

ABSTRAK

Addini Hanifah Mulyaman, Pengelolaan Digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat Melalui *Instagram* @Dpmdesajabar Dalam Menyampaikan Informasi

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat (Dpm-Desa) merupakan sebuah Lembaga yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat desa dan mempunyai tujuan membina desa. Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa sebagai penyelenggara kegiatan digital *public relations* terkait pengelolaan *Instagram* pada akun @dpmdesajabar yang mempunyai tujuan menyampaikan informasi sehingga dapat berkomunikasi dengan publik dan dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat serta meningkatkan citra positif bagi lembaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan-tahapan pengelolaan *Instagram* @dpmdesajabar yang dikelola oleh Humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat, empat tahapan sesuai dengan yang digagas oleh Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of Some*, mulai dari tahap *share*, tahap *optimize*, tahap *manage* dan tahap *engage*. Penelitian ini menggunakan *The Circular Model of Some* sebagai landasan untuk melakukan penelitian karena selaras dengan pengelolaan *Instagram* @dpmdesajabar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui Teknik observasi partisipatori pasif dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses pengelolaan *Instagram* @dpmdesajabar yang dilakukan oleh Humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui empat tahapan. (1) *share* mulai dari latar belakang penggunaan media sosial *instagram* sebagai media penyampaian informasi, proses publikasi konten dan pengelolaan *Instagram* berdasarkan konten yang berkualitas tinggi untuk meningkatkan citra positif lembaga. (2) *optimize* dilakukan dengan pembuatan *content plan*, dan melakukan diskusi tim. (3) *manage* dilakukan melalui kegiatan *media monitoring* dan kegiatan evaluasi yang dilakukan rutin setiap bulan. (4) *engage* dengan melibatkan pihak eksternal dan menggunakan fitur *Instagram* untuk meningkatkan *engagement*.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa Humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat sudah melakukan salah satu bentuk kegiatan praktisi humas melalui pengelolaan *Instagram* pada akun @dpmdesajabar sebagai media penyampaian informasi.

Kata Kunci: Pengelolaan *Instagram*, Humas Pemerintah, Media Penyampaian Informasi

ABSTRACT

Addini Hanifah Mulyaman, Digital Public Relations Management of the Community and Village Empowerment Agency of West Java Province Through Instagram @Dpmdesajabar in Conveying Information

The Community and Village Empowerment Agency of West Java Province (Dpm-Desa) is an institution focused on empowering rural communities and aims to develop villages. As a practitioner of digital public relations activities, Dpm-Desa manages the Instagram account @dpmdesajabar with the goal of conveying information, engaging with the public, and building positive relationships with the community to enhance the agency's image.

This research aims to explore the stages of managing the Instagram account @dpmdesajabar by the Public Relations team of the Community and Village Empowerment Agency of West Java Province, which aligns with Regina Luttrell's The Circular Model of SoMe. The four stages include sharing, optimizing, managing, and engaging. The Circular Model of Some serves as the framework for this research due to its relevance to managing the Instagram account @dpmdesajabar. The research methodology used is descriptive, and data collection involves passive participant observation and in-depth interviews.

The findings of this study indicate that the Instagram management process @dpmdesajabar conducted by the Public Relations team of the Community and Village Empowerment Agency of West Java Province encompasses four stages. First, the sharing stage involves the background of using Instagram as a platform for conveying information, the process of content publication, and managing Instagram through high-quality content to improve the agency's image. Second, the optimization stage includes creating a content plan and conducting team discussions. Third, the management stage involves media monitoring and regular evaluation activities. Lastly, the engagement stage involves external involvement and utilizing Instagram features to enhance engagement.

Based on the research results, it can be concluded that the Public Relations team of the Community and Village Empowerment Agency of West Java Province has implemented a form of PR practice through managing the Instagram account @dpmdesajabar as a platform for conveying information.

Keywords: *Instagram Management, Government Public Relations, Media Information Conveyance.*