

## ABSTRAK

**Riska Noviyanti:** Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam Pengelolaan Instagram @atcs.kotabandung.

*Digital public relations* melalui media sosial Instagram digunakan *Area Traffic Control System* Kota Bandung untuk menyampaikan informasi lalu lintas kepada publik. Informasi lalu lintas menjadi hal penting yang dibutuhkan oleh publik, segala bentuk informasi memberikan pandangan positif ketika informasi diterima baik oleh publik serta berpengaruh pada citra perusahaan. Penyampaian informasi dikemas dengan menarik dan informatif melalui akun Instagram @atcs.kotabandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan Instagram @atcs.kotabandung dalam menyampaikan informasi kepada publik yang dilakukan oleh ATCS Kota Bandung dengan mengacu pada konsep *The Circular Model of SoMe* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Konsep ini memiliki empat tahapan, yaitu: *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Peneliti menggunakan metode tersebut untuk menggambarkan dan menganalisa strategi humas dinas perhubungan kota bandung dalam pengelolaan Instagram @atcs.kotabandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ATCS Kota Bandung dalam menjalankan pengelolaan Instagram sejalan dengan konsep *the circular model of SoMe* dengan indikator, yaitu: (1) tahap membagikan meliputi menentukan target sasaran (*participate*), menyesuaikan waktu membagikan konten, dan merumuskan konten. (2) Tahap mengoptimalkan, meliputi bekerja sama dengan media *internal* dan eksternal, dan penggunaan *hashtag* pada postingan. (3) Tahap mengelola, meliputi merespon keluhan secara cepat (*quick responses*), melakukan *live* Instagram (*real time interactions*), dan Evaluasi. (4) Tahap melibatkan, meliputi *fast responses* (merespon cepat), dan memposting kembali konten *followers*.

**Kata Kunci:** Pengelolaan, *Digital Public Relations*, Instagram, *The Circular Model of SoMe*

## **ABSTRACT**

**Riska Noviyanti:** *Public Relations Strategy for the Bandung City Transportation Service in Managing Instagram @atcs.kotabandung*

*Digital public relations through Instagram social media is used by the Bandung City Area Traffic Control System to convey Bandung City traffic information to the public. Traffic information is an important thing needed by the public, all forms of information give a positive view when the information is well received by the public and influences the company's image. Submission of information is packaged in an interesting and informative manner through the Instagram account @atcs.kotabandung.*

*This study aims to describe the management of Instagram @atcs.kotabandung in conveying information to the public carried out by ATCS Bandung City by referring to the concept of The Circular Model of SoMe put forward by Regina Luttrell. This concept has four stages, namely: share, optimize, manage, and engage.*

*This study used a descriptive method with data collection techniques, namely in-depth interviews, observation, and documentation. Researchers used this method to describe and analyze the public relations strategy for the Bandung City Transportation Service in managing Instagram @atcs.kotabandung.*

*The results of the study show that ATCS Bandung City in managing Instagram is in line with the concept of the circular model of SoMe with indicators, namely: (1) the sharing stage includes determining the target (participate), adjusting the time for sharing content, and formulating content. (2) The optimizing stage, including working with internal and external media, and using hashtags in posts. (3) The management stage, which includes responding to complaints quickly (quick responses), conducting live Instagram (real time interactions), and evaluating. (4) The engaging stage includes fast responses, and reposting of followers' content.*

**Keywords:** *Management, Digital Public Relations, Instagram, The Circular Model of SoMe*