

ABSTRAK

Afifah Inayatul Karim, Pengelolaan Instagram Bandung Creative Hub dalam Menginformasikan Tagline “Center for Creative Activities in Bandung” (Studi Analisis Deskriptif pada Akun Instagram @creativehub.bdg)

Hadirnya teknologi digital berpengaruh secara langsung dalam kegiatan *public relations*. Kegiatan yang dilakukan oleh praktisi humas melalui media digital ini bertujuan untuk menjalin komunikasi dan sebagai media penyebaran informasi kepada publik. Bandung Creative Hub merupakan salah satu Padepokan Seni Kreativitas dan Kebudayaan (PSKK) di Kota Bandung yang menerapkan 17 subsektor ekonomi kreatif dan mengelola Instagram sebagai media informasi bahwa bangunan baru yang terdapat di Kota Bandung yaitu Bandung Creative Hub hadir sebagai pusat bagi wadah industri ekonomi kreatif dan bukan sekedar bangunan kosong di pinggir jalan salah satu jalan Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menguraikan, dan menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Tim Media Sosial BCH yang mengacu pada konsep *The Circular Model of Some for Social Communication* mulai dari tahapan *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan) pada akun Instagram @creativehub.bdg.

Penelitian ini berdasarkan paradigma konstruktivistik dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Guna menjawab dan mendeskripsikan tujuan penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data-data penelitian dengan teknik observasi dan wawancara mendalam agar menunjang dalam proses penelitian.

Berdasarkan pada hasil penelitian bahwa Bandung Creative Hub menjalankan bentuk kegiatan *public relations* melalui pengelolaan Instagram @creativehub.bdg oleh Tim Media Sosial sebagai media informasi tagline “Center for Creative Activities in Bandung” dengan melalui empat tahapan. (1) *share* atau membagikan yang meliputi penggunaan Instagram sebagai *platform* utama dalam menginformasikan tagline, dan proses publikasi konten berdasarkan pada riset analisis oleh Tim Media Sosial BCH; (2) *optimize* atau mengoptimalkan yang meliputi pembuatan tim media sosial sebagai pengelola dan pengembang; (3) *manage* atau mengelola yang meliputi pembuatan content plan melalui proses brainstorming; dan (4) *engage* atau melibatkan dengan pemanfaatan maksimal dari fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram.

Kata Kunci: Pengelolaan Instagram, Bandung Creative Hub, Tagline

ABSTRACT

Afifah Inayatul Karim, Instagram Management of Bandung Creative Hub in Informing the Tagline "Center for Creative Activities in Bandung" (Descriptive Analysis Study on Instagram Account @creativehub.bdg)

The presence of digital technology has a direct effect on public relations activities. Activities carried out by public relations practitioners through digital media aim to establish communication and as a medium for disseminating information to the public. Bandung Creative Hub is one of the Padepokan Seni Kreativitas dan Kebudayaan (PSKK) in the city of Bandung which implements 17 creative economy subsectors and manages Instagram as a medium of information that the new building in the city of Bandung, namely Bandung Creative Hub, is present as a center for the creative economy industry and not just an empty building on the outskirts of one of the streets of Bandung.

This research aims to describe, elaborate, and explain the stages carried out by the BCH Social Media Team which refers to the concept of The Circular Model of Some for Social Communication starting from the stages of share, optimize, manage, and engage on the @creativehub.bdg Instagram account.

This research is based on a constructivistic paradigm using descriptive analysis methods with a qualitative approach. In order to answer and describe the research objectives, researchers used research data collection techniques with observation techniques and in-depth interviews to support the research process.

Based on the results of the study, Bandung Creative Hub carries out a form of public relations activities through the management of Instagram @creativehub.bdg by the Social Media Team as a medium of information for the tagline "Center for Creative Activities in Bandung" by going through four stages. (1) share or share which includes using Instagram as the main platform in informing the tagline, and the content publication process based on analytical research by the BCH Social Media Team; (2) optimize or optimize which includes creating a social media team as managers and developers; (3) manage or manage which includes creating a content plan through a brainstorming process; and (4) engage or involve with maximum utilization of the features provided by Instagram.

Keywords: Instagram Management, Bandung Creative Hub, Tagline