

## ABSTRAK

**Faik Kotussyaih:** Pengelolaan *Digital Public Relations* Lembaga Kemanusiaan Little Project (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @littleproject.idn)

Perkembangan teknologi mempengaruhi berbagai macam kegiatan komunikasi di sebuah perusahaan maupun lembaga, khususnya pada bidang *public relations*. *Public relations* dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dalam menjalankan perannya di era teknologi digital. Lembaga Kemanusiaan Little Project merupakan salah satu *non-governmental organizations* (NGO) yang beradaptasi di era digital dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana dalam memberikan informasi, edukasi, dan sebagai media sosialisasi kepada masyarakat tentang isu kemanusiaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan *digital public relations* melalui media Instagram @littleproject.idn menggunakan *The Circular Model of Some for Social Communications* oleh Regina Luttrell. Model ini menggunakan empat tahap yang harus dilakukan yaitu *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *digital public relations* Lembaga kemanusiaan Little Project pada akun Instagram @littleproject.idn sejalan dengan tahapan dan aspek pada *The Circular Model of Some* yang terdiri dari (1) *Share* (membagikan) konten yaitu melalui tahapan pemilihan media yang berfokus menggunakan media sosial Instagram @littleproject.idn untuk membagikan informasi, kemudian menentukan target sasaran (*participate*) menggunakan *advertising* pada konten untuk menjangkau demografi secara luas, serta membangun kepercayaan (*build trust*) dengan *update* konten setiap hari. (2) *Optimize* (mengoptimalkan) pesan melalui tiga tahap, yaitu tahap optimalisasi pengemasan konten dengan meminimalisir terjadinya *shadow banned* pada konten sensitif, tahap mengoptimalkan fitur-fitur, dan tahap kategorisasi jenis konten yang beragam. (3) *Manage* (mengelola) dengan kegiatan *monitoring* pada *engagement rate* yang dihasilkan dan menganalisis konten yang kurang sebagai bahan evaluasi. (4) *Engage* (melibatkan) yaitu berinteraksi dengan publik dan mendorong keterlibatan audiens. Interaksi dilakukan dengan menjawab komentar dan merespon obrolan melalui *direct message*. Mendorong keterlibatan publik dilakukan dengan menyertakan *call to action* (CTA) pada postingan.

**Kata Kunci:** *Digital Public Relations*, Pengelolaan, Instagram, Lembaga Kemanusiaan.

## ABSTACRK

**Faik Kotussyaih:** *Digital Public Relations Humanitarian Agencies Little Project (Descriptive study on Instagram account @littleproject.idn)*

*Technological developments affect various kinds of communication activities in a company or agency, especially in the field of public relations. Public relations is required to be able to adapt to carry out its role in the era of digital technology. The Little Project Humanitarian agencies is one of the non-governing organizations (NGOs) that adapts to the digital era by using Instagram social media as a means of providing information, education, and as a media of socialization to the public about humanitarian issues.*

*This study aims to determine the process of managing digital public relations through social media Instagram @littleproject.idn using The Circular Model of Some for Social Communications by Regina Luttrell. This model uses four stages that must be done, namely share, optimize, manage, and engage.*

*This research uses a constructivistic paradigm with a qualitative approach. The models used in this research are descriptive methods with data capture techniques through observations, in-depth interviews and documentation.*

*The research results show that the digital public relations activities of the Little Project humanitarian agencies on the Instagram @littleproject.idn represents to the stages and aspects of The Circular Model of Some which consist of (1) Share content, through the stage of media selection that focuses on using Instagram @littleproject.idn social media to share information, then determine the target target (participate) using advertising on content to reach a wide demographic, and build trust by updating content every day. (2) Optimize messages through three stages, first the content optimization by minimizing the occurrence of shadow bans on sensitive content, second by optimizing features, and the categorization stage of various types of content. (3) Manage with monitoring activities on the engagement rate generated and analyzing content that lacks as evaluation material. (4) Engage, which is interacting with the public and encouraging audience engagement. Interaction is carried out by answering comments and responding to chats through direct message. Encourage public engagement by including a call to action (CTA) on Instagram posts.*

**Keywords:** *Digital Public Relations, Management, Instagram, Humanitarian Agencies.*