

Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram

Bunga Fitriani¹, Abdul Kholik²

Universitas Negeri Jakarta, Tangerang Selatan
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Submitted: 14 Juli 2021,
Accepted : 17 Juli 2021,
Published : 29 Juli 2021

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada bidang komunikasi dan informasi memunculkan adanya sebuah media yang dibuat dengan tujuan membagikan foto, video ataupun tulisan penggunaannya kepada pengikutnya. Media itu dinamakan Instagram, pada media *Instagram* ini para penggunanya diberikan kebebasan dalam mengunggah apapun dari penggunaannya. Adanya media *Instagram* ini juga memudahkan lembaga, organisasi, instansi atau perusahaan dalam melakukan proses *public relations* guna menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat serta membangun citra instansi. Humas Diskominfo Tangsel merupakan salah satu instansi yang menggunakan media sosial *Instagram* dalam proses *public relations*. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, proses *public relations*, citra positif, media baru, dan *Instagram*. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Objek penelitian ini adalah proses *public relations* yang dilakukan oleh Humas Diskominfo Tangsel melalui media sosial *instagram @humaskotatangsel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas Diskominfo Tangsel dalam membangun citra positif melalui media sosial *instagram* telah sesuai dengan teori proses *public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center yaitu, *defining the problem (Fact Finding), Planning, Programming, Taking Action, Communicating, dan Evaluating the Program* dengan teori jaringan pada media baru untuk melakukan analisis terhadap proses produksi, komunikasi dan informasi. Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah peran Humas Diskominfo Tangsel dinilai telah berhasil dalam membangun citra positif instansi dalam menjaga hubungan baik dan diharapkan hal ini dapat ditingkatkan untuk kebaikan komunikasi diantara instansi dengan masyarakat.

Kata-kata Kunci: Proses *Public Relations*; Citra Positif; Media Baru; *Instagram*.

ABSTRACT

The development of technology in the field of communication and information gave rise to a media created with the aim of sharing photos, videos or writings of users to their followers. The media is called Instagram, in this Instagram media users are given the freedom to upload anything from its users. The existence of Instagram media also makes it easier for institutions, organizations, agencies or companies to carry out the public relations process in order to maintain good relations with the community and build the image of the agency. Public Relations Diskominfo Tangsel is one of the agencies that uses Instagram social media in the public relations process. The theories and concepts used in this research are the public relations process, positive image, new media, and Instagram. This research was conducted using a descriptive approach with qualitative research methods. The object of this research is the public relations process carried out by Public Relations Diskominfo Tangsel through social media Instagram @humaskotatangsel. The results of the study show that the role of

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM
(Bunga Fitriani, Abdul Kholik)

Public Relations Diskominfo Tangsel in building a positive image through social media Instagram is in accordance with the theory of the public relations process proposed by Cutlip and Center, namely, defining the problem (Fact Finding), Planning, Programming, Taking Action, Communicating, and Evaluating. the Program with network theory on new media to analyze the production process, communication and information. The conclusion and suggestion from this research is that the role of Public Relations of the South Tangerang Diskominfo is considered to have succeeded in building a positive image of the agency in maintaining good relations and it is hoped that this can be improved for good communication between agencies and the community.

Keywords: *Public Relations Process; Positive Image; New Media; Instagram.*

Korespondensi: Bunga Fitrianiingsih. Universitas Negeri Jakarta. Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220.
Email: bungafitrianiingsih08@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi pada saat ini telah memunculkan hal yang dinamakan media sosial. Media sosial merupakan sebuah media *online* yang memudahkan para penggunanya dalam berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual* diantara seseorang dan lainnya. Dalam perkembangan media sosial ini dinilai membawa pengaruh positif dan negatif kepada para penggunanya. Walau dinilai membawa pengaruh negatif, media sosial ini tetap dinilai lebih banyak memiliki pengaruh positif atas keberadaannya saat ini. Keberadaan media sosial pada saat ini telah memudahkan proses komunikasi dan informasi yang terjadi diantara para penggunanya. Salah satu media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah Instagram. Penggunaan *Instagram* tidak hanya dipakai secara pribadi saja, tetapi sebuah organisasi, lembaga, instansi dan perusahaan pun menggunakan *Instagram* untuk dijadikan bagian dalam proses *public relations*nya. Hal ini dilakukan untuk menjalin komunikasi diantara suatu organisasi, lembaga, instansi dan perusahaan dengan masyarakat.

Dalam penggunaannya *Instagram* dalam suatu organisasi, lembaga, instansi dan perusahaan dibuat dengan tujuan untuk memudahkan proses pelayanan komunikasi yang dilakukan dengan publik masyarakatnya. Oleh karena itu, Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan menggunakan media sosial *Instagram* dalam menjadi media publikasi dari semua informasi yang terjadi pada instansinya dengan username @humaskotatangsel. Seperti contoh pada unggahan foto tanggal 26 April 2021 yang Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan bagikan dalam *Instagram*

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM

(Bunga Fitrianiingsih, Abdul Kholik)

instansinya dengan isi informasi mengenai acara pelantikan Walikota dan Wakil Walikota Tangerang Selatan atas hasil pemilihan kepala daerah serentak Tahun 2021. Dalam unggahan yang berisi foto pada acara tersebut mendapat banyak respon positif dari publik yang menjadi pengikut akun media sosial *Instagram* @humaskotatangsel dengan komentar ucapan selamat atas dilantikannya Walikota dan Wakil Walikota baru Kota Tangerang Selatan.

Sedangkan dalam unggahan video acara silaturahmi atas dilantikannya Walikota dan Wakil Walikota pada tanggal 27 April 2021, unggahan video ini publik sedikit merespons negatif dikarenakan adanya kegiatan bersalaman secara langsung diantara Walikota dan Wakil Walikota yang telah dilantik dengan para tamu yang berada pada lokasi video tersebut direkam. Hal ini dianggap oleh publik telah melanggar protokol Kesehatan yang telah diberlakukan selama adanya pandemi COVID-19. Perbedaan respons publik dalam dua unggahan yang telah dijelaskan sebelumnya membuat peneliti merasa pentingnya keberadaan peran *public relations* dalam sebuah proses terjadinya komunikasi kepada publik dengan informasi yang dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

Public Relations merupakan sebuah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat diantara organisasi yang memengaruhi kesuksesan dan kegagalan dari organisasi itu. Proses dari kegiatan *public relations* juga harus dilakukan oleh lembaga, organisasi, instansi atau perusahaan dalam membuat strategi dan melaksanakan fungsinya untuk menjalin hubungan yang baik dan menciptakan citra positif didepan publik masyarakatnya. Selain itu, *public relations* juga diperlukan untuk membantu segala hal yang berkaitan dengan publik masyarakat. Didalam proses *public relations* ini, seorang *public relations* diharuskan untuk mengetahui segala perubahan yang terjadi didalam ataupun diluar organisasi, lembaga, instansi dan perusahaan bernaung. Hal ini sangat diperlukan agar pada saat terjadi krisis seorang *public relations* dapat menghadapinya dengan solusi yang tepat dan sesuai dengan sasaran untuk mempertahankan citra positif dalam organisasi, lembaga, instansi dan perusahaannya.

Dalam proses *public relations* nya ini Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan rutin membagikan berbagai macam kegiatan/acara yang diadakan dan dihadiri oleh Walikota dan Wakil Walikota Kota Tangerang Selatan dalam bentuk foto, video dan tulisan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya, peneliti hendak mengangkat penelitian ini dengan judul “**Proses *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan dalam Membangun citra positif melalui Media Sosial *Instagram @humaskotatangsel***”.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini antara lain sebagai berikut: (1) Untuk mendeskripsikan peran *Public Relations* yang telah ada pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan didalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram @humaskotatangsel*; (2) Untuk menjelaskan tahapan yang dilakukan pada proses *Public Relations* yang terjadi pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan sebelum di unggah pada akun media sosial *Instagram @humaskotatangsel*; (3) Untuk mengetahui hambatan yang terjadi selama proses *Public Relations* dalam Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan selama membuat unggahan pada akun media sosial *Instagram @humaskotatangsel*.

TINJAUAN PUSTAKA

Public Relations

Menurut Scot M. Cutlip, Alen H. Center dan Glen M. Broom (2008:8), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publiknya, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik. Dan Definisi Humas menurut Zulkarnaen Nasution adalah “sebagai fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya. *Public relations* juga mempunyai tugas dan fungsi dalam membina hubungan baik, saling mendukung, saling pengertian dan berfungsi dalam menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga, organisasi, instansi atau perusahaan.

Dari penelitian di atas bisa disimpulkan jika *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap, mengidentifikasi kebijakan, prosedur dalam melaksanakan rencana kerja diantara lembaga, organisasi, instansi atau perusahaan dengan publiknya dengan menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik diantara lembaga, organisasi, instansi atau perusahaan.

Teori Proses *Public Relations*

Menurut Cutlip dan Center (2005: 126) teori ini memiliki empat proses kerja *Public Relations*, yaitu: (1) *Defining the Problem (Fact Finding)* dalam tahap yang memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku dari pihak-pihak yang terkait untuk segera dilakukan proses pemecahan masalah; (2) *Planning and Programming* tahap ini merupakan tahap dimana setelah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan akan segera dilakukan pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan hasil yang telah ditemukan sebelumnya; (3) *Taking Action and Communicating* pada tahap ketiga ini akan dilakukan implementasi atas program yang telah dilakukan sebelumnya untuk mencapai tujuan spesifik; (4) *Evaluating the Program* pada tahap terakhir ini akan dilakukan proses penilaian atas program yang dilaksanakan untuk menentukan seberapa baik program yang telah dilakukan.

Berdasarkan empat teori proses *public relations* diatas seorang *public relations* sebelum melakukan tugas dan fungsinya harus memantau keadaan yang sedang terjadi, yang kemudian akan diambil Langkah-langkah untuk mengatasi keadaan yang terjadi, dan selanjutnya akan segera melakukan Langkah-langkah yang telah di tentukan sebelumnya, dan yang terakhir dengan melakukan proses penilaian atau evaluasi dari Langkah-langkah yang sebelumnya telah dilakukan untuk menentukan seberapa baik keadaan.

Teori *New Media*

Dalam teori media baru tampaknya berasal dari teori dalam media lama yang kemudian melahirkan teori baru sebagai upaya untuk mendalami media baru dengan lebih detail lagi. Berikut ini ada beberapa teori media baru: (1) *Social Construction of Technology* teori ini mengemukakan bahwa teknoogi tidak menentukan Tindakan manusia, melainkan Tindakan manusia yang membentuk teknologi; (2) Charlile & Christensen *Three-Stage Model of Theory-Building* Teori ini mengungkapkan jenis teori-bangunan melalui tiga tahap yaitu deskriptif, kategorisasi, dan normative; (3) Teori Jaringan adalah salah satu teori yang digunakan untuk melakukan analisis terhadap proses produksi, komunikasi, dan informasi dalam media baru; (4) Teori Media Komunikasi menjelaskan tentang bagaimana peran media (sarana penyampaian pesan) berpengaruh dalam menyebarkan informasi tertentu baik secara fisik maupun psikologis; (5) Model Penggunaan dan Gratifikasi Media dalam teori ini bisa disimpulkan bahwa publik pada umumnya menggunakan media untuk saling mengirim pesan,

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM
(Bunga Fitriainingsih, Abdul Kholik)

dan membantu mengembangkan citra diri dalam kaitannya dengan sosial dan interaksi atau hiburan; (6) Teori Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana, mengapa, dan pada tingkatan apa teknologi baru berkembang dan diadopsi kedalam berbagai konteks; (7) Teori Kebudayaan Media Partisipatoris berusaha untuk menguraikan cara-cara budaya media baru menawarkan kepada publik untuk secara Bersama-sama mengambil peran sebagai konsumen dan produsen media sekaligus; (8) Internet sebagai Media *Jurnalisme Internet* dipandang sebagai sebuah media baru yang memiliki kecepatan, harga, penyimpanan data, kemampuan akses, densitas informasi, dan unsur-unsur lain yang sangat kompleks sekaligus mendukung terciptanya beragam jenis komunikasi.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan diatas, bisa disimpulkan jika teori yang cocok dengan penelitian ini adalah teori jaringan. Dikarenakan teori jaringan merupakan sebuah teori yang menjelaskan bagaimana proses pembagian informasi dan komunikasi dalam media baru yang baru berkembang dan tersebar ditengah masyarakat yang aksesnya bisa melalui internet.

Media sosial

Menurut van Dijk (dalam Nasrullah, 2016: 11) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun kolaborasi. Karena itu, media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial, menurut Haenlein dkk. (2010:59) adalah sebuah media online.

Berdasarkan penjelasan diatas, media sosial merupakan sebuah media yang digunakan oleh penggunanya dalam membuat hubungan antar penggunanya menjadi lebih erat melalui komunikasi dan pembagian informasi diantara para pengguna yang terhubung melalui internet.

Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai tempat penyebaran dalam mendapatkan informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna *Instagram* melalui foto-foto dan video yang diunggah.

Citra

Menurut Frank Jefkins dalam Ardianto dan Soemirat (2004: 114), menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode dalam jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam seting dan konteks naturalnya (bukan didalam laboratorium), yakni peneliti tidak berusaha memanipulasi fenomena yang diamati. Sedangkan untuk Pendekatan deskriptif adalah sebuah pendekatan yang mencoba untuk menjelaskan penggunaan bahasa secara aktual di lapangan, dengan kata lain, penggunaan bahasa berdasarkan siapa yang menuturkannya.

Subjek dari penelitian ini adalah Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan. Bagian ini dipilih sebagai subjek penelitian dikarenakan bagian humas inilah yang mengerti bagaimana mengelola secara langsung media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan @humaskotatangsel dalam membangun citra positif dalam instansinya.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah proses *public relations* yang dilakukan Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan dalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram* @humaskotatangsel. Untuk waktu penelitian pada penelitian ini dilakukan 4 bulan dari bulan April hingga Juli 2021. Dan lokasi penelitian ini pada Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan pada Gedung 1 lantai 6, Kantor Pemerintah Kota Tangerang Selatan Jl. Raya Maruga No. 1 Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan pada Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan merupakan tempat bagian Humas diskominfo mengelola media sosial *Instagram* @humaskotatangsel. Dalam pemilihan lokasi ini juga peneliti bisa dengan langsung bertemu dengan karyawan yang bekerja secara langsung dalam Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. Para karyawan ini peneliti jadikan sebagai informan dalam penelitian ini, dengan jumlah 2 orang *informan* yang bekerja secara langsung dalam mengelola media sosial *Instagram* @humaskotatangsel. Dalam

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM
(Bunga Fitriainingsih, Abdul Kholik)

penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik keabsahan data yaitu, triangulasi sumber. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Dan menggunakan Teknik analisis data melalui metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Humas dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial *Instagram*

Humas/*Public Relations* dalam sebuah instansi itu sangat penting, dikarenakan setiap instansi/pemerintahan membutuhkan penghubung untuk berkomunikasi dengan publik masyarakatnya. Jika dalam sebuah instansi/pemerintahan tidak ada humas/*public relations* suatu instansi/pemerintahan tidak akan berkembang dengan baik untuk mewujudkan hubungan yang baik diantara instansi dengan publiknya.

Peran humas/*public relations* dalam Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan sangat dibutuhkan terutama dalam hal pengelolaan media sosial yang dibuat dengan tujuan menjadi penghubung diantara instansi/pemerintahan dengan para publik *Stakeholder*.

Selain itu, peran humas/*public relations* dalam membangun citra positif pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan melalui media sosial *Instagram* merupakan salah satu peran yang sudah seharusnya dilakukan didalam setiap kegiatan yang diunggahnya kedalam media sosial instansinya. Tetapi, dalam membentuk/membangun citra positif dalam sebuah instansi tidak hanya wajib dilakukan oleh bagian humas/*public relations* nya saja. Dan seharusnya dilakukan oleh seluruh bagian yang terdapat dalam instansi yang bersangkutan. Hal ini bisa dengan mudah dilakukan jika sebuah instansi bisa intens menjalin komunikasi yang baik dengan para *stakeholders*. Dikarenakan citra positif itu dapat terbentuk dari suatu kepercayaan yang berasal dari seluruh pihak yang bersangkutan dan juga melalui segala kegiatan yang telah terpublikasikan dengan baik oleh bagian humas/*public relations* itu sendiri.

Dalam hal ini, bagian Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan memilih *Instagram* sebagai media publikasi dengan para *stakeholders* dan publik masyarakat dikarenakan publik penggunaanya lebih berantusias dalam melihat setiap postingan yang telah diunggahnya. Selain karena itu, tampilan *visual* dari *Instagram* juga dinilai sangat cocok dalam menjadi media publikasi resmi bagian Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan.

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM

(Bunga Fitrianiingsih, Abdul Kholik)

Proses *Public Relations* sebelum Diunggah pada Media Sosial *Instagram*

Pada bagian proses *public relations* sebelum diunggah kedalam media sosial *Instagram* ini Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan selalu melakukan koordinasi yang baik dengan tim yang sudah dibagikan. Tim dalam bagian ini terdiri dari 4 tim yaitu: tim lapangan, tim desain, tim administrasi dan tim media sosial. Dari beberapa bagian tim ini, tim lapangan mempunyai tugas untuk melakukan dokumentasi pengambilan gambar pada lokasi acara secara langsung yang kemudian akan dikirimkan kepada tim desain untuk segera diproses kedalam tahap selanjutnya, tim administrasi bertugas untuk melakukan perencanaan dalam setiap konten yang akan dilakukan kedepannya, tim desain bertugas dalam membuat desain untuk setiap hasil dokumentasi yang telah dilakukan sebelumnya oleh tim lapangan dengan kriteria yang telah di tentukan sebelumnya dan yang terakhir ada tim media sosial yang bertugas untuk melakukan pengunggahan hasil konten yang telah di proses sebelumnya oleh tim lainnya dengan dasar persetujuan atasan kedalam media sosial *Instagram*.

Hambatan selama Proses *Public Relations* dalam Membuat Unggahan Media Sosial *Instagram*

Dalam proses *public relations* yang telah dilakukan oleh bagian humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan menghadapi hambatan yang berasal dari perbedaan persepsi atau pandangan diantara public dengan instansi yang bersangkutan dalam hal penerimaan maksud pesan yang diunggah pada media sosial *Instagram*. Menurut Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan hal ini masih dalam batas wajar dikarenakan tidak semua orang mempunyai persepsi atau pandangan yang sama diantara satu sama lainnya. Oleh karena itu, bagian humas dalam setiap proses *public relations* harus bisa untuk melakukan komunikasi yang lebih intens dengan para publik masyarakat guna menyamakan narasi ataupun persepsi yang sebenarnya ingin disampaikan kepada publik masyarakat. Menurut *followers* diskominfo kota tangsel telah bisa mengatasi segala hambatan yang terjadi dalam media sosial *instagramnya* dengan baik dan konsisten.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM

(Bunga Fitrianiingsih, Abdul Kholik)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan analisis yang telah dilakukan mengenai Proses *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Sosial Media *Instagram* @humaskotatangsel, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan telah menjalankan proses *public relations* dalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram* sesuai dengan teori jaringan dalam media baru dan teori proses *public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center mengenai 4 proses kerja *public relations*, yaitu *Defining the Problem (Fact Finding)*, *Planning and Programming*, *Taking Action and Communicating*, dan *Evaluating the Program*. (1) Peran Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan dalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram* telah berhasil dengan hubungan komunikasi yang baik diantara *stakeholders* dan publik masyarakatnya melalui media sosial *Instagram* yang selalu memuat informasi-informasi terbaru dari dalam bagian instansi yang sangat membantu para publik pengikutnya untuk mengetahui suatu informasi dengan tampilan unggahan yang telah disesuaikan. (2) Tahapan Proses *Public Relations* yang Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan lakukan sebelum mengunggah sebuah unggahan pada media sosial *Instagram* yaitu dengan selalu melakukan koordinasi tim yang baik dengan tim bagian lain yang ada guna memudahkan tahapan proses *public relations* yang akan dilakukannya sebelum siap untuk di unggah dalam media sosial *Instagram* resmi instansinya. (3) Hambatan Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan selama melakukan Proses *Public Relations* dalam membuat unggahan media sosial *Instagram* yaitu berasal dari perbedaan persepsi atau pandangan diantara publik dengan instansi yang bersangkutan pada hal penerimaan maksud pesan yang telah diunggah pada media sosial *Instagram*.

Saran

Berdasarkan uraian yang telah disimpulkan, maka peneliti akan memberikan saran agar proses *public relations* yang telah dilakukan Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan dalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram* dapat lebih efektif untuk kedepannya sebagai berikut:

Saran dari peneliti terkait dengan peran humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang Selatan dalam membangun citra positif melalui media sosial *Instagram*, yaitu untuk

PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI INSTRAGRAM

(Bunga Fitrianiingsih, Abdul Kholik)

lebih meningkatkan komunikasi yang telah terjalin dengan baik diantara publik masyarakat melalui unggahan-unggahan terbaru yang memberikan informasi serta manfaat kepada publik pengikutnya. Dengan hubungan komunikasi instansi dengan publik masyarakat yang semakin dekat hal ini akan menimbulkan kepercayaan dari publik masyarakat kepada instansi yang bersangkutan.

REFERENSI

- Hikmat, M. (2018). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN CITRA POSITIF DPRD DALAM PERSEPSI RAKYAT DAERAH. *Jurnal Common*, 2(1). <https://doi.org/10.34010/common.v2i1.871>
- Meutia Puspita Sari, "FENOMENA PENGGUNAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM OLEH MAHASISWA FISIP", *JOM FISIP*, vol. 4, No 2, Oktober 2017, hal 5 dan 6.
- Nur Azizah, N., & Imran, A. (2019). PROSES PUBLIC RELATIONS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KERETAAPIKITA. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 26(1), 19-26. Retrieved from <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/1385>
- Permasih, Imas. Dkk. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Hal. 31. Vol. 3 No. 1.
- Sarosa S. (2017). *Penelitian Kualitatif Dasar – dasar*. Jakarta: Penerbit Indeks Jakarta. Hal.8
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2019). FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 47 - 64. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.14.03>
- <https://ismarinih.wordpress.com/2016/03/02/pendekatan-deskriptif-dan-preskriptif-dalam-pengembangan-bahasa/>
diakses pada 19 juni 2021 pukul 21:01
- <https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media-menurut-para-ahli> diakses pada tanggal 27 Mei 2021 pukul 23:53