

ABSTRAK

Sabila Fadhilatun Nasywa: Pengelolaan *Online Public Relations* Melalui Akun *Instagram @humas_bandung* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung).

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung merupakan instansi yang berada di bawah naungan pemerintah Kota Bandung yang bertugas dalam melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang komunikasi, informatika dan hubungan masyarakat. Dalam menjalankan tugasnya sebagai Humas Kota Bandung, Diskominfo memanfaatkan *platform Instagram* sebagai strategi *online public relations* untuk menyediakan informasi publik dan membentuk *branding* Kota Bandung. *Instagram @humas_bandung* merupakan akun resmi Diskominfo Kota Bandung yang saat ini sudah berstatus *verified*, bahkan sudah mendapatkan dua penghargaan, yaitu *Pengelolaan Media Sosial Terbaik di Jawa Barat* pada ajang Humas Jabar Award 2022 dan penghargaan *Terbaik Kedua Kategori Media Sosial* pada ajang Anugerah Media Humas ke-15 Tahun 2022.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tahapan-tahapan yang dilakukan Diskominfo Kota Bandung dengan menggunakan *the circular model of SOME for media social communication* dalam membagikan (*share*) konten, mengoptimalkan (*optimize*) pesan, mengelola (*manage*) informasi, dan melibatkan (*engage*) publik pada akun *Instagram @humas_bandung* sebagai bentuk kegiatan *online public relation*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan dan menguraikan secara detail mengenai suatu fenomena yang dikaji dengan teknik pengumpulan data: observasi partisipatori pasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *online public relations* melalui akun *Instagram @humas_bandung* dilakukan dengan empat tahapan: Pertama, *Share* (membagikan), yaitu upaya Diskominfo bergerak dalam menyebarkan konten dengan *connect, participate, dan build trust*. Kedua, *optimize* (mengoptimalkan), yaitu upaya Diskominfo memaksimalkan penyampaian pesan dengan menetapkan jadwal berdasarkan hari tematik dan menentukan isi konten. Ketiga, *manage* (mengelola), yaitu upaya Diskominfo mengelola informasi yang ada dengan *monitoring, quick responses, dan real-time interactions*. Keempat, *engage* (melibatkan), yaitu upaya Diskominfo melibatkan publik dengan keikutsertaan publik dalam konten dan kolaborasi konten.

Kata kunci: *Online Public Relations, Instagram, Diskominfo Kota Bandung.*

ABSTRACT

Sabila Fadhilatun Nasywa: *Online Public Relations Management Through Instagram Account @humas_bandung (A Descriptive Qualitative Study at the Department of Communication and Informatics of Bandung City).*

The Department of Communication and Informatics (Diskominfo) of Bandung City is a government agency responsible for carrying out local government affairs in the fields of communication, informatics, and public relations under the jurisdiction of Bandung City. In its role as the Public Relations arm of Bandung City, Diskominfo utilizes the Instagram platform as an online public relations strategy to provide public information and shape the branding of Bandung City. Instagram @humas_bandung is the official account of Diskominfo Bandung, which is currently verified and has received two awards: the Best Social Media Management in West Java at the 2022 Humas Jabar Award and the Second Best in the Social Media Category at the 15th Annual Media Public Relations Awards in 2022.

The purpose of this research is to understand the steps taken by Diskominfo Bandung using the circular model of SOME for social media communication to share content, optimize messages, manage information, and engage the public on the Instagram account @humas_bandung as part of their online public relations activities.

The research method used in this study is descriptive with a qualitative approach to provide a detailed explanation and description of a phenomenon under investigation. Data collection techniques include passive participant observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of the research show that online public relations management through the Instagram account @humas_bandung is carried out in four stages: First, share: This involves Diskominfo's efforts to disseminate content through connecting, participating, and building trust. Second, optimize: This stage includes Diskominfo's efforts to maximize message delivery by scheduling content based on thematic days and determining content topics. Third, manage: In this stage, Diskominfo manages existing information through monitoring, quick responses, and real-time interactions. Fourth, engage: This stage involves Diskominfo engaging the public through public participation in content and content collaboration.

Keywords: *Online Public Relations, Instagram, Diskominfo Bandung City.*