

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI LAYANAN SAMSAT MELALUI INSTAGRAM PADA BIDANG KEHUMASAN BADAN PENDAPATAN DAERAH PROVINSI JAWA BARAT**” dalam penyebaran informasi dan sosialisasi dengan tanpa kontak fisik saat ini sedang banyak digunakan oleh semua orang hal ini memudahkan dalam melakukan apapun menjadi tidak terhalang oleh waktu. Sehingga pemilihan media sosial untuk sosialisasi dan penyebaran informasi sangat tepat, dikarenakan lebih cepat, mudah, efisien dan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Humas Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat melakukan sosialisasi dan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial instagram dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada.

Metode yang digunakan dengan deskriptif kualitatif sedangkan untuk pengumpulan data dengan kepustakaan, *internet searching*, dokumentasi serta wawancara yang dilakukan secara mendalam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Computer Mediated Communication (CMC)*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat sudah memanfaatkan media sosial instagram dengan baik dalam penyampaian informasi, sosialisasi serta memberikan edukasi terhadap masyarakat, meskipun masih ada sedikit kekurangan karena itu hal yang wajar, untuk kedepannya masih bisa diperbaiki dan lebih baik lagi dalam mengelola akun pemerintah @bapenda.jabar, beberapa konten yang sifatnya edukasi sangat ditunggu oleh masyarakat karena membuka wawasan lebih luas terkait perpajakan atau layanan samsat lainnya.

Adanya beberapa hambatan sudah dapat diatasi dengan cepat tanggap oleh Humas agar tidak terjadi konflik sosial dan kesalahpahaman dengan memberikan klarifikasi atau menjawab langsung berita atau komentar negative yang ada di masyarakat. Sehingga dapat menimbulkan citra positif bagi instansi.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Instagram, *Computer Media Communication(CMC)***

## **ABSTRACT**

*This study is entitled "STRATEGY COMMUNICATION OF SAMSAT SERVICE THROUGH INSTAGRAMS IN THE FIELD OF PUBLIC RELATIONS OF THE REGIONAL REVENUE AGENCY OF WEST JAVA PROVINCE" in disseminating information and socialization without physical contact is currently being widely used by everyone, this makes it easier to do anything that is not hindered by time. So that the selection of social media for socialization and dissemination of information is very appropriate, because it is faster, easier, more efficient and effective.*

*This study aims to determine the extent to which the Public Relations of the Regional Revenue Agency of West Java Province socializes and interacts with the community through social media Instagram by maximizing existing features.*

*The method used is descriptive qualitative while collecting data through literature, internet searches, documentation and interviews conducted in depth. The theory used in this research is Computer Mediated Communication (CMC).*

*The results of this study indicate that the Public Relations of the Regional Revenue Agency of West Java Province has utilized Instagram social media well in conveying information, socializing and providing education to the public, although there are still a few shortcomings because it is a natural thing, for the future it can still be improved and better. again in managing the government account @bapenda.jabar, some educational content is eagerly awaited by the public because it opens up broader insights related to taxation or other Samsat services.*

*The existence of several obstacles has been resolved quickly by the Public Relations in order to avoid social conflicts and misunderstandings by providing clarification or responding directly to news or negative comments in the community. So that it can lead to a positive image for agencies.*

***Keywords: Strategy Communication, Instagram, Computer Mediated Communication (CMC)***

## RINGKESAN

Panilitian ieu dijudulan "STRATEGI KOMUNIKASI LAYANAN SAMSAT Ngalangkungan INSTAGRAM JABATAN HUBUNGAN MASYRAKAT DI DAERAH PROVINSI JAWA BARAT" dina nyebarkeun informasi sareng sosialisasi henteu aya kontak fisik anu ayeuna seueur dianggo ku sadayana, ieu ngajantenkeun langkung gampang pikeun ngalakukeun naon waé anu teu kahalangan ku waktos. Supados pamilihan média sosial pikeun sosialisasi sareng sosialisasi inpormasi saluyu pisan, sabab langkung gancang, langkung gampang, langkung éfisién sareng épéktip.

Panilitian ieu dimaksudkeun pikeun netepkeun sejauh mana Hubungan Publik Badan Pendapatan Daérah Propinsi Jawa Barat sosialisasi sareng interaksi sareng masarakat ngalangkungan média sosial Instagram ku ngamaksimalkeun fitur anu tos aya.

Métode anu digunakeun nyaéta kualitatif déskriptif nalika pikeun ngempelkeun data sareng literatur, internét, dokuméntasi sareng wawancara anu dilakukeun sacara jero. Téori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta *Computer Mediated Communication (CMC)*.

Hasil tina panilitian ieu nunjukkeun yén Hubungan Publik Badan Penghasilan Daérah Propinsi Jawa Barat parantos ngamanpaatkeun média sosial Instagram dina nganteurkeun inpormasi, sosialisasi sareng nyayogikeun pendidikan ka umum, sanaos masih aya sababaraha kakirangan sabab éta hal anu wajar, pikeun ka hareupna masih tiasa ditingkatkeun sareng langkung saé deui dina ngatur akun pamaréntah @ bapenda.jabar, sababaraha kontén atikan anu dianti-anti ku masarakat kusabab éta muka wawasan anu langkung lega anu aya hubunganana sareng perpajakan atanapi jasa jaminan sosial anu sanés.

Ayana sababaraha halangan parantos direngsekeun gancang ku Hubungan Masyarakat pikeun nyegah konflik sosial sareng salah paham ku cara méré klarifikasi atanapi ngaréspon langsung kana berita atanapi koméntar négatip di masarakat. Sangkan éta tiasa nyababkeun citra positip pikeun agénsi.

**Kecap Konci: Strategi Komunikasi, Instagram, *Computer Mediated Communication (CMC)***