

ABSTRAK

Indie Taufiqu Rohman. Strategi Komunikasi *Public Relations* Melalui Instagram @Karangreik.id Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Karangresik Kota Tasikmalaya

Media sosial merupakan tempat berbagi informasi berupa teks, gambar, audio dan video dengan para pengguna lain melalui *online*. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan audiens, memasarkan produk maupun jasa serta saling berinteraksi dengan audiens. Praktisi *Public Relations* Taman Wisata Karangresik membuat akun Instagram @karangresik.id pada pertengahan tahun 2021. Tercatat sampai Mei 2022 *followers* Instagram Taman Wisata Karangresik sebanyak 22,7 ribu pengikut, Hal ini yyang menarik peneliti untuk lebih banyak menggali bagaimana strategi pengelolaan akun Instagram @karangresik.id. Meskipun mendapat kendala dalam pengelolaannya, namun *Public Relations* Taman Wisata Karangresik tetap konsisten menyajikan berbagai konten di media sosial.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif ini hanya merupakan situasi atau peristiwa. Teknik data yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ini yakni observasi, wawancara dan telaah dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan visual yang ada pada konten instagram @karangresik.id bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat pemahaman audiens terhadap pesan yang disajikan. Konten yang dibuat oleh Humas Taman Wisata Karangresik dilengkapi dengan warna-warna yang khas sesuai dengan identitas perusahaan, sehingga lebih menarik perhatian audiens untuk dapat berkunjung ke Taman Wisata Karangresik. Penyampaian informasi melalui konten video diklaim lebih dapat tersampaikan dan memenuhi kebutuhan pengunjung terkait informasi yang dicari sekaligus memberikan dampak bagi Taman Wisata Karangresik. Humas Taman Wisata Karangresik menilai bahwa menggunakan Instastory secara optimal dan kreatif bisa membuat Taman Wisata Karangresik memancing lebih banyak *followers* untuk bergabung dan menciptakan interaksi terkait produk, layanan dan bisnis.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Indie Taufiqu Rohman. Public Relations Communication Strategy Through Instagram @Karangreik.id In Increasing Interest of Visitors to Karangresik Tourism Park, Tasikmalaya City.

Social media is a place to share information in the form of text, images, audio and video with other users via online. The role of social media is increasingly recognized in boosting business performance. Social media allows small businesses to change the way they communicate with their audiences, market their products and services and interact with each other. Public Relations Practitioners of Karangresik Tourism Park created an Instagram account @karangresik.id in mid-2021. Until May 2022, Karangresik Tourism Park Instagram followers were recorded at 22.7 thousand followers. This attracted researchers to explore more about the strategy for managing the @karangresik Instagram account .id. Despite the obstacles in its management, the Public Relations of Karangresik Tourism Park remains consistent in presenting various content on social media.

The purpose of this study is to determine the strategy of selecting visual messages, selecting captions, selecting videos and selecting stories as a means of publishing Public Relations content.

The results showed that the visual messages contained in the @karangresik.id instagram content aim to simplify and accelerate the audience's understanding of the messages presented. The content created by the Public Relations of Karangresik Tourism Park is equipped with distinctive colors according to the company's identity, so that it attracts the attention of the audience to be able to visit Karangresik Tourism Park. Submission of information through video content is claimed to be more conveyable and meet the needs of visitors regarding the information sought while at the same time having an impact on Karangresik Tourism Park. Public Relations of Taman Wisata Karangresik considers that using Instastory optimally and creatively can make Taman Wisata Karangresik attract more followers to join and create interactions related to products, services and business.

Keywords: Communication Strategy, Social Media, Instagram