

ABSTRAK

Asmahan Nur Shahra: Pengelolaan Digital *Public Relations* Pada Media Sosial @halobandung (Analisis Deskriptif pada Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung)

Digital *public relations* merupakan praktik baru dalam bidang kehumasan yang menggunakan digitalisasi, menggunakan internet sebagai media untuk menarik perhatian publik. Mengelola media sosial adalah salah satu tugas dari bagian digital *PR* dan pengelolaan media sosial membutuhkan banyak kreativitas, menjadikannya keterampilan yang harus dimiliki oleh setiap praktisi untuk mengelola digital *PR*. Instansi pemerintah mengelola digital *PR* melalui media sosial dapat dijadikan sebagai wadah komunikasi antara masyarakat dan instansi untuk memberikan layanan informasi secara cepat dan akurat, serta memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi. Prokopim Kota Bandung merupakan salah satu instansi pemerintah yang mengimplementasikan digital *PR*, berfungsi sebagai fasilitator komunikasi bagi masyarakat untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan rencana pemerintah Kota Bandung. Hal itu dilakukan melalui akun Instagram @halobandung yang berfungsi sebagai media publikasi Pemkot Bandung untuk menyebarluaskan informasi dan meningkatkan pelayanan publik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengelolaan digital *PR* dalam penyebaran informasi melalui media sosial Instagram dengan mengacu pada model yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yang mencakup empat aspek, yaitu tahap *share, optimize, manage, engage*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif dengan didukung data primer dan data sekunder, serta menggunakan Teknik pengumpulan data dengan proses wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pengelolaan media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sesuai dengan empat aspek pada The Circular Model of Some, yaitu pertama penyebaran konten informasi sesuai dengan ketentuan. Kedua pencarian isu untuk mengoptimalkan konten informasi. Ketiga menjaga komunikasi agar tetap interaktif dengan publik di Instagram. Keempat *verified* di Instagram untuk mencapai target publik.

Kata Kunci: Digital *Public Relations*, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

Asmahan Nur Shahra: *Management of Digital Public Relations on Social Media @halobandung (Descriptive Analysis on Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung)*

Digital public relations is a new practice in the field of public relations that uses digitization, using the internet as a medium to attract public attention. Managing social media is one of the tasks of the digital PR department and managing social media requires a lot of creativity, making it a must-have skill for every practitioner to manage digital PR. Government agencies managing digital PR through social media can be used as a forum for communication between the community and agencies to provide information services quickly and accurately, and make it easier for the public to obtain information. Prokopim Kota Bandung is one of the government agencies that implements digital PR, functioning as a communication facilitator for the public to know and understand the implementation of the Bandung City government plan. This was done through the @halobandung Instagram account which serves as a publication media for the Bandung City Government to disseminate information and improve public services.

The purpose of this research is to understand the management of digital PR in disseminating information through social media Instagram by referring to the model proposed by Regina Luttrell which includes four aspects, namely the stages of share, optimize, manage, engage.

This research uses the constructivism paradigm with a qualitative approach and descriptive method supported by primary and secondary data, and uses data collection techniques with interview and observation processes.

The results of this study indicate that the Instagram social media management activities of the Bandung City Leadership Communication Protocol are in accordance with four aspects of The Circular Model of Some, namely the first dissemination of information content in accordance with the provisions. Second issue search to optimize information content. Third, keep communication interactive with the public on Instagram. The four are verified on Instagram to reach the public target.

Keywords: *Digital Public Relations, Social Media, Instagram.*