

## Pemanfaatan Media Sosial Instagram @humas\_jabar Sebagai Sumber Informasi Masyarakat Jawa Barat

Vina Salsabila Firmana<sup>1</sup>, Priyo Subekti<sup>2</sup>

Universitas Padjajaran, Indonesia

Korespondensi penulis: [vina20001@mail.unpad.ac.id](mailto:vina20001@mail.unpad.ac.id)

**Abstract.** Digitalization triggered the development of information and communication technology, giving birth to social media, supported by the internet, as the main gateway for information dissemination. Instagram, as one of the most popular social media platforms, is used by various government agencies to disseminate information effectively. This study aims to determine the utilization of social media in the management of Instagram @humas\_jabar, used by the Communication and Informatics Office of West Java Province as a source of information for the people of West Java. This research was conducted using the descriptive qualitative method through observation during job training, interviews with the public relations staff of Diskominfo Prov Jabar, and analysis using the circular model of SoMe. The results of this study indicate that Diskominfo of West Java Province utilizes Instagram @humas\_jabar as a public communication tool to disseminate information, innovations, and achievements of its programs. In managing Instagram, @humas\_jabar has carried out four stages: share, manage, engage, and optimize.

**Keywords:** social media, Instagram, The Circular Model of SoMe, Public Relations Jabar, Information and Communication Office of West Java Province

**Abstrak.** Digitalisasi memicu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, melahirkan media sosial yang didukung internet sebagai gerbang utama penyebaran informasi. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, digunakan oleh berbagai instansi pemerintah untuk menyebarkan informasi secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam pengelolaan Instagram @humas\_jabar digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat sebagai sumber informasi bagi masyarakat Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif melalui observasi selama pelaksanaan job training, wawancara dengan staf Humas Diskominfo Prov Jabar, dan melakukan analisis menggunakan The Circular Model of SoMe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diskominfo Provinsi Jawa Barat memanfaatkan media sosial Instagram @humas\_jabar sebagai alat komunikasi publik untuk menyebarluaskan informasi, inovasi, dan prestasi programnya. Dalam pengelolaan Instagram @humas\_jabar telah menjalankan 4 tahapan share, manage, engage, dan optimize.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Instagram, The Circular Model of SoMe, Humas Jabar, Dinas Informasi dan Komunikasi Provinsi Jawa Barat

### 1. LATAR BELAKANG

Era digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara berkomunikasi, belajar, bekerja, dan mengakses informasi. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat, membuka akses informasi yang luas. Menurut Asmani (2011:99) Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat didefinisikan sebagai segala jenis teknologi yang berkaitan dengan pengambilan, pengumpulan, pemrosesan, penyimpanan, penyebaran, dan penyajian informasi. Teknologi komunikasi berkaitan dengan pemanfaatan alat untuk memproses dan mentransfer data dari satu perangkat ke perangkat lainnya. Digitalisasi memicu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, melahirkan media

sosial yang didukung internet sebagai gerbang utama penyebaran informasi. Media sosial hadir sebagai alternatif baru untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Seorang praktisi *public relations* di era digital menjadi simbol penting sebagai perantara komunikasi dan penghubung pesan. Era digital menuntut *public relations* beradaptasi dengan *platform* baru untuk menjalin komunikasi dan menjangkau masyarakat luas secara efektif. Adaptasi ini membuka peluang baru bagi mereka untuk mengumpulkan informasi, menyebarkan pesan, dan memahami isu-isu terkini dengan memanfaatkan media sosial secara maksimal. Media sosial seperti Instagram menjadi *platform* penting bagi *public relations* untuk menyebarkan informasi dan menjangkau masyarakat. Berdasarkan data *We Are Social* terbaru, Instagram menduduki posisi kedua sebagai media sosial terpopuler di Indonesia pada Januari 2024 dengan 85,3% pengguna. Atmoko (2012:3) mendefinisikan Instagram sebagai layanan jejaring sosial berbasis fotografi.

*Platform* Instagram bertujuan untuk menyebarkan informasi tersebar luas dengan cepat dan efisien. Instagram menjadi *platform* ideal bagi *public relations* karena desainnya yang modern dan beragam fitur yang mendukung penyebaran informasi. Jangkauan Instagram yang luas dapat menarik berbagai kalangan, termasuk instansi pemerintah untuk memanfaatkan Instagram sebagai alat menyebarkan informasi. Salah satu contohnya adalah Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat (Jabar) yang memanfaatkan Instagram @humas\_jabar sebagai media utama menyebarluaskan informasi, inovasi, dan prestasi programnya. Hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen Humas Jabar dalam menjalankan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, sekaligus memperkuat posisi Jawa Barat sebagai provinsi informatif.

Diskominfo Jabar menjalankan perannya dalam mewujudkan visi “Jawa Barat Juara Lahir Batin” dengan inovasi dan kolaborasi melalui program Jawa Barat Digital Provice (JDS). Bidang Informasi Komunikasi Publik menjadi ujung tombak JDS dengan pemanfaatan data dan teknologi. Diskominfo Jabar berkomitmen untuk memberikan pelayanan informasi publik yang prima, akurat, dan informatif kepada masyarakat melalui berbagai strategi komunikasi di akun Instagram-nya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial dalam pengelolaan pembuatan konten di Instagram @humas\_jabar sebagai sarana informasi bagi masyarakat Jawa Barat. Hal ini dilakukan untuk memahami bagaimana Diskominfo Jabar mengoptimalkan *platform* Instagram dalam menyebarkan informasi dan membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat Jawa Barat.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Public Relations**

*Public relations* memiliki karakteristik khusus dalam interaksi timbal balik antara organisasi kepada publiknya (Cutlip & Center, 2009:6). Ini bukan hanya mengenai komunikasi satu arah dari organisasi ke publik, tetapi juga bagaimana publik berinteraksi dengan organisasi untuk mencapai pemahaman dan kepentingan bersama. Dalam proses komunikasi *public relations* berperan sebagai penyampai informasi dan pendengar aktif. Seorang *public relations* dalam penyampaian kepada publik menggunakan informasi, persuasi dan penyesuaian untuk membangun dukungan publik atas suatu kegiatan (Barneys, 2004). Dengan demikian, *public relations* menjalankan peran penting dalam membangun hubungan positif antara organisasi dan publiknya.

Asosiasi Hubungan Masyarakat Internasional (2008), mengatakan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang berkelanjutan. Bertujuan untuk membangun dan menjaga pemahaman, simpati, dan dukungan dari publik yang relevan bagi organisasi, lembaga publik, dan entitas swasta. Menurut Barneys (2004), *public relations* memiliki tiga peran utama, meliputi (1) penyampaian informasi yang akurat dan relevan kepada publik terkait suatu lembaga; (2) persuasi untuk mengubah sikap dan perilaku terhadap suatu lembaga dengan cara yang saling menguntungkan; (3) penyalarsan sikap dan tindakan dalam upaya menjembatani perbedaan antara sikap dan tindakan lembaga dan tindakan masyarakat, dan sebaliknya.

### **Media Sosial**

Media sosial adalah *platform* yang dapat diakses oleh pengguna untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan fasilitas yang disediakan (Nasrullah, 2015). Media sosial dapat dikategorikan sebagai media daring, di mana penggunaanya dapat berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang virtual melalui aplikasi yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih. Internet, media sosial, dan teknologi multimedia membentuk satu kesatuan yang tak terpisahkan dan mendorong inovasi (Pakuningjati, 2015). Media sosial tidak hanya terbatas pada beberapa aplikasi populer seperti Facebook, TikTok, Twitter, atau Instagram. Dalam konteks non-teknologi, media sosial dapat dipahami sebagai platform bagi orang untuk berbagi pemikiran, konten, dan menjalin hubungan secara daring (Pakuningjati, 2015).

### **Instagram**

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya di akun Instagram pribadi

mereka. Instagram berfungsi sebagai platform media digital untuk mengunggah dan berbagi foto serta video dengan khalayak luas, bertujuan menyampaikan informasi yang dibutuhkan (Kocak et al, 2020). Instagram dapat dianggap sebagai media untuk mengambil dan mengirim foto secara cepat (Sari, 2017). Menurut Atmoko (2012), aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram untuk memberikan informasi meliputi berbagai gambar, foto, video, dan menggunakan *caption*. Berdasarkan data *We Are Social* terbaru, Instagram menduduki posisi kedua sebagai media sosial terpopuler di Indonesia pada Januari 2024 dengan 85,3% pengguna.

### **The Circular Model**

*The Circular Model of SoMe* adalah model yang dirancang oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi media sosial dalam merencanakan komunikasi di media sosial. Model ini terdiri dari 4 aspek yang berbentuk melingkar dan saling terkait satu sama lain. Hal ini disebabkan oleh pesatnya perkembangan media sosial dalam membahas suatu isu. Perusahaan akan berbagi (*share*) isu yang dapat diterima oleh masyarakat, dari hasil tersebut perusahaan dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan menghasilkan pesan yang dapat dioptimalkan (*optimize*) oleh perusahaan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Pada metode deskriptif kualitatif diarahkan untuk memaparkan fakta-fakta yang terdapat di lapangan atau menggambarkan apa-adanya hasil penelitian. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2016). Pemaparan deskriptif sesuai dengan data yang ada di lapangan, sehingga hasil penulisan didapatkan secara objektif. Metode deskriptif merupakan fenomena yang berbentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan lainnya (Sudjana & Ibrahim, 2012).

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi secara langsung dilakukan penulis dalam mengumpulkan data-data selama pelaksanaan *job training* di Dinas Komunikasi dan Informasi Prov Jabar khususnya melakukan pengamatan dan kegiatan secara langsung pada pengelolaan instagram @humas\_jabar. Penulis melakukan wawancara bersama staf Humas Diskominfo Prov Jabar yang mengelola Instagram @humas\_jabar sehingga informasi yang didapatkan akan sesuai dan *valid*. Studi pustaka

dilakukan sebagai data sekunder yang dapat dijadikan landasan perbandingan antara konsep dengan prakteknya di lapangan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di era digital ini, komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat menjadi kunci utama dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik. Memahami hal tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat menjadikan akun Instagram @humas\_jabar sebagai alat komunikasi utama mereka. Lebih dari 197 ribu pengikut setia mengikuti akun ini, menjadikan @humas\_jabar sebagai *platform* yang strategis untuk menjangkau khalayak luas di Jawa Barat. Dengan ribuan unggahan yang telah dibagikan, akun ini menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat untuk mengikuti perkembangan terkini terkait program, inovasi, dan prestasi yang diusung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Konten-konten yang disajikan @humas\_jabar dikemas dengan cara yang menarik dan interaktif, sehingga tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian dan partisipasi masyarakat. Berbagai format konten, seperti foto, video, infografis, dan *live streaming*, dimanfaatkan secara kreatif untuk menghadirkan informasi yang mudah dipahami dan dinikmati oleh publik. Upaya Diskominfo Jabar melalui @humas\_jabar ini tidak hanya sebatas menyebarkan informasi, tetapi juga membangun dialog yang terbuka dan konstruktif dengan masyarakat. Keberhasilan @humas\_jabar dalam menjangkau dan melibatkan masyarakat Jawa Barat dalam berbagai isu publik patut diapresiasi. Instagram @humas\_jabar telah menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, mewujudkan transparansi dan akuntabilitas dalam tata kelola pemerintahan di Jawa Barat.

#### **Tahap *Share* dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengelolaan Instagram @humas\_jabar**

Regina Luttrell mengidentifikasi tahap awal dalam pengelolaan media sosial sebagai "*share*". Pada tahap ini, fokusnya adalah pada partisipasi, konektivitas, dan membangun kepercayaan. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, badan publik termasuk pemerintah provinsi memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi publik kepada pemohon informasi publik. Dalam menjalankan kewajiban ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jabar mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi melalui media sosial untuk memastikan informasi publik dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat Jawa Barat.

Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 mengenai Pengelolaan Komunikasi Publik ditujukan untuk memperkuat posisi Jawa Barat sebagai provinsi yang informatif. Selain itu, Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 menetapkan bahwa salah satu tanggung jawab humas pemerintahan adalah menyebarkan informasi dan kebijakan pemerintah sesuai dengan lembaga kepada publik, serta mengelola aspirasi masyarakat untuk menjaga citra dan reputasi pemerintah. Dalam implementasi instruksi tersebut, Diskominfo Provinsi Jabar aktif menggunakan akun Instagram @humas\_jabar untuk menyebarkan informasi visual yang menarik mengenai kegiatan Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. Instagram dianggap sebagai *platform* yang efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dengan berbagai fitur menarik yang memudahkan akses, serta menekankan penggunaan audio visual untuk menyajikan informasi secara ringan namun tetap informatif.

Instagram merupakan platform yang populer di kalangan berbagai lapisan masyarakat. Akun @humas\_jabar dari Humas Jabar memiliki sekitar 196 ribu pengikut, menunjukkan jumlah pengikut yang signifikan. Humas Jabar selalu menyampaikan informasi dengan bahasa yang sesuai dengan usia pengikutnya, yang umumnya berusia antara 18 hingga 40 tahun. Mereka menggunakan bahasa yang ringan agar mudah dipahami oleh semua kalangan, dengan kadang-kadang menambahkan unsur humor yang tidak mengandung SARA. Pendekatan ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami, mendukung, dan aktif terlibat dalam program dan kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Humas Jabar menggunakan bahasa yang sesuai dengan karakteristik audiens mereka di Instagram @humas\_jabar, yang mayoritas berusia mulai dari 18 tahun. Mereka memilih bahasa yang ringan dan mengandung unsur humor untuk menarik dan memudahkan pemahaman pengikutnya. Strategi ini diimplementasikan untuk mengemas informasi ke dalam konten yang menarik secara visual dan verbal, sesuai arahan dari Bapak Ridwan Kamil untuk memperkuat *branding* konten yang informatif dan menghibur.

Humas Jabar juga berupaya menjaga hubungan yang baik dengan pengikutnya di Instagram. Pengikut dari akun @humas\_jabar ini umumnya merupakan masyarakat yang tertarik dengan informasi terbaru seputar kegiatan Pemerintah Jawa Barat, termasuk program-program, progres, pencapaian, peresmian tempat baru, serta tips dan trik yang relevan. Humas Jabar mengimplementasikan strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan pengikutnya. Mereka merespons dengan cepat pertanyaan masyarakat di kolom komentar, sering kali menyertai apresiasi dengan *emoticon*. Selain itu, mereka secara aktif mengikuti *tren* yang sedang *viral* dan menghindari konten yang sensitif, serta menyesuaikan konten terkait Pemerintah Provinsi Jabar dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh

masyarakat umum. Humas Jabar juga menggunakan fitur *insight* secara optimal untuk memahami preferensi masyarakat terhadap konten, kemudian mengemas ulang konten tersebut dengan cara yang menarik bagi pengikut mereka.

Seperti yang ditekankan oleh Regina Luttrell, dalam tahap ini penting untuk fokus pada koneksi. Humas Jabar telah menerapkan pendekatan ini dalam manajemen akun Instagram mereka. Mereka menjalankan keempat strategi komunikasi tersebut untuk membangun kedekatan dan hubungan yang positif dengan pengikut Instagram mereka. Untuk menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat, pengelolaan akun Instagram @humas\_jabar juga sangat memperhatikan kredibilitas setiap informasi yang diunggah untuk membangun kepercayaan publik terhadap Humas Jabar. Selama penulis menjalani *job training*, mahasiswa magang diberikan data yang kemudian diolah menjadi konten. Semua konten yang diunggah oleh Humas Jabar disusun berdasarkan data yang telah melalui proses penyebaran informasi yang berlapis. Konten umumnya disajikan dalam format video Instagram *Reels* atau infografis.

Humas Jabar telah mengimplementasikan langkah-langkah penyaringan data untuk memastikan informasi yang disampaikan kepada publik kredibel dan valid, sesuai dengan panduan Regina Luttrell untuk membangun kepercayaan. Dengan demikian, masyarakat yang mengakses informasi melalui Instagram @humas\_jabar tidak perlu meragukan kebenaran informasi yang diterima. Hal ini membantu membangun kepercayaan yang kuat terhadap Humas Jabar di kalangan masyarakat Jawa Barat. Jika ada kebutuhan informasi atau ingin mengetahui berita terbaru, masyarakat dapat mengandalkan Instagram @humas\_jabar sebagai sumber yang dapat dipercaya.

### **Tahap *Optimize* dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengelolaan Instagram @humas\_jabar**

Pada tahap kedua menurut Regina Luttrell dalam pengelolaan media sosial yang disampaikan adalah *optimize*. Regina Luttrell mengemukakan bahwa terdapat tiga fokus utama pada tahap ini, yaitu mendengarkan dan belajar, serta terlibat dalam komunikasi yang autentik. Cara ini tercermin dari pendekatan Humas Jabar dalam menyampaikan pesan kepada pengikutnya dan masyarakat Jawa Barat. Humas Jabar dalam menentukan pembuat konten pertama-tama memantau dan mendengarkan pembicaraan yang sedang berlangsung di kalangan masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Luttrell. Hal ini dimulai dengan memantau isu-isu yang sedang dibahas masyarakat melalui fitur *mention* dan media *monitoring*. Selain itu, diskusi rutin dalam *briefing* mingguan juga dilakukan untuk membahas ide-ide dan tema-tema yang akan diangkat.

Humas Jabar dalam mengelola Instagram memastikan untuk mengunggah minimal 3 konten informasi setiap harinya. Setiap minggunya, mereka melakukan klasifikasi data terlebih dahulu untuk membuat *content plan* yang akan menghasilkan tema mingguan. Selama penulis melaksanakan *job training*, Humas Jabar tidak mengulang *content plan* setiap minggunya, namun mereka mengangkat tema-tema tertentu dan tetap memasukkan postingan yang kolaboratif mengenai program dari perangkat daerah lainnya. Selama penulis menjalani *job training*, Humas Jabar mengorganisir pembuatan konten informasi yang diunggah untuk memaksimalkan cara pesan disampaikan kepada masyarakat. Mereka juga melakukan unggahan yang memiliki unsur humanis.

### **Tahap *Manage* dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengelolaan Instagram @humas\_jabar**

Menurut Regina Luttrell dalam manajemen media sosial, tahap ketiga disebut sebagai *manage*. Regina Luttrell menjelaskan bahwa ada tiga fokus utama dalam tahap ini, yaitu *media monitoring*, *quick response*, dan *real-time interaction*. Humas Jabar terlihat menerapkan tahap *manage* ini dalam pengelolaan Instagram @Humas\_Jabar. Mereka juga melakukan *media monitoring* untuk memahami aktivitas dan respon dari pengikut Instagram. Humas Jabar menggunakan aplikasi ISA IMA (*Inteligencia Social Analytic, Integinico Media Analytic*) untuk melakukan *media monitoring*. Hasil dari laporan ISA IMA digunakan dalam rapat redaksi yang dilaksanakan dua kali sehari pada pukul 08.00 pagi dan 19.00 petang. Rapat redaksi ini membantu untuk mengidentifikasi isu-isu yang sedang populer dan perlu direspon oleh Pemprov Jabar melalui rilis dan konten. Selain itu, mereka juga memanfaatkan *insight* untuk mengetahui jenis konten yang diminati oleh pengikut mereka.

Humas Jabar selalu berusaha untuk merespon komentar yang diberikan oleh masyarakat melalui kolom komentar maupun *direct message* di Instagram @Humas\_Jabar. Praktek ini dilakukan untuk menghargai tanggapan yang diberikan oleh masyarakat terhadap konten yang diunggah. Namun, dalam hal ini Humas Jabar belum menggunakan *template* otomatis untuk merespon, sesuai dengan saran dari Luttrell (2015:42) yang menyarankan penggunaan *tools* otomatisasi dalam merespon *mention*. Humas Jabar berusaha untuk memberikan tanggapan, walaupun sederhana seperti mengucapkan terima kasih, sebagai bentuk penghargaan terhadap partisipasi masyarakat dalam berinteraksi.

Humas Jabar menggunakan fitur *Story* dan *Live* Instagram secara aktif untuk berinteraksi secara *real-time* dengan pengikutnya. Fitur *Story* digunakan untuk memberikan informasi tentang program, mengunggah kembali *feed* terbaru, serta mengulang unggahan dari akun perangkat daerah lain yang telah di *tag* ke akun @humas\_jabar. Humas Jabar belum

sepenuhnya memanfaatkan fitur *Live* Instagram secara optimal. Penggunaan fitur ini masih terbatas, sedikit *event* mengenai program kerja yang disampaikan secara langsung melalui *Live* Instagram.

### **Tahap *Engage* dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengelolaan Instagram @humas\_jabar**

Regina Luttrell menjelaskan bahwa dalam tahap *engage* dari pengelolaan media sosial, penting untuk memperhatikan hubungan dengan *influencer*, di mana audiens berada, dan bagaimana cara mencapainya. Humas Jabar dalam mengelola Instagram @humas\_jabar terlihat menerapkan konsep ini. Saat penulis menjalani *job training*, melihat bahwa akun tersebut sering bekerja sama dengan akun Instagram dari berbagai dinas dan badan di Pemprov Jabar. Mereka tidak hanya mempromosikan Diskominfo Prov Jabar, tetapi juga berbagai instansi lain di Jawa Barat. Upaya ini dilakukan untuk memperluas jangkauan audiens dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat melibatkan 54 dinas dan badan dalam mengamplifikasi konten, memastikan konten diunggah secara serentak dengan format yang seragam. Serta berkolaborasi dengan berbagai perangkat daerah, menyesuaikan *cover* warna pada *slide* awal postingan.

Humas Jabar secara aktif memanfaatkan fitur kolaborasi dalam unggahan. Hal ini dilakukan ketika ada program yang sedang berjalan bersama dengan dinas lain, sehingga konten tersebut muncul di *feed* kedua dinas atau instansi lain. Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk membantu menyebarkan informasi tentang kegiatan dan program dari berbagai instansi dan perangkat daerah yang ada di Jawa Barat. Humas Jabar belum sepenuhnya memanfaatkan *influencer relations* sebagaimana yang dijelaskan oleh Regina Luttrell. Namun, mereka pernah berkolaborasi dengan Pandawara Group, *influencer* yang aktif dalam bidang lingkungan. Kolaborasi ini berhasil menarik perhatian masyarakat, terbukti dari jumlah *volunteer* yang mendaftar melebihi kuota yang tersedia. Postingan terkait juga mendapat banyak komentar positif dari masyarakat yang mendukung gerakan membersihkan Sungai Citarum dalam rangka memperingati Hari Sungai Nasional.

Selama penulis melaksanakan *job training*, mengamati bahwa Humas Jabar melakukan interaksi dengan masyarakat melalui konten yang mengundang partisipasi dalam program Pemerintah Jawa Barat. Beberapa konten berhasil menarik perhatian masyarakat sehingga pengikut Instagram @humas\_jabar aktif berpartisipasi dalam berbagai lomba yang diselenggarakan oleh pemerintah sebagai bentuk perhatian dan kepedulian terhadap masyarakat. Selain itu, Humas Jabar juga berinteraksi dengan masyarakat dalam membagikan konten informasi tentang program-program yang dapat diikuti oleh masyarakat, seperti

menjadi *volunteer* atau mengikuti pelatihan. Tujuan dari interaksi ini adalah untuk memperluas partisipasi masyarakat dalam program-program yang diselenggarakan oleh Pemerintah Jawa Barat. Salah satu contoh kegiatan tersebut adalah West Java Festival, yang mencakup berbagai aktivitas termasuk pelatihan seperti *West Java Coding Camp*.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Diskominfo Provinsi Jawa Barat memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi publik dengan tujuan menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Berdasarkan hasil observasi selama melakukan *job training*, hasil wawancara dengan Pranata Humas Jabar, dan melakukan analisis menggunakan The Circular Model of SoMe, penulis menyimpulkan beberapa pemanfaatan media sosial dalam pengelolaan Instagram @humas\_jabar oleh Humas Jabar. Pertama, dalam tahap *share*, latar belakang penggunaan Instagram didasari oleh Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 dan Permenpan No. 83 Tahun 2021, dengan penyebaran informasi valid dan kredibel mengenai kegiatan Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Kedua, pada tahap *optimize*, Humas Jabar memperhatikan isu yang sedang diperbincangkan masyarakat untuk menghasilkan konten yang relevan, diunggah minimal tiga kali sehari, dan dikategorikan dalam tujuh kategori dengan unsur humanis. Ketiga, dalam tahap *manage*, Humas Jabar memantau aktivitas Instagram melalui aplikasi ISA dan IMA, serta aktif menanggapi komentar masyarakat dan memanfaatkan fitur Instagram seperti *Story* dan *Live*, meskipun penggunaan *Live* masih belum optimal. Keempat, pada tahap *engage*, Humas Jabar melakukan amplifikasi konten dengan 54 perangkat daerah melalui fitur *collaboration* di Instagram dan mengunggah konten interaksi seperti lomba dan pelatihan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program pemerintah.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan, penulis memiliki beberapa saran untuk Humas Jabar dalam pengelolaan media sosial Instagram. Pertama, Humas Jabar dapat mengembangkan kerjasama dengan perangkat daerah dan *influencer* melalui inovasi baru seperti mengadakan *Live* IG bersama. Kedua, untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat, Humas Jabar bisa membuat konten interaktif seperti menggunakan fitur *question box* pada *story* atau mengadakan *quiz*. Ketiga, Humas Jabar dapat mengoptimalkan pembalasan komentar dengan mengaktifkan fitur *template* otomatis sesuai anjuran Luttrell.

## DAFTAR REFERENSI

- Osan, M. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung. Retrieved October 31, 2023, from [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4320/8/UNIKOM\\_41816160\\_MARIO%20OSANN%20ADITYA\\_BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4320/8/UNIKOM_41816160_MARIO%20OSANN%20ADITYA_BAB%20II.pdf)
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan humas pemerintahan (government public relations) dalam menciptakan reputasi pemerintahan yang baik. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130-140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Glen, M. (2006). *Effective public relations* (8th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Bidin, A. (2019). Media online dan kerja digital public relations politik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Retrieved October 31, 2023, from <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/1046/671>
- Antasari, C. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia | Publiciana. Retrieved October 31, 2023, from <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Annur, C. (2024). Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024. *Databoks*. Retrieved July 11, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Alfian, R., Hanny, H., & Kokom, K. (2017). Pengelolaan Instagram @Humas\_Jabar oleh bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat | Romadhoni | *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*. Retrieved October 31, 2023, from <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/4730>
- Alexander, J. (2022). The Circular model of SOME pada pengelolaan media sosial Instagram Forum Human Capital Indonesia. Repository UNJ. Retrieved July 11, 2024, from <http://repository.unj.ac.id/35628/>