

## ABSTRAK

**Firda Laila Kamila:** Pengelolaan Digital *Public Relations* Melalui Media Sosial Instagram @tahuradjuanda.official (Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas UPTD Tahura Djuanda)

Tahura Djuanda merupakan instansi yang memanfaatkan teknologi internet dengan media sosial Instagram dalam praktik digital *public relations*. Humas Tahura Djuanda merupakan divisi yang bertanggung jawab atas pengelolaan digital *public relations* melalui Instagram @tahuradjuanda.official. Akun Instagram @tahuradjuanda.official digunakan sebagai platform untuk berkomunikasi dengan publik dan sebagai sarana menyebarkan pesan dan informasi sebagai bentuk pelayanan publik melalui media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses Tahura Djuanda dalam mengelola digital *public relations* melalui media sosial Instagram @tahuradjuanda.official dengan menggunakan konsep *The Circular Model of Some for Social Communications*. Pada konsep ini terdiri atas empat tahap diantaranya *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yakni deskriptif untuk memaparkan secara detail fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Tahura Djuanda telah menerapkan kegiatan pengelolaan digital *public relations* melalui Instagram @tahuradjuanda.official yang didasarkan menggunakan konsep yang diusung oleh Regina Luttrell yakni konsep *The Circular Model of Some Social Communications* dengan empat tahapan yaitu pertama, *share* (membagikan) informasi melalui konten yang berfokus pada aspek partisipasi, koneksi, dan membangun kepercayaan publik, kedua, *optimize* (mengoptimalkan) informasi yang berfokus pada aspek visual konten, ragam jenis konten, dan penggunaan gaya bahasa, ketiga, *manage* (mengelola) informasi yang berfokus pada aspek media *monitoring*, *quick response*, dan *real-time interactions*, dan keempat, *engage* (melibatkan) publik yang berfokus pada aspek konten Instagram dan interaksi dengan *followers*.

**Kata Kunci:** Digital *Public Relations*, Instagram, *The Circular Model of Some*, Hutan Lindung

## ABSTRACT

**Firda Laila Kamila:** *Management of Digital Public Relations through Social Media Instagram @tahuradjuanda.official (Qualitative Descriptive Study on Public Relations of UPTD Tahura Djuanda)*

*Tahura Djuanda is an institution that utilizes internet technology with Instagram social media in the practice of digital public relations. Public Relations of Tahura Djuanda is the division responsible for managing digital public relations through Instagram @tahuradjuanda.official. The Instagram account @tahuradjuanda.official is used as a platform to communicate with the public and as a means of disseminating messages and information as a form of public service through social media.*

*This research aims to find out the process of Tahura Djuanda in managing digital public relations through Instagram social media @tahuradjuanda.official by using the concept of The Circular Model of Some for Social Communications. This concept has four steps including share, optimize, manage, and engage.*

*This study uses a constructivist paradigm and a qualitative approach with a descriptive method to describe in detail the phenomena that occur. This study uses data collection techniques by conducting in-depth interviews, passive participant observation, and documentation.*

*Based on the research results, it can be concluded that Tahura Djuanda has implemented digital public relations management activities through Instagram @tahuradjuanda.official which is based on the concept proposed by Regina Luttrell, namely the concept of The Circular Model of Some Social Communications with four stages, namely first, share information through content that focuses on aspects of participation, connection, and building public trust, second, optimize information that focuses on the visual aspect of content, various types of content, and the use of language style, third, manage information that focuses on aspects of media monitoring, quick response, and real-time interactions, and fourth, engage the public that focuses on aspects of Instagram content and interaction with followers.*

**Keyword:** *Digital Public Relations, Instagram, The Circular Model of Some, Protected Forest*