

## ABSTRAK

**Antya Narda**, *Aktivitas Digital Public Relations* pada Media Sosial Instagram @sekitarbandungcom (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perusahaan Media Sekitar Bandung).

Era digital saat ini mampu membuat *Digital Public Relations* menjadi salah satu batu loncatan dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk berkomunikasi dan menyebarluaskan informasi atau pesan kepada khalayak. Pemanfaatan media sosial dalam aktivitas *Digital Public Relations* banyak dilakukan perusahaan media untuk menjangkau target audiens yang lebih banyak. Sekitar Bandung menjadi salah satu perusahaan media yang mendapat banyak perhatian publik melalui Instagram @sekitarbandungcom dalam menyebarkan informasi. Kebutuhan akan informasi di era globalisasi ini, membuat publik mencari sarana yang bisa memenuhi keinginan dan ketertarikan mereka.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menjelaskan aktivitas *Digital Public Relations* pada media sosial Instagram @sekitarbandungcom.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan konsep *The Circular Model of SoMe* yang digagas oleh Regina Lutrell yang terdiri dari empat tahapan yaitu, membagikan (*share*), mengoptimalkan (*optimize*), mengelola (*manage*), dan melibatkan (*engage*)

Penelitian ini dilakukan menggunakan paradigma konstruktivistik dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara mendalam dan observasi partisipasi pasif.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Sekitar Bandung melakukan aktivitas *Digital Public Relations* pada media sosial Instagram @sekitarbandungcom melalui empat tahapan yaitu: 1). Membagikan (*share*) konten, terdiri dari partisipasi dengan publik di media sosial Instagram, komunikasi dua arah untuk selalu terhubung dengan publik dan validasi terhadap kebenaran konten untuk membangun kepercayaan publik. 2). Mengoptimalkan (*optimize*) pesan, terdiri dari konsistensi publikasi konten di media sosial Instagram dan mengetahui pembicaraan publik dengan ikut langsung dalam diskusi publik. 3). Mengelola (*manage*) informasi, terdiri dari melakukan controlling dan evaluasi terhadap setiap konten dan memberikan tanggapan cepat terhadap respon publik di Instagram. 4). Melibatkan (*engage*) publik, terdiri dari memanfaatkan fitur kolaborasi untuk meningkatkan *engagement* dan melibatkan publik dengan pemanfaatan fitur Instagram.

**Kata Kunci:** *Digital Public Relations, Instagram, Aktivitas*

## **ABSTRACT**

*Antya Narda, Digital Public Relations Activities on Instagram Social Media @sekitarbandungcom (Qualitative Descriptive Study at Media Company Around Bandung).*

*The current digital era is able to make Digital Public Relations one of the stepping stones in an organization or company to communicate and disseminate information or messages to the public. The utilization of social media in Digital Public Relations activities is widely done by media companies to reach a larger target audience. Around Bandung is one of the media companies that gets a lot of public attention through Instagram @sekitarbandungcom in disseminating information. The need for information in this era of globalization, makes the public look for means that can meet their desires and interests.*

*The purpose of this research is to find out, describe and explain Digital Public Relations activities on Instagram social media @sekitarbandungcom.*

*This research was conducted based on the concept of The Circular Model of SoMe initiated by Regina Lutrell which consists of four stages, namely, share, optimize, manage, and engage.*

*This research was conducted using a constructivistic paradigm with descriptive methods and a qualitative approach. The data collection method in this study was through in-depth interviews and passive participation observation.*

*The results of this study found that Sekitar Bandung conducted Digital Public Relations activities on Instagram social media @sekitarbandungcom through four stages, namely: 1). Share content, consisting of participation with the public on Instagram social media, two-way communication to always connect with the public and validation of the truth of the content to build public trust. 2). Optimize the message, consisting of consistency in publishing content on Instagram social media and knowing the public conversation by participating directly in public discussions. 3). Managing information, consisting of controlling and evaluating each content and providing quick responses to public responses on Instagram. 4). Engaging the public, consisting of utilizing collaboration features to increase engagement and engaging the public by utilizing Instagram features.*

**Keywords: Digital Public Relations, Instagram, Activities**