau pujian melainkan dilihat dari perubahan pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak mengenai suatu lembaga.

Tahap evaluasi merupakan suatu tahap terakhir yang harus dilakukan untuk memperlihatkan juga menentukan hasil nilai suatu kegiatan program yang termasuk juga mengenai pengelolaan ataupun hasil setelah pelaksanaannya. Dengan adanya evaluasi seksi pengolahan dan penyediaan data informasi akan membantu untuk bisa mengetahui berbagai hal-hal yang menjadikan keberhasilan atau bahkan kekurangan suatu program, dan dapat menentukan langkah pebaikan yang harus dilakukan selanjutnya seperti apa. Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi dapat dievaluasi atas kerja yang selama ini dilakukan dengan dua kriteria, pertama yaitu efektivitasnya, yaitu samapai sejauh mana tujuan telah tercapai, contohnya apakah memang masyarakat sudah merasa terlibat dalam masalah yang di hadapi, apakah masyarakat mau memberikan masukan kepada lembaga untuk menjadi lebih baik lagi dan lain sebagainya. Kedua yaitu efisiensi, yaitu sampai seberapa jauh sumber yang ada yang mampu berpotensi telah digunakan secara baik untuk berbagai kepentingan kegiatan masyarakat. Evaluasi ini dilakukan pada saat proses kegiatan berlangsung dan akhir suatu program untuk melihat seberapa jauh keberhasilannya. Evaluasi pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) *Insigh* Instagram

Salah satu keberhasilan yang dipakai seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dalam mengelola media sosial instagram yaitu dilihat dari *insigh* instagram. *Insigh* instagram merupakan salah satu cara melihat seberapa jauh keberhasilan yang telah dicapai dalam pengelolaan media sosial instagram guna membangun citra *positif* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Seperti yang di jelaskan oleh informan ibu Dhea Noor Kumala:

“ kita ada evaluasi setiap minggunya, dimana evaluasi ini di lihat dari *insigh* atau grafik instagram, dilihat dari interaksi *followers*, naik turunnya konten yang diberikan mengenai respon masyarakat, dan seberapa banyak kunjungan yang membuka media sosial instagram diskominfo. Jika ada peningkatan alhamdulillah dan jika tidak kita memberikan konten yang lebih menarik atau konten berupa vidio grafis dan lain sebagainya.” (Hasil wawancara tanggal 14 Juni 2021 pukul 14:45 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Dhea Noor Kumala , beliau menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan dalam mengelola media sosial instagram salah satunya dilihat dari *insigh* atau grafik pengunjung dan interaksi media sosial instagram. Peningkatan dan penurunan grafik yang dilihat dari *insigh* instagram selalu terjadi setiap harinya. Apanbila grafik menurun menandakan tidak banyaknya

kunjungan ke halaman insgram, namun sebaliknya ketika grafik naik banyak yang mengakses media sosial instagram diskominfo. Adapun jika grafik menurun diadakannya diskusi mengenai apa penyebab terjadinya penurunan interaksi, apakah dari segi konten yang kurang menarik atau berita yang diberikan tidak sesuai kebutuhan dan lain sebagainya. Turunnya grafik bisa dijadikan acuan untuk lebih memaksimalkan kinerja dalam mengelola media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

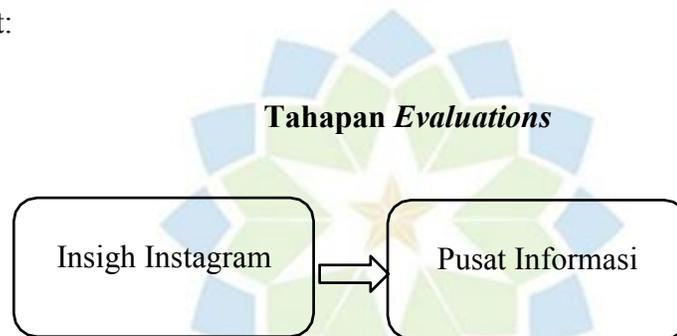
2) Pusat Informasi

Proses evaluasi selanjutnya yaitu dengan melihat dari pusat informasi. Pusat informasi merupakan salah satu sumber yang terpercaya karena langsung mendengar dari pengaduan masyarakat yang mendatangi pusat informasi. Dalam hal ini informan bapak Tatan Santani menjelaskan tahapan evaluasi lainnya sebagai berikut:

“Biasanya orang yang datang kesini yang memberikan berita kebanyakan dari lembaga atau dinas-dinas tertentu yang sedang mengadakan kegiatan kemudian di laporkan kegiatan tersebut untuk di jadikan berita dan khususnya ingin diinformasikan kepada masyarakat luas mengenai kegiatan tersebut yang memberikan kebutuhan informasi bagi masyarakat, contohnya seperti kegiatan pelaksanaan vaksinasi yang di selenggarakan dinas kesehatan, memperingati hari buku nasional dengan kegiatan bedah buku yang diselenggarakan oleh perpustakaan kota sukabumi. Begitu aja neng” (Hasil wawancara tanggal 15 Juni 2021 Pukul 09:00 WIB)

Bapak Tatan Santani menjelaskan bahwa salah satu keberhasilan program yang dijalankan yaitu dengan adanya kerja sama dengan pihak luar atau pihak

eksternal. Hal tersebut bisa menjadi tanggapan baik bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika menjalankan tugasnya sesuai dengan semestinya yaitu memberikan informasi kepada masyarakat untuk diketahui secara umum. Hal ini menandakan bahwa ketika membangun citra *positif* lembaga adanya respon yang baik dan dipercaya oleh masyarakat mengenai apa yang di informasikan di media sosial instagram. Tahapan evaluasi Dinas Komunikasi dan Informatika digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Peneliti menggambarkan bahwa proses evaluasi yang dilakuakn Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi mengenai program yang dilaksanakan yaitu bahwa informasi yang mereka sampaikan berhasil sampai pada masyarakat, seperti yang dipaparkan oleh seluruh informan diatas bahwa tolak ukur keberhasilan suatu program dilihat dari sampaimannya informasi yang diberikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi melalui media sosial instagram dan adanya respon dari pihak eksternal. Penyebaran informasi memalui media sosial instagram yang dilakukan dinilai efektif dan tepat sasaran kerana masyarakat yang mudah mengakses media sosial apa saja informasi terbaru yang diberikan seputar

perkembangan informasi yang ada di Kota Sukabumi khususnya. Masyarakat merasa bahwa penyebaran berita melalui konten instagram menjadikan mereka merasa mudah untuk mengetahui informasi mengenai kegiatan atau informasi yang diberikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

C. Pembahasan Pengelolaan Media Sosial Instagram dan Membangun Citra Lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi mengelola sosial media instagram dalam membangun citra *positif* lembaga. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangat luas. Segala bentuk informasi mampu tersampaikan dengan cepat, lengkap dan meluas. Banyak jejaring sosial media yang dijadikan sebagai alat untuk memberikan informasi dengan mudah diakses selagi ada sinyal *internet*. Seksi Pengolahan dan Penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dalam hal informasi.

Pengelolaan media sosial instagram dirasa efektif untuk membangun citra positif lembaga, sebab saat ini banyak sekali lembaga-lembaga atau perusahaan yang memiliki sosial media terkhusus instagram sebagai media penyampaian informasi. Namun mereka hanya sekedar memiliki media sosial instagram tidak mengelolanya dengan begitu baik. Padahal media sosial instagram memberikan pengaruh terhadap masyarakat mengenai informasi yang disampaikan sesuai atau tidaknya dengan

kebutuhan informasi publik, agar publik dapat menilai ketersediaan informasi yang diberikan oleh lembaga dan mencerminkan citra suatu lembaga atau perusahaan.

C.1 *Defining Problem* atau tahap penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi sebagai upaya untuk membangun citra positif lembaga salah satunya dengan melalui media online. Kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika ini bisa disebut dengan kegiatan *Public Relations Online*, meskipun tidak mempunyai nama khusus untuk seorang Humas dan nama seksinya itu seksi pengolahan dan penyediaan data informasi menjalankan tugas humas. Kegiatan ini merupakan kegiatan seksi pengolahan dan penyediaan data informasi dalam penyampaian informasi. Penggunaan sosial media ini merupakan media *online* yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. peneliti merasa penggunaan media sosial instagram yang dipilih oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi pilihan yang tepat karena dengan menggunakan media sosial terkhusus instagram bisa memuat tulisan yang tidak terbatas disertai dengan gambar, video, suara dan sebagainya.

Penentuan masalah merupakan kegiatan yang penting dilakukan sebagai langkah awal untuk mengelola sebuah program agar tersusun dengan sangat baik. Sama halnya seperti yang dikemukakan oleh Marisson dalam bukunya *Manajemen Public Relations* (2008: 43) bahwa, langkah penentuan masalah meliputi kegiatan untuk

mengawasi dan meneliti pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan. Pada intinya, langkah penentuan masalah ini merupakan kegiatan pencarian untuk mebumpulkan data dan informasi yang menjadi dasar untuk berpijak guna mengambil langkah selanjutnya.

Ada dua penentuan masalah yang dilakukan praktisi pengeolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, sebagai langkah awal dalam pengelolaan media sosial instagram dan membangun citra lembaga:

1) Penentuan Konten Instagram

Pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga, dirasa sangat efektif di era perkembangan informasi dan teknologi saat ini. Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi dalam tahap ini penentuan masalahnya salah satunya dengan melihat *insigh* atau grafik media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika itu sendiri. Hal tersebut dirasa sangat efektif digunakan karena interaksi dengan *followers* bisa terpantau dengan akurat sesuai dengan data kunjungan, respon *followers*, banyak diakses atau tidaknya dan lain sebagainya, dan dari sini seksi pengolahan dan penyediaan data informasi dapat dengan mudah ketika penentuan konten apa saja yang akan di upload dan kapan harus di upload. Penentuan konten dilihat dari grafik instagram ini dipakai karena mampu memberikan gambaran informasi seperti apa yang biasa di akses masyarakat, atau informasi apa

saja yang dibutuhkan oleh masyarakat, dalam hal ini tentu sangat memudahkan tim praktis untuk menentukan konten.

Setelah tim praktisi seksi pengolahan dan penyediaan data informasi mengetahui apa informasi yang dibutuhkan di masyarakat yang sesuai dengan keadaan atau fenomena saat ini untuk memudahkan dalam penentuan konten yang akan dibuat untuk di upload di media sosial instagram. Dan dilihat dari berita yang saat ini sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat agar mampu memberikan informasi yang akurat dan terpercaya sehingga meminimalisir berita *hoax*.

2) Pengaduan Layanan Masyarakat

Praktisi Pengolahan dan penyediaan data informasi menggunakan layanannya pengaduan masyarakat untuk mengetahui langsung fenomenan yang terjadi masyarakat dan dapat di informasikan secara meluas melalui media sosial instagram, dengan begitu jejaring informasi yang diberikan sangat meluas untuk memudahkan dalam pemberian informasi. Karena saat media sosial sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam mengakses segala sesuatunya dengan cepat dan mudah. Praktisi pengolahan dan penyediaan data informasi masih memperthankan pengaduan layanan masyarakat untuk menentukan berita apa yang akan di jadikan konten juga komunikasi yang dilakukan secara langsung diharapkan dapat membangun citra lembaga terhadap apa yang dilakukan oleh lembaga sehingga masyarakat mampu atau merasa diwadahi dalam pemberian informasi atau aspirasi.

Penentuan masalah melalui pengaduan layanan masyarakat dirasa efektif karena informasi yang didapat langsung bersumber dari masyarakat, informasi yang bersumber langsung pengaduan atas apa yang terjadi di suatu tempat khususnya Kota Sukabumi atau kegiatan yang akan dilaksanakan yang harus di informasikan kepada publik secepat mungkin. Pengaduan masyarakat ini di rasa efektif karena sejauh ini masyarakat merasa ikut berkontribusi langsung terhadap program pemerintahaan daerah khususnya penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Media ini dilakukan juga agar adanya interaksi langsung dengan masyarakat guna membangun citra positif suatu lembaga untuk dapat dipandang baik oleh khalayak.

***C.2 Planning and Programming* atau Tahap Perencanaan Program Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi**

Tahap perencanaan program pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi merupakan tahapan selanjutnya yang dilakukan setelah tahapan penentuan masalah yang telah dilakukan. Langkah kedua ini merupakan langkah yang mencakup tindakan untuk memasukan hasil temuan yang diperoleh pada langkah awal kedalam kebijakan dan program Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Langkah perencanaan ini merupakan proses langkah yang harus dilakukan setelah menentukan masalah yang ada. Sama halnya dengan yang dikatakan Tommy Suprpto dalam bukunya Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi (2009:54) yang merupakan

proses untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai serta langkah-langkah yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuannya. Melalui perencanaan Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dapat mengetahui hasil yang diharapkan serta mengetahui caranya untuk mencapai hal tersebut.

Ruslan dalam bukunya Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi (2010:120) memaparkan bahwa proses dari perencanaan program kerja yaitu untuk mengelola berbagai aktivitas kerja tersebut dapat diwujudkan jika tersusun atau terorganisir dengan baik melalui manajemen yang dikelola secara profesional dan mampu dipertanggung jawabkan hasil dan sasarannya. Proses perencanaan yang dilakukan oleh Seksi Pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi bertujuan agar memecahkan masalah yang ada dengan pengelolaan yang sangat baik akan mampu menghasilkan perencanaan program yang tepat dan sesuai dan tentunya mampu untuk dipertanggung jawabkan. Proses yang dilakukan dalam perencanaan yang dilakukan yaitu dengan membagi bidang apa saja yang ikut terlibat dalam proses membangun citra melalui pengelolaan media sosial instagram. Adapun tahap perencanaan yang dilakukan oleh praktisi dalam mengelola media sosial instagram guna membangun citra positif lembaga adalah, sebagai berikut:

1) Kegiatan

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi merupakan lembaga pemberian informasi mengenai berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh berbagai lembaga kedinasan. Seluruh kegiatan yang diadakan atau dilakukan di atur dalam pemberian informasinya kepada masyarakat. Ketika kegiatan akan atau sedang berlangsung yang di adakan oleh pihak internal atau eksternal praktisi pengolahan dan penyediaan data informasi mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan dan menjadikan konten instagram yang akan di beritahukan informasi atau kegiatan apa saja yang sedang dilaksanakan oleh lembaga.

Seksi Pengolahan dan penyediaan data informasi ini bisa dijadikan juga sebagai jembatan penghubung antara pemberian informasi yang dilakukan dinas tertentu ketika sedang mengadakan kegiatan, juga tidak menutup kemungkinan ketika kegiatan yang sedang dilakukan oleh dinas Kmunikasi dan Informatika Kota Sukabumi itu sendiri. Berbagai kegiatan di publikasikan melalui media sosial, tujuannya agar publik mengetahui kegiatan apa yang sedang dilakukan juga memberikan transparansi informasi kepada masyarakat. Maka dari itu kegiatan ini merupakan langkah awal dari sebuah perencanaan dalam pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

2) Penentuan dan Pembuatan Konten Instagram

Pengelolaan media sosial instagram secara terencana dilakukan agar banyaknya masyarakat yang mengetahui informasi apa saja yang diberika oleh Dinas

Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang ada dalam konten instagram atau berita yang di muat di instagram. Perencanaan selanjutnya yang dilakukan praktisi pengolahan dan penyediaan data informasi yaitu dengan penentuan dan pembuatan konten instagram. Penentuan dan pembuatan konten instagram merupakan tahapan perencanaan yang dirasa penting karena dalam penentuan ini berita atau informasi apa saja yang perlu untuk dijadikan konten instagram. Sehingga penentuan ini tidak asal membuat konten ada proses pemilahan yang perlu dijadikan konten dan tentunya disesuaikan dengan kebutuhan informasi masyarakat.

Tahap selanjutnya yaitu tahap perencanaan dalam penentuan dan pembuatan konten, pembuatan konten dibuat ketika akan, sudah atau bahkan sedang berlangsungnya kegiatan. Informasi atau berita dimuat semenarik mungkin untuk di jadikan konten instagram sehingga diharapkan untuk mampu menarik perhatian masyarakat dengan konten yang diberikan. Konten yang diberikan tidak melulu berbentuk foto, tetapi seperti vidio kegiatan, vidio animasi dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat juga konten yang diberikan tidak membuat bosan pembaca yang melihatnya dan diharapkan menjadi pandangan baik khalayak guna membangun citra positif lembaga.

3) Pengunggahan Konten Instagram

Tahap perencanaan selanjutnya yaitu dengan pengunggahan (memasukan) konten atau berita kedalam media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Perkembangan informasi dan teknologi yang begitu

pesat menjadikan pentingnya penggunaan media sosial terkhusus instagram dirasakan pentingnya untuk lembaga atau perusahaan. Penggunaan media sosial instagram dirasa penting untuk memberikan informasi yang akan diberikan kepada khalayak mengenai profil lembaga, kegiatan lembaga dan berbagai informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat luas untuk diinformasikan kepada khalayak secara meluas dan tentunya sangat mudah di akses ketika ada sinyal internet.

Rusdianto dalam bukunya *CyberCSR (2014:67)* menjelaskan bahwa Media Sosial dapat diartikan sebagai media baru yang perkembangannya sangat pesat, dan di jadikan sebagai media untuk penyebaran informasi secara meluas sehingga menjadikan informasi mudah diakses kapanpun dan dimanapun untuk kepentingan lembaga, perusahaan atau khalay. Pengunggahan konten atau berita kedalam media sosial merupakan sebuah perencanaan yang sangat penting dilakkan oleh praktisi seksi pengolahan dan penyedian data informasi dinas komunikasi dan informatika Kota Sukabumi. Pengunggahan ini dilakukan ketika konten yang dibuat sudah jadi dan sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan dalam waktu pengunggahannya agar berita atau informasi yang disampaikan tidak ketinggalan dan masih *up to date* tentunya. Berita atau informasi konten yang diberikan dalam media sosial menjadi cerminan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi di mata publik, jika berita kurang atau bahkan tidak *up to date* maka jelas akan menjadikan citra yang tidak baik bagi lembaga.

C.3 *Taking Actions and Communication* atau Tahap Pelaksanaan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

Tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan dalam mengelola media sosial instagram guna membangun citra positif lembaga. Ditahap pelaksanaan ini sesuai tahapan perencanaan suatu program yang sudah ditetapkan akan direalisasikan atau dilaksanakan ke dalam suatu bentuk kegiatan berupa program aksi nyata sebagai langkah nyata dalam mengelompokkan hingga dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi. Program pelaksanaan ini berupa hanya komunikasi saja atau disertai dengan tindakan yang keseluruhannya cara agar mencapai *goals* atau tujuan yang telah diterapkan. Seperti yang di dikatakan Morissan dalam bukunya *Manajemen Public Relations* (2008:105) mendefinisikan tahapan pelaksanaan sebagai tindakan yang memiliki tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh seksi pengolahan dan penyediaan data informasi pada suatu lembaga dengan persetujuan manajemen.

Tahap ini mencakup tindakan apa saja yang harus dilakukan atau pesan apa saja yang akan disampaikan, serta jenis media apa saja yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang dimaksud oleh seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Pada tahap ini seksi pengolahan dan penyediaan data informasi menjadi dua bagian yaitu eksekutor lapangan dan admin pembuatan dan pengunggahan konten, hal ini bertujuan agar memudahkan dalam mengelola media sosial instagram guna

membangun citra positif lembaga. Tahapan pelaksanaan ini dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1) Eksekutor Lapangan

Seksi Pengolahan dan penyediaan data informasi mempunyai eksekutor lapangan yang bertugas di khususkan dilapangan untuk meliput atau mencari informasi yang ada di lapangan sesuai dengan fenomena yang ada sehingga mampu memberikan informasi yang akurat juga mempermudah dalam pembuatan konten atau berita yang akan dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan diharapkan mampu membangun citra positif lembaga di mata masyarakat luas terkhusus masyarakat Kota Sukabumi.

Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan yang ada di luar lembaga, kegiatan yang dilakukan di lapangan oleh organisasi, lembaga, atau komunitas dan lain sebagainya untuk memberikan informasi yang dimana informasi tersebut di kumpulkan atau diliput oleh eksekutor lapangan untuk memudahkan pemberian informasi kepada masyarakat yang jejaring penginformasiannya dengan secara cepat dan menyeluruh. Dalam tahapan ini harus secara tepat juga cepat agar memudahkan untuk pembuatan berita atau konten sehingga segera di publikasikan oleh admin pembuatan dan pengunggahan konten. Guna memberikan atau membangun citra positif lembaga di mata masyarakat luas.

2) Admin Pembuatan dan Pengunggahan Konten

Tahapan pelaksanaan yang selanjutnya ini yaitu dilaksanakan oleh admin pembuatan dan pengunggahan konten. Setelah mendapatkan hasil dari pihak eksekutor mengenai data informasi atau berita yang kemudian dijadikan konten media sosial instagram. Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi bertanggung jawab atas apapun yang di unggah di media sosial instagram guna membangun citra positif lembaga. Pembuatan konten dibuat semenarik mungkin untuk di unggah di media sosial instagram dinas komunikasi dan informatika Kota Sukabumi agar mampu menarik perhatian masyarakat dan mampu memberikan pandangan baik bagi lembaga.

Tahapan ini bertujuan untuk membantu dan memudahkan dalam pembuatan dan pengunggahan konten secara terorganisir sesuai dengan data informasi atau berita yang telah didapatkan dilapangan oleh tim eksekutor lapangan sehingga di buat konten agar memberikan informasi yang di harapkan masyarakat tentunya berbagai informasi mengenai fenomena yang sedang terjadi maupun berbagai informasi kegiatan lembaga dinas lain untuk di beritahukan kepada khalayak secara meluas dengan tepat dan cepat, sehingga di harapkan mampu membangun citra positif lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

C.4 *Evaluations* atau Tahap Evaluasi Dinas Komunikasi dan Informatika

Evaluasi dalam lembaga sangat berperan penting yang dimana hal ini sangat berkaitan dengan perkembangan , kemajuan atau kemunduran suatu program yang telah dijalankan. Kegiatan pengevaluasian dirasa sangat efektif untuk meningkatkan

atau menentukan kebijakan selanjutnya bagi lembaga. Evaluasi yang dilaksanakan akan berdampak juga berimplikasi pada kemajuan lembaga bila evaluasi dilakukan secara objektif tanpa adanya intervensi dari lembaga lain terhadap opini publik dalam menentukan arah jawabannya akan suatu lembaga yang ada disekitarnya.

Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi mendefinisikan evaluasi pengelolaan media sosial instagram sebagai tahapan melihat sejauh mana keberhasilan atas pelaksanaan program yang telah dibuat dan dijalankan dalam membangun citra positif lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi. Sama halnya seperti yang dikatakan oleh Morissan dalam bukunya Manajemen *Public Relations* (2008:77) evaluasi terkait dengan bagaimana menilai suatu program apakah sudah berhasil atau belum dan apa saja kriteria yang dianggap berhasil atau belum suatu program. Keberhasilan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yaitu dapat diukur melalui:

1) *Insigh* Instagram

Seksi Pengolahan dan penyediaan data informasi menjadikan insigh instagram sebagai acuan atau pijakan melihat apa yang sedang banyak diakses oleh *followers* guna memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai kebutuhan khalayak agar dapat dengan mudah melihat atau memonitor atas konten yang telah di upload sehingga dapat diketahui langsung oleh seksi pengolahan dan penyediaan data informasi bahwa kontennya tersampaikan kepada masyarakat atau tidak dengan melihat respon

masyarakat. Segala bentuk kegiatan yang ada dijadikan konten dan dilihat hasilnya melalui insight instagram diharapkan mampu memberikan pandangan *positif* guna membangun citra *positif* lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

Tahapan pelaksanaan ini bertujuan agar seksi pengolahan dan penyediaan data informasi mudah dalam mengupload sesuai dengan kegiatan masyarakat yang banyak menggunakan media sosial instagram pada waktu tertentu sehingga mampu memberikan kesesuaian dalam pemberian informasi kepada publik atau khalayak dan memudahkan dalam pengevaluasian yang dilakukan setelah perencanaan, pembuatan program dan aksi yang dilakukan memudahkan dalam mengevaluasi hasil yang telah dilaksanakan kekurangan dan kelebihan sehingga mampu di evaluasi secara terperinci saat akan melaksanakan kegiatan atau program selanjutnya.

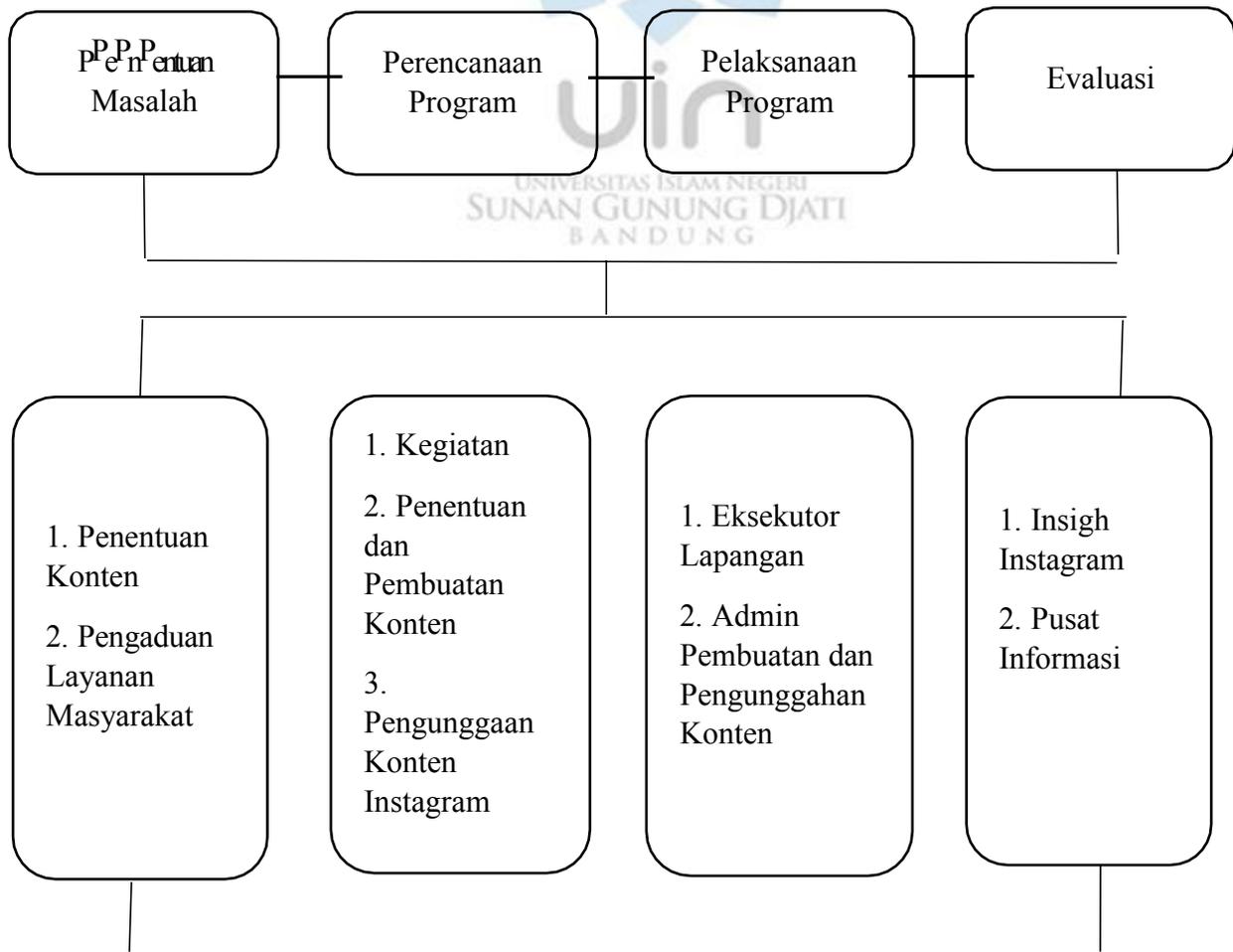
2) Pusat Informasi

Pusat informasi merupakan salah satu indikator bagi seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi untuk mengetahui keberhasilan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra positif lembaga. Melihat dari banyaknya masyarakat yang mengetahui mengenai pelayanan informasi melalui media sosial ataupun siaran radio mengenai segala informasi yang diberikan ini mencerminkan bahwa pengelolaan media sosial yang baik dapat membangun juga meningkatkan citra *positif* di mata khalayak terkhusus masyarakat. Sama halnya yang dikatakan oleh Ardianto dalam bukunya Dasar-Dasar

Public Relations (2008:57) yaitu citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang kenyataan atau fakta-fakta. Citra Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi terbangun setelah banyaknya masyarakat mengetahui informasi yang diberikan melalui media sosial instagram.

Keberhasilan dari pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi menjadikan acuan seksi pengolahan dan penyediaan data informasi sebagai dorongan untuk tetap terus membangun kepercayaan masyarakat dalam memberikan pandangan *positif* atau citra *positif* lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi



Sumber: Hasil Olahan Peneliti



BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga, dapat disimpulkan bahwa Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi atau seksi yang mengurus kegiatan atau program kehumasan ini menggunakan media sosial sebagai salah satu cara membangun citra *positif* lembaga juga jejaring penyebaran informasi yang meluas, baik dari segi kedinasan maupun dari segi masyarakat umum. Penggunaan media sosial instagram dirasa sangat membantu dan memudahkan masyarakat atau khalayak dalam mencari informasi mengenai kegiatan-kegiatan kedinasan atau berita juga informasi yang *terupdate* khususnya di Kota Sukabumi.

Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi Kota Sukabumi menggunakan empat tahapan pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga melalui tahapan sebagai berikut:

1. *Fact finding*. Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi menentukan masalah dengan melihat informasi apa yang sedang banyak dibutuhkan oleh

masyarakat melalui penentuan konten dan pengaduan layanan masyarakat.

2. *Planning and Programing*. Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi Kota Sukabumi merencanakan pengelolaan media sosial instagram dalam membngun citra positif lembaga dengan cara ketika ada kegiatan yang dilakukan pihak luar atau lembaga, komunitas, masyarakat lain, selanjutnya di jadikan penentuan dan pembuatan konten instagram dan yang terakhir pengunggahan konten instagram.

3. *Taking Actions and Communications*. Seksi Pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi pada tahapan ini melakukan aksi dan komunikasi nyata seperti yang dilakukan eksekutor lapangan untuk meliput segala kegiatan yang di adakan oleh lembaga-lembaga, komunitas ataupun masyarakat dan selanjutnya diberikan kepada admin pembuatan dan pengunggahan konten untuk di upload ke instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukbaumi.

4. *Evaluations*. Tahapan terakhir imi Seksi pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi memandang atau mendefinisikan suatu hasil keberhasilan atas pencarian masalah, perencanaan program, dan aksi juga komunikasi yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya dalam pengeloaan media

sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga. Tahapan evaluasi ini dapat diukur atau diketahui melalui *insigh* Instagram dan Pusat Informasi. Semua ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial instagram telah berhasil membangun citra *positif* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

B. Saran

Keterbatasan yang dimiliki, hasil penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi yang luas untuk penelitian yang akan datang atau selanjutnya. Adapun saran yang ingin disampaikan peneliti terhadap Seksi Pengolahan dan Penyediaan data Informasi Dinas Komunikasi Kota Sukabumi dalam pengelolaan media sosial instagram guna membangun citra *positif* lembaga, sebagai berikut:

1. Seksi Pengolahan dan Penyediaan data Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi sebaiknya menambahkan sumber daya manusia agar pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra *positif* lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dapat lebih maksimal.
2. Untuk membangun citra *positif* dalam pengelolaan media sosial instagram sebaiknya adanya tim khusus untuk membuat konten sehingga lebih fokus dalam pembuatan konten sehingga sebisa mungkin mampu memaksimalkan konten yang ada menjadi lebih menarik.

Daftar Pustaka

- Afifudin, dan Beni Ahmad Saebani. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: C Pustaka Setia
- Agus, Salim,. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiarawacana
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat,. 2007. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2012. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Cuplip, Scott M, Allen Center, dan Glen M Broom. (2006) *Efektif Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Meloeng, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Nisrina M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta : Kobis.
- Nugroho. 2003. *Good Governance*. Mandar Maju. Bandung

- Rusdianto, Ujang. 2014. *Cyber CSR - A Guide to CSR Communications on Cyber Media*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Silalai, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Arditama.
- Sutisna, 2001. *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations. Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Mulyana, Slamet, Dkk., (2019). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Vol IX (1)
- Suderajat, Fajar dan Puspitasari, Kenangan., (2017). *Pengelolaan Media Sosial oleh Corpore Communication Pt Gmf Aerosia*. Vol 9 (2)
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, Jakarta: Medpress.
- Supratman, Lucy Pujasari., (2018). *Penggunaan Media Sosial Native*. Jurnal Uniersitas Telkom. Vol 13 (1)
- Widaswary, Paramita, Dkk., (2019). *Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio O sebagai Upaya Transpormasi Pendengar*. Jurnal Uniersita Padjajaan. Vol 3 (2)
- Lestari, Intan Ayu., (2018). *Pengelolaan Website dalam Meningkatkan Citra Positi*

Lembaga (Skripsi) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Shafa, Rizky Nurul,. (2019). *Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra*

Lembaga (Skripsi) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG NOMOR : B-0253/Un.05/III.4/PP.00.9/03/2021 TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI SARJANA/S1

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

- Membaca** : Surat Saudara RAHMA ARI CITRA tanggal 02 Februari 2021, tentang permohonan pengangkatan pembimbing dalam penyusunan Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
- Menimbang** : a. bahwa dalam rangka kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pembuatan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung perlu ditunjuk pembimbing skripsi;
- b. bahwa Saudara-saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi pembimbing skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Tentang Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
4. KMA RI Nomor 27 Tahun 1975 Jo No.38 Tahun 1977, Tentang Kurikulum Nasional;
5. KMA RI Nomor 082.A Tahun 2012, Tentang Pedoman Akademik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
6. PERMEN. AGAMA RI Nomor 353 Tahun 2004 Tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum PTAI;
7. PERMEN. AGAMA RI Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama;
8. Keputusan Dirjend. Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI Nomor E/10/Tahun 2012, Tentang Gelar dan Sebutan Lulusan Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati No.Un.05/A/Kp.07.6/064/2011, Tentang Pedoman Akademik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
10. Keputusan Dekan Fak. Dakwah Nomor: IN.10/FD/PP.00.9/260/2001, Tentang Pedoman Akademik.
- Memperhatikan** : Hasil Seminar Usulan Penelitian untuk Skripsi (SUPS), tanggal 26 Februari 2021,

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Terhitung mulai tanggal 09 Maret 2021, mengangkat Saudara:
1. Dr. Hj. Betty Tresnawati, S.Sos., M.LKom. (Pembimbing I);
 2. Abdul Aziz Ma'arif, S.Sos., M.Si. (Pembimbing II);
- dalam penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung:
- N a m a** : Rahma Ari Citra
Nomor Pokok / NIM : 1174060075
Jurusan : Ilmu Komunikasi Bidang Humas
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi).
- Dengan ketentuan sebagai berikut:
1. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan skripsi tersebut lulus diujikan (Ujian Munaqasyah);
 2. Kepada pembimbing diberikan honorarium menurut peraturan yang berlaku;
 3. Segala sesuatu akan diperbaiki kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan surat keputusan ini.

PETIKAN: Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan diindahkan.

Ditetapkan di : Bandung
Tanggal : 09 Maret 2021



Tembusan disampaikan kepada Yth. :

1. Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung (sebagai laporan);
2. Mahasiswa yang bersangkutan (sebagai laporan).

PANDUAN WAWANCARA

PENGELOLAN MEDI SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA

(Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi)

Responden :

1. Kepala bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi
2. Pengelola Media Sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi
3. Pembuat konten untuk media social Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi

No	Daftar Pertanyaan	Daftar Pertanyaan
1	Fact Finding (Pencarian Masalah)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Apakah tujuan awal membuat social media terkhusus <i>instagram</i> itu? 2) Bagaimana cara agar masyarakat mengetahui social media <i>instagram</i> sebagai media informasi public? 3) Apakah media social <i>instagram</i> penting untuk membangun citra lembaga? 4) Apakah setiap harinya harus ada konten yang di unggah? 5) Apakah ada targetan followers harus naik setiap hari, minggu, atau bulannya. Berapa minimal? 6) Apakah informasi yang diberikan ada tanggapan dari followers seperti like, komen dan share? 7) Bagaimana cara agar masyarakat dapat mencerna informasi yang diberikan? 8) Apakah masyarakat <i>membutuhkan</i> informasi yang diberikan? 9) Bagaimana strategi pengelolaan media sosial <i>instagram</i>? 10) Apakah informasi yang diberikan memberikan dampak baik bagi lembaga? 11) Apakah ada informasi khusus mengenai berbagai pelayanan yang di unggah di <i>instagram</i>? 12) Apakah komentar, like mempengaruhi bahwa konten informasi yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan atau tidak?

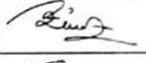
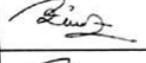
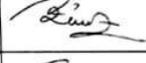
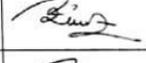
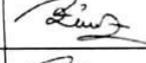
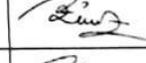
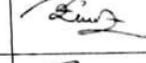
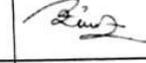
		13) Bagaimana cara mencari kebutuhan masyarakat sebelum menentukan program yang akan di jalankan (riset kecil-kecilan)
2	Planning and Programming (Proses perencanaan dan pemrograman)	<p>14) Bagaimana proses perencanaan konten social media?</p> <p>15) Berapa lama waktu yang dibutuhkan memproses konten informasi?</p> <p>16) Kendala apa saja dalam proses perencanaan program?</p> <p>17) Apakah ada ketentuan khusus untuk mengunggah konten seperti waktu unggah?</p> <p>18) Apakah ada ketentuan khusus seperti tema yang harus dibuat dalam memberikan informasi konten setiap minggunya?</p> <p>19) Apakah ada konten plan khusus untuk perencanaan?</p> <p>20) Apakah ada kegiatan lain kehumasan lain selain membuat konten social media untuk meningkatkan citra lembaga?</p>
3	Communications and Tacking Action (Komunikas dan Aksi)	<p>21) Apakah sudah efektif konten atau informasi yang diberikan sesuai kebutuhan masyarakat?</p> <p>22) Bagaimana respon masyarakat terkait konten yang di unggah?</p> <p>23) Apa saja bentuk komunikasi yang dilakukan lembaga ke masyarakat selain membuat konten di media social?</p> <p>24) Bagaimana cara mengemas konten yang baik dan mudh dipahami oleh masyarakat agar diterima oleh masyarakat?</p> <p>25) Apakah sebelum membuat instagram banyak masyarakat yang mengetahui informasi yang diberikan oleh diskominfo?</p> <p>26) Bagaimamna setelah pembuatan instagram apakah sudah sesuai dengan tujuan instagram di buat?</p> <p>27) Apakah ada kegiatan khusus yang dilakukan agar masyarakat melihat pencapaian yang telah dilakukan oleh</p>

		lembaga?
4	Evaluating (Evaluasi)	<p>28) Bagaimana lembaga bisa mengatasi kendala yang ada?</p> <p>29) Apakah ada evaluasi khusus setiap harinya mengenai konten yang dibuat dengan respon kurang aktif dari masyarakat?</p> <p>30) Apakah masyarakat sudah bisa mengakses informasi ketika masyarakat membutuhkannya dengan membuka social media instagram diskominfo?</p> <p>31) Bagaimana cara menanggapi masyarakat ketika memberikan komentar kurang baik di unggahan instagram?</p>

**DATA PROSES BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**

Nama : Rahma Ari Citra
NIM : 1174060075
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul : Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam
Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif
pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota
Sukabumi

Pembimbing II : Abdul Aziz Ma'arif, S.Sos.,
M.Si.

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	10 Maret 2021	Bab 1	
2	5 Mei 2021	Revisi	
3	12 Juni 2021	Revisi ke 2	
4	14 Juni 2021	Bab 2	
5	16 Juni 2021	Revisi Bab 2	
6	13 Juli 2021	Draf Wawancara	
7	30 Juli 2021	Revisi Draf Wawancara	
8	3 Agustus 2021	Bab 3	
9	4 Agustus 2021	Revisi Bab 3	
10	5 Agustus 2021	Bab 4	
11	7 Agustus 2021	Abstrak	
12	9 Agustus 2021	Bab 1 sampai dengan Bab 4	

Bandung, 11 Agustus 2021
Pembimbing II,


 Abdul Azis Ma'arif, S.Sos., M.Si.,
 NIP. 197601202009121001

**DATA PROSES BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**

Nama : Rahma Ari Citra
NIM : 1174060075
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul : Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam
Membangun Citra Lembaga (Studi deskriptif pada
Dinas Komunikasi dan Informatika Kota
Sukabumi

Pembimbing I : Dr. Hj. Betty Tresnawaty,
S.Sos., M.I.Kom

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	9 Maret 2021	Pemberitahuan SK pembimbing skripsi dan penyerahan hasil seminar proposal penelitian	R
2	3 Mei 2021	Revisi Bab 1	R
3	10 Juni 2021	Bimbingan Bab 2	R
4	11 Juni 2021	Revisi Bab 2	R
5	15 Juni 2021	Bimbingan Bab 2 dan membuat draf wawancara	R
6	10 Juli 2021	Revisi draf wawancara	R
7	29 Juli 2021	Bimbingan Bab 3 Hasil wawancara	R
8	2 Agustus 2021	Revisi Bab 3 Hasil wawancara dan Pembahasan	R
9	3 Agustus 2021	Bimbingan Bab 4 Simpulan dan saran	R
10	4 Agustus 2021	Revisi Bab 4 Simpulan, saran dan penulisan	R
11	6 Agustus 2021	Abstark	R
12	10 Agustus 2021	Hasil keseluruhan Bab 1-4 dan penulisan	R

Bandung, 11 Agustus 2021
Pembimbing I,



Dr. Betty Tresnawaty, S.Sos.,

NIP. 2972081420071020001