

ABSTRAK

Raka Aditya Pratama: Pengelolaan Media Instagram Sosial Dalam Meningkatkan Citra Wisata Darajat Pass (Studi Deskriptif kualitatif Pada Akun Instagram @Darajatpassgarut)

Kemajuan teknologi, seperti media sosial, telah membawa perubahan modern dalam menyebarkan informasi. Ini menuntut praktisi PR dari berbagai instansi harus bersaing dengan strategi komunikasi yang lebih ramah, agar informasi yang mereka publikasikan mudah dipahami oleh masyarakat. Khususnya di era ini, media sosial sangat digemari, terutama oleh remaja. Media sosial, termasuk Instagram, memiliki pengaruh besar pada *audiens*. Oleh karena itu, setiap instansi perlu berperan dalam memberikan informasi positif dan menarik di *platform* ini untuk memikat perhatian dan membangun kepercayaan *audiens*. Contohnya, kawasan wisata Darajat Pass memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempublikasikan informasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk Pengelolaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Wisata Darajat Pass untuk menyebarkan informasi demi menarik perhatian dan melakukan pemasaran, dan promosi yang mengacu terhadap konsep *four steps public relations*, yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom dengan indikator sebagai berikut: (1) pencarian data (*fact finding*); (2) Perencanaan dan pemrograman. (*planning and programing*); (3) aksi dan komunikasi (*taking and communicating*); (4) evaluasi program (*evaluasi program*).

Penelitian ini menggunakan paradigma krorutivisme kualitatif dengan pendekatan kualitatif. menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primier dan sekunder melalui teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi.

Hasil Penelitian dapat disimpulkan secara garis besar bahwa wisata Darajat pass sudah tempat dalam melakukan pengelolaan media sosial instagram pada akun @instagram dalam meningkatkan citra. Tim media sosial Darajat pass sudah sesuai dengan konsep *four steps public relations* dengan indikator sebagai berikut; 1) Tahap *fact finding*: membagikan jenis-jenis informasi, menentukan waktu membagikan informasi, mengelompokan segmentasi pasar, 2) Tahap *planning and programing*; rencana yang dilakukan, fitur instagram yang digunakan, konten yang digunakan untuk komunikasi dengan khalayak, 3) Tahap *taking and communicating*; penentuan prioritas dalam merespon khalayak, fungsi pengawasan dan monitoring, *engagment* masyarakat terkait informasi, 4) Tahap *evaluating program*; indikator keberhasilan, respon masyarakat yang diinginkan, efek penggunaan media sosial instagram.

Kata Kunci: Pengelolaan, Media Sosial, Instagram, Citra

ABSTRACT

Raka Aditya Pratama: *Social Media Management in Enhancing the Tourism Image of Darajat Pass (Qualitative Descriptive Study on Instagram Account @Darajatpassgarut)*

Advances in technology, such as social media, have brought about modern changes in disseminating information. This requires that PR practitioners from various agencies have to compete with friendlier communication strategies, so that the information they publish is easily understood by the public. Especially in this era, social media is very popular, especially by teenagers. Social media, including Instagram, has a huge influence on the audience. Therefore, every agency needs to play a role in providing positive and interesting information on this platform to attract attention and build audience trust. For example, the Darajat Pass tourist area utilizes social media Instagram to publish their information.

This study aims to Manage Social Media in Improving the Tourism Image of Darajat Pass to disseminate information in order to attract attention and carry out marketing and promotions that refer to the concept of four steps public relations, proposed by Cutlip, Center, and Broom with the following indicators: (1) fact finding: (2) Planning and programming. (3) taking and communicating (4) program evaluation.

This study uses a qualitative constructivism paradigm with a qualitative approach. using qualitative descriptive methods with primary and secondary data through data collection techniques, namely observation, in-depth interviews and documentation studies.

The results of the study can be concluded in general that the Darajat pass tour is the place to manage Instagram social media on the @instagram account in improving image. The Darajat pass social media team is in accordance with the four steps public relations concept with the following indicators; 1) The fact finding stage: distributing types of information, determining when to share information, classifying market segmentation, 2) Planning and programming stage; plans to be made, Instagram features used, content used to communicate with audiences, 3) Taking and communicating stage; determining priorities in responding to audiences, supervising and monitoring functions, community engagement related to information, 4) Evaluating program stage; indicators of success, desired community response, effects of using Instagram social media.

Keywords: *Management, Social Media, Instagram, Image*