

ABSTRAK

Resha Devina Putri, Strategi Digital *Public Relations* dalam Menyampaikan Informasi Melalui *Instagram @bdg.disdik* (Studi deskriptif kualitatif pada Humas Dinas Pendidikan Kota Bandung)

Munculnya perspektif baru dengan adanya Digital *Public Relations* (Digital PR), disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi. Aktivitas Digital PR turut dilakukan oleh lembaga maupun instansi guna melaksanakan pelayanan publik secara lebih efisien. Hal tersebut dilakukan dengan memanfaatkan media sosial salah satunya yaitu *Instagram*. Adanya *Instagram* digunakan sebagai media bagi berlangsungnya komunikasi dan penyampaian informasi sebagai bentuk pelayanan publik. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Dinas Pendidikan Kota Bandung dengan menjalankan fungsi Digital PR melalui akun *Instagram @bdg.disdik*. Rangkaian aktivitas Digital PR dilakukan secara interaktif mulai dari melaksanakan keterbukaan informasi, menjadi fasilitator komunikasi, membangun kepercayaan (*trust*), hingga upaya dalam mempertahankan reputasi suatu lembaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Digital *Public Relations* dalam menyampaikan informasi melalui *Instagram @bdg.disdik* berdasarkan perspektif konsep *The Circular Model of Some* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yang meliputi empat aspek diantaranya, tahap *share*, *optimize*, *manage*, *engage*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yaitu deskriptif yang dalam pelaksanaannya melalui beberapa tahap yang terdiri dari observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Digital *Public Relations* dalam menyampaikan informasi melalui *Instagram @bdg.disdik* sesuai dengan keempat aspek pada *The Circular Model of Some* dengan indikator sebagai berikut : Pertama, tahap *share* (membagikan) dilakukan dengan tiga aspek yaitu, memanfaatkan beragam fitur guna menarik partisipasi publik, memberikan *feedback* sebagai upaya terhubung dengan publik, dan membangun kepercayaan. Kedua, tahap *optimize* (mengoptimalkan) penyampaian pesan atau informasi dioptimalkan dengan dua aspek yaitu, memberikan pemahaman secara mendalam kepada publik dan berusaha membangun interaksi melalui unggahan konten informasi. Ketiga, tahap *manage* (mengelola) dilakukan dengan memantau performa *Instagram* melalui media monitoring dan menyajikan informasi actual secara *real time*. Keempat, tahap *engage* (melibatkan) dilakukan dengan menentukan target berdasarkan relevansi konteks informasi, serta melakukan kolaborasi konten.

ABSTRACT

Resha Devina Putri, *Digital Public Relations Strategies in Conveying Information Through Instagram @bdg.disdik (Qualitative descriptive study on Public Relations of the Bandung City Education Office)*

The emergence of a new perspective with the existence of Digital Public Relations (Digital PR), is caused by the development of communication technology. Digital PR activities are also carried out by institutions and agencies to carry out public services more efficiently. This is done by utilizing social media, one of which is Instagram. The existence of Instagram is used as a medium for ongoing communication and delivery of information as a form of public service. Like what was done by the Bandung City Education Office in implementing Digital PR activities through the Instagram account @bdg.disdik. A series of Digital PR activities are carried out interactively starting from carrying out information disclosure, becoming a communication facilitator, and building trust, to efforts to maintain the reputation of an institution.

This study aims to identify and describe the Digital Public Relations strategy in conveying information via Instagram @bdg.disdik based on the perspective of the concept of The Circular Model of Some proposed by Regina Luttrell which includes four aspects including the share, optimize, manage, engage stages.

This study uses a constructivism paradigm with a qualitative approach. The method used is descriptive which in its implementation goes through several stages consisting of observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of this study indicate that the Digital Public Relations strategy in conveying information via Instagram @bdg.disdik is in accordance with the four aspects of The Circular Model of Some with the following indicators: First, the share stage is carried out in three aspects, namely, utilizing various features to attract public participation, provide feedback as an effort to connect with the public, and build trust. Second, the optimize stage of conveying messages or information is optimized with two aspects, namely, providing an in-depth understanding of the public and trying to build interaction through uploading information content. Third, the manage stage is carried out by monitoring Instagram's performance through media monitoring and presenting actual information in real time. Fourth, the engage stage is carried out by setting targets based on the relevance of the information context, as well as collaborating on content.