



Strategi Humas Jawa Barat dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram

Fathiya Khansa Nur Athifah, Sophia Novita*

Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 10/5/2024

Revised : 26/6/2024

Published : 28/7/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 61 - 68

Terbitan : Juli

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 72/E/KPT/2024

ABSTRAK

Pada era kontemporer saat ini, masyarakat menjadikan informasi sebagai untuk memahami segala aspek pengetahuan serta hal penting lain yang terjadi. Media sosial Instagram saat ini menjadi salah satu media yang sering digunakan untuk wadah berbagi informasi, khususnya oleh instansi humas pemerintah seperti Humas Jawa Barat. Dalam pelaksanaannya, tentu seorang humas membutuhkan strategi agar informasi yang disampaikan dapat efektif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat agar terealisasinya esensi tagar #JabarJuaraLahirBatin pada konten Instagram @Humas_Jabar. Metode penelitian yang dilakukan adalah studi deskriptif data kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini ditinjau dalam beberapa hal yaitu fact finding, planning, communication, dan evaluating. Dalam tahap fact finding, Humas Jawa Barat menggunakan tagar sebagai inisiasi visi dan misi pemerintah. Dalam tahap planning, Humas Jawa Barat berupaya merencanakan strategi konten dan tindakan untuk membangun citra positif. Dalam tahap communication, Humas Jawa Barat berinisiasi membangun citra melalui mengkomunikasikan informasi melalui berbagai bentuk konten. Dalam tahap evaluating, Humas Jawa Barat senantiasa melakukan evaluasi untuk menjadi peninjauan terkait kinerja yang telah dilakukan. Upaya-upaya tersebut dilakukan Humas Jawa Barat untuk senantiasa membangun citra Jabar Juara Lahir Batin.

Kata Kunci : Instagram; Strategi; Humas Pemerintah.

ABSTRACT

In the current contemporary era, people use information to understand all aspects of knowledge and other important things that happen. Instagram social media is currently one of the media that is often used as a forum for sharing information, especially by government public relations agencies such as West Java Public Relations. In its implementation, of course a publicist needs a strategy so that the information conveyed can be effective. The purpose of this research is to find out what strategies are carried out by West Java Public Relations to realize the essence of the hashtag #JabarJuaraLahirBatin in Instagram content @Humas_Jabar. The research method used was a descriptive study of qualitative data. Data collection techniques were carried out using interviews, observation and documentation. The results of this research are reviewed in several ways, namely fact finding, planning, communication, and evaluating. In the fact finding stage, West Java Public Relations uses hashtags as an initiation of the government's vision and mission. In the planning stage, West Java Public Relations seeks to plan content strategies and actions to build a positive image. In the communication stage, West Java Public Relations took the initiative to build an image by communicating information through various forms of content. In the evaluation stage, West Java Public Relations always carries out evaluations to review the performance that has been carried out. These efforts were carried out by West Java Public Relations to continue to build the image of West Java as an Inner and Inner Champion.

Keywords : Instagram; Strategy; Government Public Relations.

Copyright© 2024 The Author(s).

Corresponding Author : Email : Sophia.novita@unisba.ac.id

Indexed : Garuda, Crossref, Google Scholar

DOI : <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i1.3857>

A. Pendahuluan

Pada era kontemporer saat ini, masyarakat menjadikan informasi sebagai sumber untuk memahami segala aspek pengetahuan serta hal penting lain yang terjadi. Sebagai media komunikasi dan informasi, media sosial mempunyai urgensi sebagai alat, pesan, komunikator/penyalur dan komunikan/penerima pesan (Haryadi & Ulumuddin, 2018). Seiring perkembangannya, media sosial hadir dengan memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengakses informasi secara efisien. Media sosial adalah wujud nyata dari adanya perkembangan teknologi berbasis internet yang memberikan kemudahan pada penggunanya untuk berinteraksi secara langsung dalam beberapa bentuk (Mahmudah & Rahayu, 2020). Peran PR dalam suatu perusahaan atau lembaga dapat dikatakan sangat penting, karena dalam menjalankan tugasnya, seorang PR juga membutuhkan kemampuan berkomunikasi yang baik dan jujur kepada semua aspek, baik kepada publik internal maupun publik eksternal, karena untuk mempererat hubungan baik dan saling menguntungkan antara lembaga atau perusahaan dan publiknya yang telah di bangun sejak awal (Rahma & Novita, 2023).

Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini, penggunaan sosial media menjadi sebuah salah satu hal yang perlu dikuasai agar dapat digunakan dengan baik. Saat ini, banyak perusahaan atau instansi pemerintahan yang sudah mengelolakan Instagram sebagai wadah distribusi informasi terhadap khalayak. Salah satu instansi yang menggunakan Instagram sebagai platform resminya adalah Humas Jawa Barat. Humas sendiri bertugas sebagai garda terdepan terkait citra yang dimiliki oleh perusahaan atau instansi. Humas harus bisa untuk memilih informasi secara aktual dan menarik untuk disalurkan kepada khalayak, sebagai wujud kegiatan merangkai pesan (Ibad, 2016).

Dalam bidang pemerintahan tentunya peran Humas sangat dibutuhkan. Humas pemerintah memiliki fokus pada pelayanan demi meningkatkan kontribusi pada khalayak (Ibad, 2016) Melalui adanya Humas dalam instansi pemerintah, dapat memudahkan pemerintah untuk melakukan aktivitas komunikasi dengan masyarakat terkait kebijakan, aturan, serta kinerja yang telah dilakukan.

Peran dari humas pemerintah adalah memberikan arahan kepada masyarakat mengenai pelayanan, kebijakan serta tujuan yang dimiliki oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja yang akan dilakukan (Ibad, 2016). Selain itu, humas pemerintah juga berperan untuk meyakinkan masyarakat untuk turut serta asertif untuk berpartisipasi terhadap agenda program kerja yang telah dibuat oleh pemerintah. Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Instagramnya, @Humas_Jabar menyuarakan tagar #JabarJuaraLahirBatin. Tagar tersebut lahir dari visi dan misi Provinsi Jawa Barat yaitu, "Terwujudnya Jawa Barat Juara Lahir Batin Dengan Inovasi dan Kolaborasi. Hingga bulan Agustus tahun 2023, Instagram Humas Jawa Barat telah memiliki pengikut sejumlah 195.000. Dilansir melalui akun Instagram @Humas_Jabar, terdapat lebih dari

7.000 konten yang telah diunggah dan disebarluaskan. Konten yang disajikan oleh Instagram Humas Jabar berisikan mengenai informasi yang berkaitan dengan aktivitas serta kinerja Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Dalam pemberdayaan tagar #JabarJuaraLahirBatin, Humas Jawa Barat berupaya untuk merealisasikannya melalui media sosial Instagram. Unggahan yang terdapat pada Instagram @Humas_Jabar memuat tagar tersebut dalam caption setiap unggahan yang mereka lakukan. Menurut Ridwan Kamil (Republika, 2022) Jabar Juara Lahir Batin adalah slogan yang bermakna tidak hanya fokus terhadap infrastruktur fisik namun fokus juga terhadap infrastruktur spiritual. Tentunya hal tersebut menjadi tugas dari Humas Jawa Barat untuk menunjukkan maknanya melalui upaya yang dilakukan salah satunya dengan variasi konten yang diunggah melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Strategi Humas Jawa Barat Dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram (Studi Deskriptif Data Kualitatif Pada Tagar #JabarJuaraLahirBatin di Instagram @Humas_Jabar)". Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat serta wawasan terkait bagaimana pengelolaan Instagram Humas Jawa Barat dapat meningkatkan citra Jabar Juara Lahir Batin.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif. Subjek dan objek yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Ibu Rianthi selaku staf Humas Jawa Barat sebagai key informan, serta Farah selaku pengikut Instagram @Humas_Jabar, dan Pak Ivan Firmansyah selaku praktisi

humas sebagai narasumber triangulasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

Proses *Fact Finding* Humas Jawa Barat dalam Instagram @Humas_Jabar

Dari analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang didapatkan dalam proses *fact finding* yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dalam pengelolaan tagar Jabar Juara Lahir dan Batin di Instagram @Humas_Jabar. Dalam tahap ini, Pemerintah Jawa Barat khususnya padapemerintahan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil memiliki inisiasi visi misi untuk membawa Jawa Barat sebagai provinsi Jabar Juara Lahir dan Batin. Menurut Frank Jefkins dalam buku Public Relations, definisi citra dalam konteks humas, citra diartikan sebagai “kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan” (Maulyan et al., 2022).

Dalam Instagramnya, Humas Jawa Barat juga membuat kategori audiens agar pengelolaan jenis kontennya dapat sesuai. Dalam pembagiannya, target audiensnya adalah generasi milenial dan generasi Z. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, Humas Jawa Barat menyesuaikan konten-konten yang mereka unggah dan relevan dengan tagarnya yaitu Jabar Juara Lahir Batin, sehingga maknanya dapat jelas dipahami oleh audiens sarannya. Hasil penelitian yang dilakukan pun diperkuat dengan argument yang diutarakan oleh salah satu narasumber yang merupakan pengikut di Instagram @Humas_Jabar.

Narasumber mengatakan bahwa merasakan dampak kemudahan dari tagar yang digunakan dirasa efektif dan efisien bagi masyarakat yang notabene awam untuk mengetahui citra seperti apa yang dibangun oleh Pemerintah Jawa Barat melalui media sosialnya. Seiring dengan perkembangan teknologi, pengguna Instagram dapat mengunggah dan membagikan foto dan juga video dengan menggunakan tagar agar pengguna lain dapat menemukan hasil unggahan (Santoso et al., 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa tagar dapat memberikan kemudahan bagi khalayak. Hal demikian menjadibentuk *feedback* yang diberikan oleh khalayak bahwa penggunaan tagar dapat membantu Humas Jawa Barat dalam membangun citra yang positif.

Proses *Planning* Humas Jawa Barat dalam Instagram @Humas_Jabar

Dari analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang didapatkan dalam proses *Planning* yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dalam pengelolaan tagar Jabar Juara Lahir dan Batin di Instagram @Humas_Jabar. *Planning*, yang dimana tahapan ini merupakan tahap perencanaan, dengan menentukan target sasaran dan tujuan yang ingin dicapai (Rahma & Novita, 2023).

Humas Jawa Barat melakukan perencanaan dalam rangka agar penyampaian pesan yang dilakukan dapat diterima dengan baik dan tepat oleh masyarakat. Berbagai dilakukan agar makna tagar #JabarJuaraLahirBatin terkelola dengan baik dalam Instagram. Upaya perencanaan yang dilakukan bersifat variatif sehingga jenis pesan atau konten dalam realisasi tagar Jabar Juara Lahir Batin dapat beragam. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa Humas Jawa Barat melakukan berbagai upaya dalam hal perencanaan. Humas yaitu usahasadar mempengaruhi orang lain melalui komunikasi yang disampaikan agar dapat berpikir baik, menghargai, mendukung serta bersimpatiterhadap sesuatu (Elyus & Soleh, 2021).

Tahap perencanaan perlu dilakukannya penyesuaian tujuan, target, dan usaha yang dilakukan, karena hal tersebut dapat menjadi tolak ukur keberhasilan makna pesan yang disampaikan (Martini & Agnia Syabilla, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut tentunya Humas Jawa Barat perlu melakukan perencanaan yang baik guna dapat memberikan pengaruh positif terhadap citra yang dibangun. Dalam upaya perencanaannya, Humas Jawa Barat menggunakan tagar #JabarJuaraLahirBatin dalam setiap unggahannya agar masyarakat menyadari adanya *tagline* tersebut sebagai citra yang dimiliki oleh Jawa Barat.

Upaya yang dilakukan untuk memaksimalkan penggunaan tagar tersebut adalah dengan merancang konten-konten atau program yang direalisasikan. Dalam perencanaan konten yang dilakukan, maka perlu ditinjau apakah hal tersebut dapat sesuai dengan tujuan atau tidak. M. Prawiro menyampaikan, “Perencanaan adalah proses menentukan hal-hal yang ingin dicapai (tujuan) serta menentukan berbagai tahapan untuk mencapai tujuan tersebut” (Martini & Agnia Syabilla, 2022).

Penjelasan tersebut membuktikan bahwa perencanaan perlu disusun dengan penuh pertimbangan untuk mencapai hasil yang maksimal. Upaya perencanaan yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat adalah dengan menggunakan realisasi melalui pelaksanaan kampanye digital. Selain itu, beberapa upaya juga dilakukan dalam merancang program-program yang dapat menunjang pembangunan citra Jabar Juara Lahir Batin dan konten unggulan yang secara rutin mereka unggah yang dilakukan dengan mencerminkan makna dari Jabar Juara Lahir Batin. Dampak perencanaan bentuk komunikasi dapat dilihat melalui bentuk informasi yang disampaikan berupa pencapaian-pencapaian yang diraih oleh Pemerintah Jawa Barat. Sehingga, masyarakat dapat mengetahui terkait perkembangan kinerja yang dilakukan oleh Pemerintah Jawa Barat. Makna Juara Lahir Batin, Humas Jawa Barat serukan menggunakan tagar dan berbagai kontennya. Perencanaan yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dirasakan oleh pengikut di Instagram @Humas_Jabar.

Proses Communication Humas Jawa Barat dalam Instagram @Humas_Jabar

Dari analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang didapatkan dalam proses communicating yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dalam pengelolaan tagar Jabar Juara Lahir dan Batin di Instagram @Humas_Jabar. Dalam tahap ini, Humas Jawa Barat melakukan berbagai upaya untuk menyebarluaskan tagar melalui strategi komunikasi yang dilakukan. Humas Jawa Barat menerapkan strategi komunikasi yang meliputi *credibility, content, capability of audience, continuity and consistency*, dan *channel*.

Sebagai lembaga pemerintahan, Humas Jawa Barat perlu untuk menjaga citra Pemerintah Jawa Barat agar tetap positif dan memperlihatkan citra Jabar Juara Lahir Batin. Langkah yang dilakukan Humas Jawa Barat dalam menjaga kepercayaan khalayak khususnya masyarakat Jawa Barat adalah dengan senantiasa merealisasikan tagar #JabarJuaraLahirBatin. Pemilihan konten interaktif yang disesuaikan dengan target audiens menjadi salah satu upaya yang dibangun Humas Jawa Barat agar memudahkan khalayak untuk memahami isi pesan tersebut. Melalui kemudahan yang diberikan, tentunya menjadikan khalayak untuk memahami dan mempercayai isi pesan Humas Jawa Barat dengan tagar #JabarJuaraLahirBatin yang memuat konten interaktif seputar pencapaian Pemerintah Daerah.

Keberhasilan Humas Jawa Barat dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui tagar #JabarJuaraLahirBatin dibuktikan melalui argumen salah satu pengikut yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Narasumber mengatakan bahwa kepercayaan yang dibangun dapat terasa oleh khalayak. Terlihat dari bagaimana Humas Jawa Barat membangun kepercayaan melalui penyebaran kinerja pemerintah melalui penggunaan tagar dapat sehingga memudahkan masyarakat untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang telah dilakukan oleh Jawa Barat. Melalui strateginya, Humas Jawa Barat dapat membangun kepercayaan khalayak terhadap Pemerintah Jawa Barat mengenai citra Jabar Juara Lahir dan Batin. Humas Jawa Barat senantiasa berusaha dan berupaya untuk membangun kepercayaan khalayak terhadap citra Jabar Juara dengan menggunakan tagar, sehingga ketika pengikut melihat konten atau informasi yang disebar, dapat pula melihat tagar Jabar Juara. Dalam strateginya, Humas Jawa Barat telah menentukan target audiensnya agar konten yang disalurkan dapat lebih maksimal.

Humas Jawa Barat menggunakan platform Instagram untuk pemilihan generasi milenial dan generasi Z membuat Humas Jawa Barat perlu penyesuaian dalam pemilihan bentuk konten yang dibuat. Variasi konten yang dirancang oleh Humas Jawa Barat adalah dengan mengikuti trend terkini sehingga dapat mudah untuk mengikuti arus informasi yang berkembang. Upaya dalam melakukan variasi konten ini dapat memperluas jangkauan audiens, sehingga dapat meningkatkan konsistensi (Saraswati & Hastasari, 2020). Selain itu, Humas Jawa Barat juga menyisipkan tagar #JabarJuaraLahirBatin dalam setiap unggahannya untuk senantiasa membangun citra baik pada pemerintah.

Sebagai media informasi resmi Pemerintah Jawa Barat, Humas Jawa Barat menerapkan variasi konten formal dan informal yang diunggah melalui Instagram @Humas_Jabar, contohnya seperti beberapa konten-konten yang tersirat makna komedi. Pemberlakuan variasi tersebut diharapkan dapat memberikan kemudahan untuk dipahami oleh generasi muda untuk memaknai isi pesan Humas Jawa Barat. Selain itu, dengan kemudahan yang dibangun mempermudah generasi muda untuk melihat citra Jabar Juara Lahir dan Batin melalui Instagram @Humas_Jabar. Upaya tersebut tentunya dirasakan oleh pengikutnya yang merasa bahwa dapat memberikan sajian informasi yang terkini dan tidak terkesan monoton sehingga memudahkan berbagai kalangan usia untuk memahami bentuk informasinya. Sebagai Humas Pemerintah, Humas Jawa

Barat perlu untuk senantiasa menjaga citra yang dimiliki oleh Pemerintah Jawa Barat. Peranan Humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat (Syahputra et al., 2018).

Pemilihan informasi secara tepat dan cermat perlu untuk dilakukan agar tidak menjadikan kesalahpahaman dalam pemaknaan pesan yang disampaikan. Humas Jawa Barat melalui Instagramnya @Humas_Jabar senantiasa memberikan sajian informasi positif dan ringan sehingga sebisa mungkin untuk tidak memberikan informasi dengan konotasi yang berkaitan dengan SARA. Langkah yang diambil Humas Jawa Barat tersebut adalah, untuk menjadi garda terdepan terhadap citra yang dimiliki yaitu Jabar Juara Lahir dan Batin. Humas Jawa Barat selalu berupaya untuk melakukan cross check terhadap isi pesan yang mereka sampaikan sehingga terhindar dari perspektif negatif dari masyarakat yang berperan sebagai khalayak dalam media sosial. Menimbang dari target audiensnya yang merupakan kalangan usia muda, sehingga pemaksimalan dalam pengelolaan isi pesan agar tetap ringan adalah dengan dibuat secara interaktif.

Dalam segi publisitas yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dalam mengelola Instagram sebagai media informasi, pihak terkait melakukan skema timeline publikasi agar dapat menyesuaikan konten untuk diunggah secara rutin. Media public relations atau media humas merupakan segala bentuk media, sarana atau saluran yang dimanfaatkan oleh praktisi public relations dalam menjalankan pekerjaannya dengan tujuan publikasi yang luas (Fatharani & Anisa, 2023). Penjelasan tersebut berkaitan mengenai peran humas untuk menjaga publikasi yang luas karena merupakan upaya yang perlu dilakukan. Humas Jabar berupaya untuk menjaga ritme dalam penyebaran informasi agar tetap berjalan dengan maksimal. Penyesuaian yang dilakukan adalah dengan membuat jadwal konten mingguan sehingga khalayak mendapatkan jenis konten dengan variasi yang berbeda setiap harinya. Selain itu, Humas Jawa Barat juga seringkali menyebarkan informasi diluar jadwal yang telah diatur guna memberikan informasi terkini dan aktual seputar perkembangan kinerja dari Pemerintah Jawa Barat.

Pemilihan berbagai fitur dalam Instagram merupakan langkah yang diambil oleh Humas Jawa Barat untuk memaksimalkan penggunaan saluran penyebaran informasi. Dalam pengelolaan Instagram @Humas_Jabar, menggunakan bentuk fitur seperti Highlight, Feeds, Instastory, dan Reels untuk memberikan sajian informasi dalam bentuk yang variatif. Dalam fitur highlight, Humas Jawa Barat menggunakannya sebagai media untuk menyimpan beberapa informasi penting yang memudahkan khalayak seperti layanan masyarakat. Fitur feeds, instastory dan reels ditinjau dalam Instagramnya digunakan untuk menyebarkan unggahan-unggahan berupa informasi terkini juga konten-konten yang berbentuk foto maupun video, dengan tambahan caption menarik untuk memperjelas makna pesan

Proses Evaluating Humas Jawa Barat dalam Instagram @Humas_Jabar

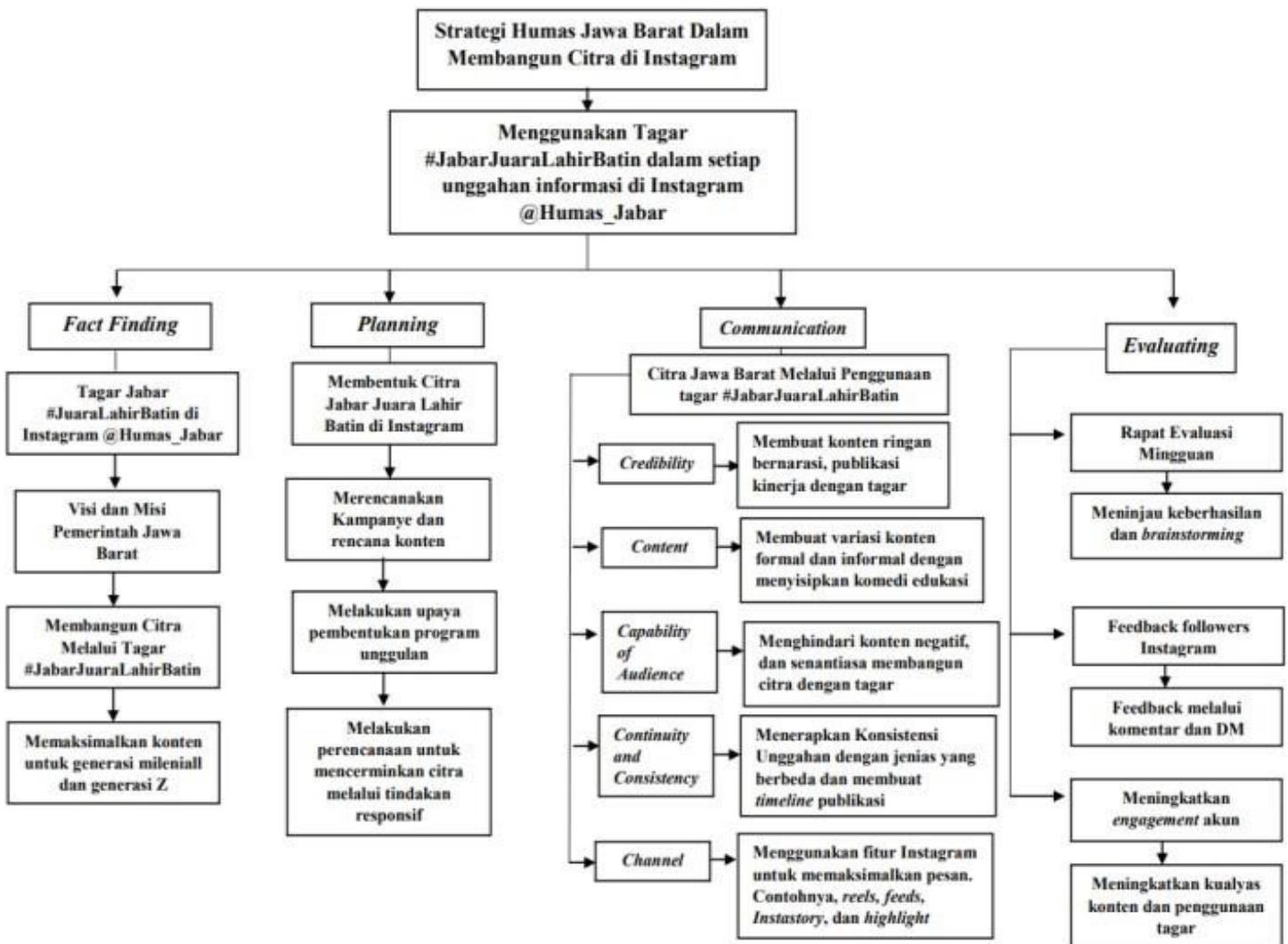
Dalam tahap evaluasi, Humas Jawa Barat melakukan berbagai upaya untuk melakukan peninjauan terhadap kinerja yang telah dilakukan. Upaya mengevaluasi apakah kualitas komunikasi akan beriringan dengan tipe peran yang dilakukan oleh praktisi humas dimungkinkan dapat dilakukan (Kriyantono, 2019). Dalam lingkup internal, Humas Jawa Barat secara rutin mengadakan rapat internal setiap minggu untuk membahas terkait konten dan informasi yang telah diunggah.

Rapat tersebut membahas mengenai keberhasilan konten yang mereka berikan, dan upaya perbaikan seperti apa yang perlu dilakukan agar pemaksimalan pesan dapat terkendali dengan baik. Selain meninjau kilas balik terhadap kinerja yang telah dilakukan, upaya *brainstorming* pun menjadi solusi agar jenis-jenis konten dapat lebih beragam. Humas Jawa Barat pun terus bersinergi untuk tetap melakukan inovasi yang berlandaskan evaluasi untuk tetap menjaga dan meningkatkan *engagement* yang dimiliki oleh akun Instagram @Humas_Jabar.

Humas Jawa Barat pun melakukan evaluasi lain dengan menimbang *feedback* yang diberikan oleh khalayak melalui Instagram @Humas_Jabar. Sebagai lembaga terdepan Pemerintah Jawa Barat dan menaungi pembangun citra pemerintah, Humas Jawa Barat terbuka terkait evaluasi-evaluasi bentuk pesan yang disuarakan oleh khalayak. Mayoritas bentuk evaluasi yang disampaikan, diserukan melalui fitur komentar yang tersedia dalam media sosial Instagram. Hal tersebut menjadi sebuah upaya agar celah seperti apa yang dapat dimaksimalkan kembali oleh Humas Jawa Barat dalam mengelola Instagram serta senantiasa menjaga citra

yang dimiliki yaitu Jabar Juara Lahir Batin. Tindakan tersebut dapat memberikan Humas Jawa Barat data yang akurat terkait bagaimana Humas Jawa Barat dalam membangun citra Jabar Juara Lahir Batin di Instagram.

Transparansi wadah aspirasi tersebut tentunya secara tidak langsung meningkatkan kredibilitas positif bagi Humas Jawa Barat sebagai garda terdepan dari wajah kinerja yang dilakukan oleh Pemerintah Jawa Barat. Wadah tersebut dapat diberlakukan dengan kolaborasi perancangan penggunaan fitur Humas Jawa Barat. Berikut adalah bagan hasil analisis terkait Strategi Humas Jawa Barat Dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram Dengan Menggunakan Tagar #JabarJuaraLahirBatin. Berikut adalah bagan dari hasil temuan penelitian ini.



Gambar 1. Strategi Humas Jabar Membangun Citra

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian: (1) Proses Fact Finding untuk mengetahui landasan dari penggunaan tagar #JabarJuaraLahirBatin serta untuk mengetahui siapa saja yang menjadi target audiens dari konten yang dipublikasikan oleh Humas Jawa Barat. Humas Jawa Barat menggunakan tagar #JabarJuaraLahirBatin sebagai inisiasi yang untuk menyuarakan Visi dan Misi Jabar Juara, serta meningkatkan citra tersebut bagi Pemerintah Jawa Barat. Data selanjutnya yang ditemukan dalam penelitian ini adalah, Humas Jawa Barat memiliki target audiens yang telah ditentukan dalam operasional Instagram Humas Jawa Barat. Dalam pembagiannya, Instaram @Humas_Jabar terfokus terhadap kalangan generasi milenial dan generasi Z, (2) Proses planning yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat adalah

dengan melakukan upaya perencanaan terkait inisiasi yang dilakukan untuk membentuk citra #JabarJuaraLahirBatin melalui Instagram @Humas_Jabar Humas Jawa Barat mengupayakan perencanaan dalam pembentukan kampanye digital yang disebar di Instagram Humas Jawa Barat. Dalam hal ini Humas Jawa Barat berinisiasi senantiasa untuk melakukan perencanaan yang kemudian dapat memberikan dampak terhadap peningkatan citra yang dimiliki. Humas Jawa Barat senantiasa melakukan perencanaan program-program unggulan yang relevan dengan penggunaan tagar yaitu #JabarJuaraLahirBatin, (3) Proses Communication yang dilakukan oleh Humas Jawa Barat dalam mengelola akun Instagram adalah dengan mengupayakan berbagai aspek strategi agar citra yang dibangun yaitu #JabarJuaraLahirBatin dapat dirasakan oleh khalayak. Humas Jawa Barat menerapkan upaya kredibilitas. Dalam pemilihan konten, Humas Jawa Barat memaksimalkan konten-konten kreatif baik itu informal dan formal. Humas Jawa Barat menjaga kejelasan informasi yang diunggah, untuk menghindari persepsi buruk yang timbul di kalangan khalayak. Dalam hal timeline juga, diatur oleh Humas Jawa Barat sehingga dapat menjaga konsistensi dari unggahan informasi yang dilakukan. Pemilihan fitur pun dimanfaatkan dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia di Instagram agar penggunaan tagar #JabarJuaraLahirBatin dapat lebih maksimal, (4) Proses evaluasi dilakukan oleh Humas Jawa Barat melalui rapat evaluasi mingguan guna meninjau kembali kinerja yang telah dilakukan, serta melakukan brainstorming terkait inisiasi atau ide-ide lain guna meningkatkan citra Jabar Juara Lahir Batin di Instagram @Humas_Jabar. Humas Jawa Barat pun menggunakan masukan-masukan dari khalayak yang terdapat melalui pesan dan komentar sebagai bahan evaluasi kedepannya.

Daftar Pustaka

- [1] Amalia, V. (2020). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). AL- TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan
- [2] Anisa, R., Dewi, R., & Hafiar, H. (2021). Menakar positioning dan arah branding program studi melalui pemetaan penggunaan metode riset. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(2), 229. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i2.28463>
- [3] Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>
- [4] Ibad, K. (2016). Analisis Framing Berita Humas. 4, 520–534.
- [5] Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- [6] Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- [7] Safa Camila Rahma Nur Annisa Priono, Sophia Novita. Peran PR PT. Pegadaian (Persero) Kanwil X Bandung dalam Program Corporate Social Responsibility. *Bandung Conf Ser Public Relations*. 2023;3(2):871–7.

- [8] Santoso, K. R. A. P., Husna, A., Putri, N. W., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Topik Tagar Covidindonesia pada Instagram Menggunakan Latent Dirichlet Allocation. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.14421/jiska.2022.7.1.1-9>
- [9] Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun MediaSosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- [10] Syahputra, D. I., Hendra, Y., & Hidayat, T. W. (2018). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur. *Perspektif*, 7(1), 24–29. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2523>