

ABSTRAK

Diskominfo Jawa Barat merupakan instansi yang bertugas untuk mengelola dan menyediakan berbagai jenis informasi kepada masyarakat Jawa Barat. Diskominfo Jawa Barat memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk memberikan informasi, edukasi dan *entertainment* bagi seluruh masyarakat Jawa Barat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *digital public relations* yang dilakukan melalui media sosial instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan suatu keadaan sosial. Penelitian ini berpedoman pada model Perencanaan Komunikasi oleh Cutlip dan Center yang membagi perencanaan menjadi empat tahapan, yaitu penemuan fakta, perencanaan, pelaksanaan komunikasi dan evaluasi. Adapun hasil dari penemuan fakta riset dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan isi konten maupun pemilihan media untuk melaksanakan *digital public relations*. Hasil dari perencanaan yang dibuat berisi fitur Instagram yang akan digunakan, jenis dan isi konten yang akan ditampilkan, serta desain konten. Kemudian hasil dari pelaksanaan komunikasi menampilkan konten foto dan video dengan menggunakan bahasa yang efektif serta melakukan evaluasi konten seminggu hingga sebulan sekali. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi *digital public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo melalui akun instagram @humas_jabar sudah sesuai dengan Model Perencanaan Komunikasi yang dicetuskan oleh Cutlip dan Center. Berdasarkan strategi yang telah dilaksanakan, mereka berhasil mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata kunci : *Digital Public Relations*, Instagram, Konten

ABSTRACT

West Java Diskominfo is an agency that is tasked of managing and providing various types of information to the people of West Java. Diskominfo West Java utilizes Instagram as a platform for providing informations, education and entertainment for all the west Javanese people. The goal of this research is to determine the digital public relations strategy that is done through social media instagram. The method used in This research is the qualitative with a descriptive approach to describe a social situation. This research is guided by the Planning model Communication by Cutlip and the Center divided the planning into four stages, namely fact finding, planning, communication and evaluation. As for the results of the discovery of research facts are used as a reference in creating content as well as the selection of media to carry out digital public relations. Result of the plan that is made contains the Instagram features to be used, the type and content the content to be displayed, as well as the content design. Then the result of implementation of communication displays photo and video content by using effective languages and conduct content evaluations once a week to once a month. The conclusion of this study is the digital public relations strategy is carried out by Diskominfo through the Instagram account @humas_jabar is appropriate with the Communications Planning Model coined by Cutlip and the Center. Based on the strategy that has been implemented, they managed to achieve their goals which are desired.

Keywords: Digital Public Relations, Instagram, Contents

RINGKÉSAN

Diskominfo Jawa Barat mangrupa lembaga anu boga tugas ngatur jeung nyadiakeun rupa-rupa informasi ka masarakat Jawa Barat. Diskominfo Jawa Barat ngamangpaatkeun Instagram salaku platform pikeun méré informasi, atikan jeung hiburan pikeun sakumna masarakat Jawa Barat. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun nangtukeun strategi humas digital anu dilaksanakeun ngaliwatan média sosial Instagram. Métoe anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta kualitatif kalayan pendekatan déskriptif pikeun ngadéskripsikeun kaayaan sosial. Ieu panalungtikan dipandu ku modél Communication Planning ku Cutlip dan Center anu ngabagi perencanaan jadi opat tahapan, nya éta fact finding, planning, communication and evaluation. Hasil tina fact finding panalungtikan dijadikeun acuan dina nyieun eusi jeung milih média pikeun ngalaksanakeun humas digital. Hasil tina rarancang anu dilakukeun ngandung fitur Instagram anu bakal dianggo, jinis sareng eusi eusi anu bakal dipidangkeun, sareng desain eusi. Saterusna hasil palaksanaan komunikasi mintonkeun eusi poto jeung vidéo ngagunakeun basa nu éféktif jeung meunteun eusi saminggu nepi ka sabulan sakali. Kacindekan tina ieu panalungtikan nya éta strategi humas digital anu dilaksanakeun ku Diskominfo ngaliwatan akun Instagram @humas_jabar luyu jeung Modél Perencanaan Komunikasi anu digagas Cutlip jeung Center. Dumasar kana strategi anu geus dilaksanakeun, maranéhna junun ngahontal tujuan anu dipikahoyong.

Kata Kunci: Humas Digital, Instagram, Eusi