

ABSTRAK

Rifky Wildan Herdiansyah: Pengelolaan Digital *Public Relations* Dalam Meningkatkan *Brand Image* SMA Negeri 1 Bantarujeg (Studi Deskriptif pada Akun *Instagram @Sman1bantaruweg*)

Perkembangan informasi dan teknologi dewasa ini semakin cepat menciptakan media baru yang bentuknya berupa jaringan (*online*) digunakan sebagai sarana penyebaran informasi dan publikasi. Humas SMA Negeri 1 Bantarujeg melakukan pengelolaan digital *public relations* yang baik melalui media sosial *instagram*. Peneliti tertarik untuk meneliti proses pengelolaan digital *public relations* yang dilakukan dengan baik oleh Humas SMA Negeri 1 Bantarujeg mengenai program dan layanan pendidikan serta SMA Negeri 1 Bantarujeg yang dapat memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat Majalengka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan digital *public relations* pada media sosial *instagram*. Penelitian ini menggunakan konsep *The Circullar Model of Some for Social Communication* dari Regina Luttrell yang dikembangkan pada tahun 2015. Konsep ini digunakan karena relevan dengan tahapan yang dilakukan bagian Humas SMA Negeri 1 Bantarujeg pada pengelolaan digital *public relations* dalam meningkatkan *brand image* di *instagram @sman1bantaruweg*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif. Data-data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan digital *public relations* yang dilakukan humas SMA Negeri 1 Bantarujeg untuk publikasi mengenai SMA Negeri 1 Bantarujeg melalui empat tahap. Tahap membagikan (*share*) konten merupakan tahap awal yang dilakukan, tahap awal ini melakukan pengolahan informasi untuk publikasi konten. Tahap mengoptimalkan (*optimize*) pesan, pada tahap ini bagian humas melakukan media pengecekan media (*media screening*) untuk mengetahui jenis konten informasi yang banyak diminati oleh publik. Tahap mengelola (*manage*) pada tahap ini melakukan media *monitoring* untuk pengelolaan informasi melalui fitur *insight* yang ada di *instagram*, kemudian memberikan respon cepat kepada publik. Tahap melibatkan (*engage*) publik dengan mengadakan kegiatan bersama dengan publik dan melibatkan *influencer*.

Kata Kunci: Digital *Public Relations*, *The Circular Model of Some*, Media Sosial, *Instagram*, *Brand Image*

ABSTRACT

Rifky Wildan Herdiansyah: *Management of Digital Public Relations in Improving the Brand Image of SMA Negeri 1 Bantarujeg (Descriptive Study on Instagram Account @Sman1bantarujege)*

The development of information and technology today is rapidly creating new media in the form of a network (online) used as a means of disseminating information and publications. Public Relations of SMA Negeri 1 Bantarujeg conducts good digital public relations management through Instagram social media. Researchers are interested in examining the process of managing digital public relations which is well carried out by Public Relations of SMA Negeri 1 Bantarujeg regarding educational programs and services as well as SMA Negeri 1 Bantarujeg which can provide information and education to the people of Majalengka.

This study aims to find out how the process of managing digital public relations on Instagram social media. This study uses the concept of The Circular Model of Some for Social Communication from Regina Luttrell which was developed in 2015. This concept is used because it is relevant to the stages carried out by the Public Relations section of SMA Negeri 1 Bantarujeg on managing digital public relations in increasing the brand image on Instagram @sman1bantarujege. This study uses a constructivism paradigm with a qualitative approach and a qualitative descriptive method. Research data were collected through in-depth interviews and observations.

The results showed that the management of digital public relations carried out by public relations at SMA Negeri 1 Bantarujeg for publications about SMA Negeri 1 Bantarujeg went through four stages. The stage of sharing (sharing) content is the initial stage that is carried out, this initial stage is processing information for content publications. The stage of optimizing the message, at this stage the public relations section conducts media screening to find out the type of information content that is in great demand by the public. The managing stage at this stage conducts media monitoring for information management through the insight feature on Instagram, then provides a quick response to the public. The stage involves the public by holding joint activities with the public and involving influencers.

Keywords: Digital Public Relations, The Circular Model of Some, Social Media, Instagram, Brand Image