

Pengelolaan Konten Instagram Humas Purbalingga

Jihan Bunga Ayu Werdani¹, Aditya Ali²

^{1,2} Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: jihanbungaaw@student.telkomuniversity.ac.id¹,
adityaali@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Humas Purbalingga menggunakan media sosial Instagram untuk memaparkan informasi dalam bentuk konten Instagram. Tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram Humas Purbalingga. Penelitian menggunakan acuan dalam pengelolaan sosial media pemerintahan menurut kominfo (2018) yang terdiri dari empat tahapan yaitu penyusunan program media, pembuatan konten, distribusi konten dan evaluasi kegiatan media sosial lembaga, Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data yang diperoleh peneliti dengan cara wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Melalui hasil penelitian yang dilakukan dipaparkan melalui poin-poin mulai dari poin yang terdapat pada tahap penyusunan program media yaitu, tujuan, *share*, partisipasi publik, kolaborasi, penanggulangan resiko, *audiens*, *strategi*, teknologi, pada tahap pembuatan konten terdapat poin perencanaan *editorial*, pengumpulan data, batasan konten masing-masing kanal media, konten unggulan masing-masing media sosial, dan produksi konten, pada tahapan distribusi konten terdapat poin, persiapan akun, waktu dan frekuensi konten, optimalisasi kata kunci, tagar, *caption*, *ads*, *endorsement*, dan kolaborasi, Pada hasil penelitian yang didapat, pastinya diharapkan untuk pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram Humas Purbalingga supaya dapat memaksimalkan dalam memberikan infromasinya.

Kata kunci: *Humas Purbalingga, Instagram, Konten Media Sosial, Pengelolaan Media Sosial*

Abstract

Purbalingga Public Relations uses Instagram social media to present information in the form of Instagram content. The purpose of the researcher is to find out how to manage content on Instagram social media accounts Purbalingga Public Relations. Research uses references in the management of government social media according to the Ministry of Communication and Information (2018) which consists of four stages, namely preparing media programs, creating content, distributing content and evaluating institutional social media activities. The research uses qualitative methods with descriptive research types. Collecting data obtained by researchers by means of interviews, observation, and documentation studies. Through the results of the research conducted, it is presented through points starting from the points contained in the media program preparation stage, namely, objectives, shares, public participation, collaboration, risk management, audience, strategy, technology, at the content creation stage there are editorial planning points, gathering data, content limits for each media channel, featured content for each social media, and content production, at the content distribution stage there are points, account preparation, content time and frequency, optimization of keywords, hashtags, captions, ads, endorsements, and collaboration. Based on the research results obtained, it is certainly expected that content management on the Purbalingga Public Relations Instagram social media account can maximize the sharing of information.

Keywords : *Purbalingga Public Relations, Instagram, Social Media Content, Social Media Management*

PENDAHULUAN

Media sosial Instagram Humas dan Protokol Purbalingga digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi guna memenuhi kebutuhan informasi untuk masyarakat di Purbalingga. Hal tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh Humas Purbalingga sebagai instansi yang memiliki tugas untuk memudahkan Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga dalam melaksanakan urusan pemerintahan, selain itu juga membantu pada bidang komunikasi pada sekretaris daerah kabupaten Purbalingga. Humas Purbalingga dalam penggunaan media sosial Instagram memanfaatkan untuk menyampaikan informasi yang bersifat umum, seperti *update* kegiatan Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Purbalingga, peringatan hari besar, peresmian, dan informasi seputar kegiatan yang ada di Purbalingga. Peneliti memilih Humas Purbalingga karena dibandingkan dengan kabupaten yang ada disekitar daerah tempat saya tinggal, humas yang menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan informasi melalui konten, pada humas purbalingga memiliki nilai lebih, dapat dilihat dari konten yang diunggah lebih tertata rapi, akun Instagram @HumasPurbalingga memiliki konten yang terkini mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Purbalingga. Pada media sosial Instagram @humaspurbalingga memiliki 10.200 pengikut, dapat dibandingkan dengan media sosial Instagram pada @humas_pemkab_banyumas yang memiliki pengikut sejumlah 15.400, dan dibandingkan juga dengan media sosial Instagram Humas Kabupaten Kebumen dimana belum aktif dalam mengunggah konten pada media sosialnya. Sehingga peneliti melakukan penelitian pada Humas Purbalingga karena lebih unggul dibandingkan dengan Humas pada daerah di sekitarnya.

Dibandingkan dengan konten pada Instagram disekitar kabupaten Purblingga, seperti Kabupaten Banyumas, dan Kabupaten Kebumen Akan tetapi, masyarakat Indonesia memiliki minat baca yang rendah dibandingkan negara lain.

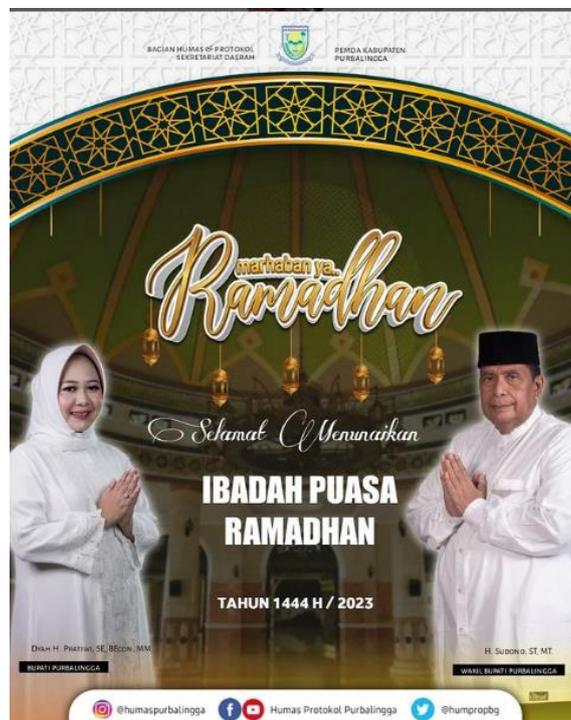
Menurut hasil survei yang dihasilkan oleh *Program for International Student Assessment (PISA)*, yang dirilis oleh *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* tingkat minat baca pada masyarakat Indonesia tergolong rendah, pada survei tahun 2019 Indonesia menduduki peringkat ke 62 dari 70 negara, maupun berada di 10 negara terbawah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2012, jumlah masyarakat yang memiliki minat baca hanya **1:1.000**. Artinya, dari 1.000 penduduk Indonesia, hanya satu yang memiliki minat baca. Sisanya, 999 orang, kurang memiliki keinginan untuk membaca. Direktur Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah Kementerian Agama (kemenag) menyampaikan bahwasanya minat baca yang rendah pada masyarakat di Indonesia mengakibatkan intoleransi, radikalisme, dan percaya pada berita hoaks. Pada Kabupate Purbalingga terdapat 18 Kecamatan, 15 Kelurahan dan 224 Desa. Dimana memiliki jumlah penduduk pada Kabupaten Purbalingga pada tahun 2022 sejumlah 1.019.840 jiwa. Sehingga Humas Purbalingga pada media sosial Instagramnya berusaha menyediakan informasi yang lengkap, dan tentunya menarik untuk dibaca oleh masyarakatnya dalam bentuk konten. Namun dalam menyediakan informasi melalui media sosial bukanlah hal yang mudah, sebab semakin banyak proses dan melibatkan banyak pihak dalam mempublikasikan berita akan menjadikan Humas bersikap lebih aktif, kreatif, sabar, serta teliti. Dalam melaksanakan kegiatan publikasi, Humas Purbalingga turun langsung ke lapangan untuk mengikuti kegiatan pemerintahan, kemudian membuat dokumentasi dan membuat berita yang nantinya akan di-*posting* melalui akun media sosial Instagram @HumasPurbalingga.

Membaca merupakan proses komunikasi dimana terdapat serangkaian kegiatan yang dapat memahami suatu informasi melalui indra penglihatan, sehingga dapat menghasilkan arti dan makna dari simbol yang rumit, akan tetapi minat baca seseorang. Aktivitas membaca dapat dikaitkan dengan aktivitas berbicara, akan tetapi tidak semua orang yang melakukan kegiatan berbicara memiliki kesempatan untuk membaca. Sehingga seseorang lebih suka kegiatan berbicara daripada membaca karena membaca merupakan

aktivitas yang kompleks. Menurut Totok Suhardijanto pada buku karya tulis ilmiah sosial (2016) terdapat beberapa faktor mengapa minat baca di Indonesia masih tergolong rendah yaitu, kemahiran membaca yang rendah pada siswa di sekolah, sistem pembelajaran di Indonesia belum banyak yang mengajarkan untuk lebih banyak membaca buku pada pelajarnya, banyaknya jenis hiburan, permainan, serta tayangan TV yang mampu mengalihkan perhatian, serta kurangnya mengunjungi perpustakaan.

Dengan adanya permasalahan diatas, @HumasPurbalingga menyampaikan informasinya melalui akun tersebut dalam bentuk konten Instagram. Konten tersebut dapat menjelaskan kalimat yang Panjang dan membosankan menjadi kata – kata disertai gambar supaya lebih mudah untuk dipahami. Biasanya orang bosan saat membaca informasi yang kalimatnya sangat panjang dan banyak. Pada media sosial twitter yang memiliki nama akun @dsuperboy mengatakan “salah satu bukti nyata kita malas membaca adalah, saat sebuah info acara/maklumat apa pun *di-post* di media sosial lengkap dengan informasi yang kamu butuhkan, dan jelas. Nyatanya masih saja banyak yang nanya dikolom komentar, padahal jawabannya sudah ada diposting.” Dengan konten Instagram masyarakat dapat lebih cepat memahami keseluruhan informasi yang disediakan, Konten disajikan dalam bentuk poster, infografis dan video.

Menurut Dhony Firmansyah (2018) infografis merupakan bentuk visual dari data yang menyampaikan informasi dengan jelas sebagaimana sebuah cerita. Pada Instagram @HumasPurbalingga konten disajikan dalam bentuk poster biasa atau poster pada umumnya dan dalam bentuk infografis dan video. Pada Instagram @humaspurbalingga terdapat 3.719 postingan sejak 2018 hingga saat ini pada bulan juli 2023. Untuk yang disajikan dalam bentuk poster dan infografis antara lain tentang: Pada saat memperingati hari besar di Indonesia, event besar pada Kabupaten Purbalingga, ucapan selamat ulang tahun kepada bupati dan wakil bupati kabupaten Purbalingga, penghargaan yang diraih oleh Kabupaten Purbalingga, informasi vaksin, capaian kinerja bupati dan wakil bupati kabupaten Purbalingga, UMKM Purbalingga, dan pilkades serentak 2022.



Gambar 1. Konten Poster Humas Purbalingga
Sumber gambar: Instagram Humas Purbalingga



Gambar 2. Infografis pada Postingan Instagram Humas Purbalingga
Sumber: Instagram Humas Purbalingga

Pada Instagram @HumasPurbalingga tidak memiliki tema khusus disetiap harinya, namun mereka memiliki target postingan harian yang kontennya merupakan berita terkini bagi masyarakat Purbalingga. Tujuan dibuatnya konten Instagram pada Instagram @HumasPurbalingga adalah agar masyarakat dapat mengetahui informasi terkini yang dibuat oleh staf instansi dimana informasi tersebut sudah terkemas dengan baik sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Peneliti Arigia, Damayanti, & Sani (2016) menunjukkan bahwa tampilan infografis membantu menarik perhatian dan pemahaman khalayak akan informasi. Salah satu konten yang dibuat oleh Humas Purbalingga itu Infografis karena dapat dinilai mampu memaparkan secara artistik dan tidak terpaku hanya pada penggambaran hasil data dan memberikan visualisasi peristiwa atau fakta. Terdapat kategori konten Instagram yang diunggah dalam akun tersebut sehingga *feeds* Instagram mereka tertata rapi, hal tersebut dapat membantu masyarakat yang ingin mencari informasi di akun Instagram @HumasPurbalingga. Pengelolaan media sosial dapat dikatakan sebagai upaya pemerintah untuk menjaga citra instansi.

Menurut Hand & Ching (dalam Farhatiningsih 2018:2), pemanfaatan media sosial oleh praktisi Humas pemerintahan sebagai media untuk menginformasikan serta mencari masukan maupun pendapat yang relevan dari publiknya. Kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Purbalingga yaitu berkaitan dengan media sosial, dimana Humas Purbalingga memilih menyampaikan informasi melalui akun Instagram yang dibuat semenjak tahun 2018, bertepatan dengan masa pemerintahan Bupati Dyah Hayuning Pratiwi. Dengan cara publikasi menggunakan media sosial, masyarakat dapat memberikan komentar serta membagikan berita tersebut supaya bisa diketahui oleh lebih banyak orang dan berita tersebut dapat tersampaikan dengan cepat. Media sosial bertujuan memperlancar proses publikasi maupun menyampaikan informasi kepada masyarakat dan media sosial menjadi wadah bagi aspirasi masyarakat. Melalui media sosial keterangan yang dibuat untuk diberikan kepada masyarakat harus dibuat dengan jujur, supaya masyarakat menerima informasi dengan baik dan jelas sehingga tidak menimbulkan masalah. Selain itu penyampaian informasi juga harus simpatik, ramah dan menggunakan kata-kata sopan, yang dapat menunjukkan perhatian kepada masyarakat dengan kebijaksanaan dapat memberikan rasa puas bagi Humas itu sendiri.

Humas dan Protokol Purbalingga merupakan instansi pemerintah yang dikepalai oleh kepala bidang yang bertanggung jawab langsung kepada Bupati Purbalingga. Humas harus bisa mengoptimalkan kinerja serta fungsinya sebagai instansi, hal tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan media digital maupun media baru yang juga dimanfaatkan sebagai media Humas maupun disebut juga sebagai media Humas digital. Berdasarkan hasil

wawancara peneliti dengan kepala bidang Humas Purbalingga bahwa Humas Purbalingga memiliki 3 tugas penting pada instansi yaitu: 1) Humas menjadi protokoler pada instansi sebagai perantara antara bupati, wakil bupati, sekretariat daerah dan ajudan sekretariat daerah dengan pihak internal maupun eksternal. 2) Melakukan liputan saat bupati atau wakil bupati melakukan kegiatan yang nantinya akan didokumentasikan dalam bentuk foto, video dan tulisan. Lalu disampaikan ke publik melalui media sosial, Humas dan protokoler Purbalingga memiliki beberapa media sosial yaitu Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, serta Youtube. Selain itu instansi juga memiliki website. Dan tugas yang ke 3) Humas juga mengelola dari Instagram Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga. Pemilihan Humas dan Protokoler Purbalingga sebagai subjek penelitian ini dikarenakan peneliti mengamati bagaimana pengelolaan media sosial Instagram pada akun @HumasPurbalingga dikelola dengan sedemikian rupa sehingga memiliki tampilan yang menarik. Sedangkan pemilihan media sosial Instagram sebagai objek penelitian dikarenakan konten yang diunggah di akun Instagram @HumasPurbalingga ini memiliki interaksi yang lebih ramai dibandingkan media sosial lainnya yang dimiliki oleh instansi. Media Instagram @HumasPurbalingga dikelola langsung oleh Tim media sosial yang berada pada instansi tersebut, sebelum konten diunggah pada *feeds* Instagram kepala bidang Humas dan protokoler akan mengoreksi terlebih dahulu supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi masyarakat. Menurut penjelasan staf Humas Kabupaten Purbalingga Gunawan Eko Saputra "Humas itu menginginkan hal yang *good news* tetap menjadi *good news*, nah kita ingin supaya apa yang sudah dikerjakan oleh pemerintah daerah yang baik-baik dapat diterima oleh masyarakat".

Peneliti memilih topik berdasarkan uraian tersebut adalah rendahnya minat baca masyarakat di Indonesia mengharuskan Humas dalam memberikan informasi harus singkat dan jelas, supaya masyarakat dapat menemukan informasi penting dengan mudah. sehingga Humas Purbalingga dalam menyampaikan informasinya melalui akun Instagramnya @HumasPurbalingga menyajikan informasi menggunakan konten instagram untuk memudahkan masyarakat menemukan inti dari informasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk membahas mengenai pengelolaan media sosial Instagram Humas Purbalingga menggunakan konsep pengelolaan media sosial Kominfo. Lalu penelitian ini didukung data-data relevan yang didapatkan melalui wawancara, lalu observasi dan dengan dokumentasi. Peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan saran kepada Humas Purbalingga dalam pengelolaan media sosial yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang ada di Kabupaten Purbalingga. Peneliti menyimpulkan bahwasanya penelitian ini dilaksanakan dengan judul "Pengelolaan Konten Instagram Humas Purbalingga".

METODE

Pendekatan yang dipilih oleh penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hal tersebut dipilih untuk penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui pengelolaan konten Instagram dan kategorisasi konten pada Instagram Humas Purbalingga. Peneliti dapat menggali data sedalam mungkin, hal tersebut dapat dilakukan karena peraturan yang ada tidak kaku dan tidak mengikat. Menurut Sugiyono dalam buku Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (2019:18), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki landasan pada filsafat post-positivisme, dimana dapat digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah. Tujuan dari penelitian kualitatif dapat memberikan penjelasan tentang objek yang alamiah lalu menghubungkannya menggunakan kajian teori yang ada. Hasilnya dari penelitian kualitatif biasanya menggunakan narasi.

Menurut Creswell (2023:64) pada penelitian kualitatif dapat menyediakan pemahaman yang mendalam dan lengkap hal tersebut terjadi karena data yang diperoleh didapatkan langsung oleh pembicaraan dengan masyarakat, dimana mereka menyampaikan kebenaran yang ada tanpa distraksi. Peneliti juga dapat melihat dari sisi komunikator dan komunikasi untuk mengetahui situasi yang sebenarnya dari fenomena yang sedang diteliti. Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif. Hal tersebut dipilih

karena tujuan Peneliti ingin mengamati pada objek penelitian dengan seksama dan pastinya mendalam, sehingga peneliti dapat mengamati dan menjelaskan situasi secara menyeluruh.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan, maka dapat disimpulkan jika pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dapat memungkinkan peneliti dalam mengulas secara mendalam dan pastinya mengetahui realitas yang terjadi dari sudut pandang subjek penelitian, selain itu dari data yang telah didapatkan peneliti bisa menjelaskan pada fenomena yang terjadi secara akurat dan tepat. Sejalan dengan penelitian ini dimana peneliti hendak mengetahui bagaimana pengelolaan konten pada Instagram Humas Purbalingga dan bagaimana kategorisasi konten pada Instagram Humas Purbalingga, dimana instansi tersebut merupakan instansi pemerintahan yang memiliki tugas membantu Pemerintah Kabupaten Purbalingga dalam mengelola media sosial Instagram dengan sedemikian rupa supaya sanggup menjalankan tugasnya untuk memudahkan Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Subjek pada penelitian ini yaitu bidang Humas pada kabupaten Purbalingga, dimana instansi tersebut berada langsung dibawah Pemerintah Kabupaten Purbalingga. Sebagai salah satu instansi yang memiliki tugas membantu Bupati dan Wakil Bupati dalam melaksanakan kegiatan atau urusan pemerintahan dalam bidang pengelolaan komunikasi. Pada sebuah penelitian kualitatif subjek penelitian dapat juga disebut dengan istilah informan, dimana orang dapat memberikan informasi mengenai data yang peneliti inginkan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Terdapat 3 pihak yang menjadi subjek pada penelitian ini, yaitu pada pihak pengelola Instagram Humas Purbalingga sebagai informan kunci, peneliti akan mendapatkan informasi utama tentang pengelolaan konten pada Instagram Humas Purbalingga. Lalu terdapat informan ahli dimana dapat memberikan pandangannya mengenai pengelolaan konten pada Instagram Humas Purbalingga, dan informan pendukung merupakan pendukung yang dapat memberikan informasi dari sudut pandang komunikasi.

Objek pada penelitian ini secara spesifik yaitu pengelolaan konten pada Instagram Humas Purbalingga @HumasPurbalingga. Dimana peneliti ingin mengetahui bagaimana situasi yang terjadi pada pengelolaan konten pada Instagram Humas Purbalingga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, akan dijabarkan hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan, mengenai pengelolaan konten pada instgaram humas Purbalingga. Pengumpulan data diperoleh dari informan penelitian baik dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung melalui tatap muka oleh peneliti agar mendapatkan informasi yang lengkap supaya dapat menyempurnakan data peneliti.

Selain melakukan wawancara, data diperoleh melalui observasi oleh peneliti terhadap media sosial yang dimiliki humas Purbalingga yaitu Instagram. Penulis menemukan fakta pendukung melalui observasi berupa kategori pada konten instagram dan informasi pada konten tersebut. Berikut merupakan hasil yang diperoleh peneliti.

Kategorisasi konten pada Instagram @HumasPurbalingga

Kategorisasi dapat diartikan bagian dari penyusunan kategori yang disusun melalui pikiran, pendapat, intuisi atau kriteria tertentu. Dari hasil observasi peneliti terhadap Instagram @humaspurbalingga, Mengacu pada hasil penelitian, ada beberapa jenis kategori konten yang dibuat oleh humas Purbalingga.

Berikut beberapa jenis kategori konten yang dimaksud yaitu :

Tabel 1. Jenis Kategori Konten Instagram Humas Purbalingga

Jenis konten	Ciri-ciri konten	Elemen Visual
1. Poster objek fotografi	<ul style="list-style-type: none">Selalu terdapat gambar Bupati dan Wakil Bupati	<ul style="list-style-type: none">Pada simbol, ilustrasi, gambar dan font sesuai

	Kabupaten Purbalingga	dengan topik yang ditampilkan
	<ul style="list-style-type: none">• Menggunakan <i>backgorund</i> yang menyesuaikan tema, seperti saat Ramadhan menggunakan <i>background</i> kubah masjid, dan pada saat mengucapkan hari besar menggunakan background yang sesuai dengan hari besar tersebut.• Selalu terdapat logo pemerintah daerah Purbalingga• Dibarisan paling bawah terdapat media sosial ayng dimiliki oleh humas Purbalingga• Terdapat foto Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga• Terdapat infografis kronologi, statistik, infografis <i>Chart-Centric</i>, untuk• Menjelaskan dengan singkat dan jelas• Ilustrasi dan gambar yang mendukung• Terdapat teks box yang menjelaskan kegiatan pada konten tersebut dengan singkat	<ul style="list-style-type: none">• Warna yang digunakan merupakan warna yang mudah diserap oleh mata• Desain menggunakan proporsi yang akurat• Pada tampilan terstruktur dan rapi
2. Infografis	<ul style="list-style-type: none">• Selalu menggunakan gambar yang mendukung• Terdapat teks box yang menjelaskan kegiatan pada konten tersebut dengan singkat	<ul style="list-style-type: none">• Jarak antar font ideal, tidak terlalu jauh juga tidak terlalu dekat• Terstruktur pada grid yang rapi dan professional• Menggunakan warna yang mudah diserap oleh mata
3. Poster informasi umum	<ul style="list-style-type: none">• Selalu menggunakan gambar yang sesuai dengan tema konten tersebut• Slide awal terdiri dari teks box dan gambar saja• <i>Teks box</i> pada	<ul style="list-style-type: none">• Pemilihan warna untuk teks box mudah diserap mata• Tampilan pada grid terstruktur dan rapi• Teks mudah dibaca• Memiliki keseimbangan visual• Paduan warna konsisten pada satu desain

- slide* pertama merupakan judul dari konten
- Teks box pada slide kedua dan selanjutnya terdapat keterangan dari kegiatan tersebut
 - Terdapat foto Bupati dan Wakil Bupati
 - Menggunakan teks pendek untuk menjelaskan kegiatan pada video
 - Menggunakan frame untuk judul pada awal video
 - Memiliki elemen audiovisual yang bagus
 - Transisi video tidak mengganggu *audiens*
4. Video
-

1. Poster Objek Fotografi

Pada Instagram humas Purbalingga poster objek fotografi dibagi menjadi 3 bagian yaitu :

- a. untuk Bupati dan Wakil Bupati, biasanya isi dari kontennya itu merupakan ucapan selamat ulang tahun untuk Bupati dan Wakil Bupati dimana didalamnya isi dari konten hanya berupa foto yang telah diedit lalu ditambahi sedikit ucapan dan doa, hal tersebut dilakukan oleh humas Purbalingga merupakan rasa simpatik mereka terhadap Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Purbalingga.
- b. Pada saat memperingati hari besar di Purbalingga dan Indonesia, isi dari konten yang dibuat oleh Humas Purbalingga pada bagian ini berisikan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa, selamat hari pers nasional, selamat merayakan natal dan tahun baru, hari anti korupsi sedunia, hari pahlawan, dan masih banyak lagi. Humas Purbalingga pada unggahan memperingati hari besar di Purbalingga dan Indonesia, tidak pernah absen untuk membuat konten. Didalam konten tersebut terdapat gambar Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga lalu terdapat sedikit ucapan.
- c. Ucapan untuk turut berduka cita. Humas Purbalingga membuat konten berupa ucapan turut berduka cita agar masyarakat Purbalingga mengetahui berita tersebut dengan cepat, biasanya ucapan turut berduka cita dibuat isinya untuk mengucapkan turut berduka cita kepada keluarga dari bupati dan Wakil Bupati Purbalingga lalu tokoh Purbalingga, serta pejabat Kabupaten Purbalingga. Tema dari konten tersebut yaitu hitam, karena hitam merupakan warna berbelasungkawa dan menandakan kesedihan. Isi dari konten tersebut yaitu gambar dari tokoh yang meninggal dunia lalu nama beliau, jabatan beliau dan ucapan turut berduka cita.

Hal tersebut rutin dilakukan oleh Humas Purbalingga, karena hal tersebut masuk dalam konten plan yang sudah dibuat. Biasanya konten dalam bentuk poster untuk ucapan dibuat jauh hari sebelum konten diunggah, kecuali untuk ucapan turut berdukacita.

2. Infografis

Sebuah infografis menurut Jason Lankow (2012) dapat mengomunikasikan informasi menggunakan cara yang jelas, sehingga terdapat hal utama yang harus diperhatikan oleh pembuat infografis yaitu, komprehenis, retensi dan daya pikat. Pada Instagram @humaspurbalingga infografis dibagi menjadi 2 bagian yaitu 1). Capaian kinerja dan capaian prestasi Bupati dan Wakil Bupati dan 2). Infografis berisikan informasi kegiatan yang akan diselenggarakan di Purbalingga, sebagai berikut :

a. Capaian kinerja dan capaian prestasi Bupati dan Wakil Bupati

Sebagai instansi pemerintahan, Humas Purbalingga memiliki tugas untuk menjaga citra seorang Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga, maka dari itu perlu keterbukaan informasi untuk masyarakat mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga. Pada infografis capaian kinerja dan capaian prestasi Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga berisikan informasi tentang apa saja yang telah dilakukan oleh bupati dan wakil bupati Purbalingga selama 1 tahun. Terdapat 7 unggahan yang setiap unggahan terdapat 3-10 slide. Informasi dalam bentuk infografis pada capaian kinerja tersebut berisikan informasi visi dan misi, indeks reformasi birokrasi, peningkatan kinerja ASN, peningkatan-peningkata pada pemerintahan di Purbalingga dari tahun sebelumnya, angka kemiskinan, bantuan sosial untuk masyarakat Purbalingga, program-program yang akan dilakukan oleh pemerintah, penyediaan sarpras layanan Kesehatan dan Pendidikan, pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran terbuka dan peningkatan kualitas infrastruktur di Purbalingga. Sedangkan informasi dalam bentuk infografis pada capaian prestasi yang dibuat oleh Humas Purbalingga adalah terdapat 12 capaian prestasi yang diciptakan oleh Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga.

b. Infografis berisikan informasi kegiatan yang akan diselenggarakan di Purbalingga

Sering diadakan event di Kabupaten urbalingga yang diadakan oleh pemerintah daerah atas setuju Bupati dan Wakil Bupati, sehingga masyarakat perlu mendapatkan informasi untuk mengetahui event apa saja yang akan diselenggarakan oleh pemerintah daerah Purbalingga, dengan demikian Humas Purbalingga membuat informasi dalam bentuk infografis untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi yang jelas, didalam infografis tersebut dijelaskan berbagai rangkaian acara yang akan diselenggarakan pada hari itu. Pada infografis kategori event biasanya didalamnya terdapat tema yang menyesuaikan event apa yang akan diselenggarakan seperti misalnya event “ Parade Purbalingga Berkebaya” temanya menyesuaikan yaitu gambar masyarakat Purbalingga yang sedang parade menggunakan kebaya, selain itu pada infografis tersebut terdapat rute perjalanan yang akan dilalui saat parade, dan tentunya terdapat tanggal parade tersebut akan diselenggarakan. Pada satu unggahan terdapat tiga slide begitupun dengan slide yang berbeda informasinya akan tetapi masih satu tujuan untuk memberi tahu masyarakat Purbalingga tentang event yang akan diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Purbalingga. Selain itu terdapat event “Hari Jadi Ke – 192 Kabupaten Purbalingga” isi dari infografis tersebut informasi tentang kegiatan apa saja yang akan diselenggarakan dan tentunya tanggal dimulai hingga kegiatan selesai. Lalu ada event “ jalan sehat dan senam bersama” didalam infografis tersebut terdapat informasi kegiatan akan dilakukan dimana dan tanggal berapa, lalu mendapatkan doorprize apa saja, dan tidak lupa dengan informasi rute jalan sehat kemana saja.

Infografis tentang event yang akan diselenggarakan pada Kabupaten Purbalingga menurut peneliti sudah bagus, tentunya sangat informatif mengetahui informasi yang akan disampaikan oleh masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui apa saja keggiatan yang diselenggarakan sehingga dapat menikmati acara tersebut tanpa harus bingung untuk mengetahui kegiatan akan dilakukan kapan dan dimana tempatnya karena dalam satu infografis telah disampaikan semua informasi yang sekiranya masyarakat butuhkan.

Humas Purbalingga membuat informasi dalam bentuk infografis mengenai informasi khusus untuk masyarakat Purbalingga. Biasanya informasi yang diebrikan Humas Purbalingga mengenai informasi seputar bandara Soedirman Purbalingga yang sudah bisa beroperasi sehingga informasi tersebut berisikan tentang masyarakat dapat melakukan penerbangan dari bandara yang ada di Kabupaten Purbalingga sehingga tidak perlu lagi keluar kota, isi infografis biasanya berisi jadwal penerbangan dari bandara Soedirman Purbalingga ke destinasi yang dituju, akan tetapi belum semua Bandara dapat dijadikan sebagai tujuan karena masih sedikit bandara yang dapat dijadikan sebagai tujuan seperti bandara Halim. Selain itu isi dari infografis tersebut yaitu tanggal dari kapan sudah bisa dimulai untuk dapat penerbangan dari Bandara Soedirman Purbalingga. Selanjutnya infografis tentang informasi pilkades serentak pada Kabupaten Purbalingga. Dimana infografis berisikan pada tanggal berapa pilkades akan dilaksanakan, lalu waktu kampanye akan dilakukan pada tanggal berapa dan terdapat masa tenang bagi calon kepala desa di Kabupaten Purbalingga. Terdapat nama calon kepala desa diberbagai desa yang ada di Kabupaten Purbalingga jumlahnya ada 29 desa. Infografis juga berisikan himbauan untuk masyarakat dari Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Purbalingga supaya masyarakat berantusias untuk menyukseskan acara pemilihan kepala desa yang ada di Kabupaten Purbalingga.

3. Poster informasi umum

mengenai berita harian, didalam konten tersebut berisi informasi mengenai kegiatan bupati dan wakil bupati kabupaten Purbalingga yang sedang melakukan kunjungan atau peresmian dan masih banyak kegiatan lainnya. Pada teks box yang ada pada poster tersebut tidak lupa diberitahu kalau itu termasuk ke dalam kontenyang Biasanya berita harian ini diliput pada hari itu juga dan diunggah setelah liputan selesai, isi dari konten tersebut yaitu berita harian.

Pengelolaan Media Sosial Instagram @humaspurbalingga

Pengelolaan media sosial yang baik merupakan langkah yang penting dimana harus dilakukan oleh setiap instansi untuk membantu dalam keberhasilan sebuah program yang dibuat oleh instansi agar bisa mencapai tujuan yang diharapkan oleh sebuah instansi. Sama halnya dengan humas purbalingga yang menyampaikan informasi atau beritanya dalam bentuk konten instagram, hal tersebut merupakan jembatan untuk mendekatkan instansi pemerintahan dengan masyarakat. Pada pengelolaan media sosial Instagram humas Purbalingga meliputi penyusunan program media, pembuatan konten, distribusi konten dan evaluasi.

1. Penyusunan Program Media

Pada tahap pertama ada penyusunan program media sosial dengan dua poin yaitu, tujuan, audiens. Berdasarkan ke dua poin itu instansi bisa memahami lebih lanjut mengenai tujuan dan audiens yang harus dilibatkan. Poin tersebut bertujuan untuk mengeratkan dan membangun kebersamaan antara suatu hubungan instansi dengan audiensnya. Dimana penyusunan sebuah program media sangat penting karena itu merupakan hal utama yang dilakukan saat pengelolaan media sosial.

Tujuan, dapat didefinisikan dengan keterkaitan antara instansi dengan tujuan dalam pengelolaan media sosial itu untuk menyebarkan informasi yang dibuat oleh humas purbalingga dalam bentuk konten pada media sosial Instagram, dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Karena menurut data yang dijelaskan oleh UNESCO masyarakat Indoensia memiliki minat baca yang rendah, sehingga humas purbalingga menjembatani dengan membuat konten dalam menyampikan informasi kepada masyarakatnya. Pada poin tujuan dimana penggunaan media sosial pada Lembaga pemerintahan dibagi menjadi empat kategori utama antara lain berbagi (share), partisipasi public, kolaborasi, dan penanggulangan resiko.

- a. Berbagi (share), pada poin ini sebuah instansi diarahkan agar bisa membagikan informasi seputar Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga dan sekretariat daerah Purbalingga di Instagram @humaspurbalingga untuk mempertahankan citra yang baik dimata masyarakat. Dengan membagikan informasi melalui media sosial Instagram humas purbalingga dapat mengetahui feedback dari masyarakat yang telah membaca informasi yang diberikan oleh humas purbalingga pada akun instagramnya. Menurut Van Dijik (dalam Nasrullah 2015 : 11), media sosial yaitu sebuah platform media digital yang fokus pada eksistensi dari penggunaannya dengan cara memiliki fasilitas dalam melakukan kegiatan atau kolaboratif. Dengan demikian sesuai hal tersebut, dimana umumnya seorang individu maupun khalayak ikut serta dalam penggunaan media sosial untuk mencari informasi dan melakukan interaksi social dengan sesama penggunaannya, begitupun dengan sebuah instansi yang ikut serta menggunakan media sosial pada saat menyampaikan edukasi, informasi, dan interaksi dengan khalayak luas.
- b. Partisipasi publik, maksud dari partisipasi publik itu merupakan salah satu pendekatan humas purbalingga kepada masyarakat melalui interaksi pada media sosial Instagram dimana admin Instagram melakukan interaksi dengan cara membalas komen atau membalas direct message yang diberikan oleh masyarakat, hal tersebut dilakukan supaya instansi dapat terus berjalan dengan eksis diantara masyarakat terutama dalam melakukan penyampaian informasi. Sebuah instansi harus dapat terhubung dengan baik melalui interaksinya sehingga dapat menciptakan energi positif yang dapat berdampak baik pada citra instansi dimata public.
- c. Kolaborasi, dilakukannya kolaborasi pada akun Instagram @humaspurbalingga dengan akun Instagram instansi yang ada di kabupaten Purbalingga dapat berkolaborasi mengenai konten yang dibuat oleh masing-masing instansi, hal tersebut dilakukan untuk menciptakan semakin banyak masyarakat yang saling mengetahui dengan adanya Instagram yang dimiliki humas purbalingga yaitu @humaspurbalingga. Humas Purbalingga dalam turut serta berkolaborasi hanya memberikan bahan atau materi kontennya saja, tidak memberikan hasil yang sudah jadi hingga diunggah dimedia sosial instansi. Kolaborasi yang dilakukan pada sebuah instansi tidak perlu menambah biaya yang besar untuk menciptakan sebuah konten informasi pada media sosial Instagram.
- d. Penanggulangan resiko, pada penggunaan media yang banyak ditemukan keuntungan dalam penggunaannya, tentunya ada oknum yang menyalahgunakan media sosial untuk hal yang tidak baik. Humas purbalingga menangani hal tersebut dengan menyebarkan informasi melalui konten yang berisi himbauan agar masyarakat lebih berhati-hati dalam menerima informasi dari pihak yang mengatas namakan Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga dan sekretariat daerah Purbalingga. Humas Purbalingga mengunggah informasi dimedia sosial karena dapat menyampaikan pesan dengan cepat ke masyarakat.

Pada poin kedua yaitu *audiens*, humas Purbalingga tentunya menginginkan informasi yang telah dibagikan pada media sosial instagramnya menjangkau masyarakat luas. Dengan penggunaan media sosial Instagram akun @humaspurbalingga mempunyai target audiens yang tentunya bersifat umum. Pada Instagram @humaspurbalingga memiliki perencanaan agar konten yang dibuat dengan pemikiran audiens karena instagram @humaspurbalingga lebih tertuju untuk masyarakat umum daerah Purbalingga. Tujuan dari hal tersebut yaitu agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima oleh lebih banyak kalangan dan tentunya untuk menghindari hal yang tidak diinginkan, akan tetapi akun Instagram @humaspurbalingga belum memiliki target audiens secara spesifik.

2. Pembuatan Konten

Pada tahap ke dua terdapat pembuatan konten yang memiliki tiga poin yaitu, membuat perencanaan editorial, pengumpulan data, dan produksi konten. Pada tahap pembuatan konten pada media sosial Instagram humas purbalingga diperlukan sumber daya manusia yang kreatif usyaya masyarakat tertarik dengan konten yang dibuat. Tidak hanya menarik akan tetapi pesan dan informasi yang disampaikan tersampaikan kepada masyarakat dengan jelas tanpa adanya kesalah pahaman.

Pada poin ke satu yaitu membuat perencanaan editorial, divisi humas purbalingga dalam pengelolaan akunnya membuat perencanaan editorial hal tersebut dilakukan supaya konten pada Instagram humas purbalingga berjalan dengan lancar dan tertata. Untuk menciptakan perencanaan editorial divisi humas purbalingga melakukan rapat, dimana rapat diselenggarakan ada yang mingguan dan bulanan untuk membahas konten yang akan diproduksi. Pada humas Purbalingga memiliki tahapan pada perencanaan editorial yaitu

- a. Menentukan jenis konten yang akan diproduksi untuk media sosial Instagram, contohnya konten dalam bentuk foto, video atau infografis.
- b. Menentukan penggunaan bahasa untuk konten media sosial Instagram, pada Instagram @humaspurbalingga menggunakan bahasa yang formal akan tetapi tidak terlalu forma, selain itu oenggunaan bahasa yang *to the poin*
- c. Menentukan platform mana saja selain Instagram yang akan digunakan, humas Purbalingga memiliki beberapa platform media sosial akan tetapi media sosial yang ramai atau dalam artian banyak dikunjungi masyarakt yaitu media sosial Instagram

Poin ke dua adalah pengumpulan data, data dikumpulkan sebelum konten diunggah pada media sosial tentunya, pada humas purbalingga pengumpulan data dilakukan ada yang pada saat peliputan dihari itu, lalu ada yang dilakukan jauh-jauh hari. Pengumpulan data yang nantiya akan dituangakan dalam bentuk konten tersebut sebelumnya sudah dilihat oleh kepala bagian humas purbalingga. Pada humas Purbalingga melakukan pengumpulan data menggunakan cara sebagai berikut

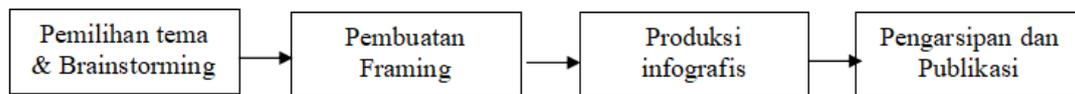
- a. Melakukan liputan langusng ke lapangan, *staff* humas akan melakukan liputan ke lapangan, jika pada hari itu terdapat dua peliputan *staff* akan dibagi supaya tetap mendapatkan data yang terjadi pada kegiatan dihari itu.
- b. Melakukan dokumentasi dalam bentuk foto dan video, dilakukan untuk memudahkan *staff* dalam membuat konten nantinya, bahan tersebut akan diolah menjadi sebuah informasi untuk masyarakat Purbalingga.
- c. Melakukan wawancara, wawancara dilakukan untuk menambah informasi dan melengkapi dari hasil dokumentasi, selain itu wawancara dilakukan pada saat mencari data kepada instansi yang ada di Kabupaten Purbalingga untuk membut konten media sosial seperti infografis, poster dan video untuk pencapaian kinerja bupati dan wakil bupati
- d. Melakukan riset, bahan konten yang telah ditemukan dalam bentuk apapun akan dilakukan riset terlebih dahulu guna memastikan bahan konten tersebut orisinil,selain itu untuk meriset informasi apasaja yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat Purbalingga, sehingga dapat membuat konten yang tepat.

Poin terakhir yaitu produksi konten, produksi konten yang dibuat humas purbalingga tentunya konten yang menarik, sehingga masyarakat tertarik dengan isi dari informasi tersebut. Akun Instagram @humaspurbalingga dalam pembuatan kontennya menggunakan desain yang *eyecathing* melalui *tone-tone* warna yang sesuai dengan identitas instansi dengan konsisten supaya masyarakat dapat menegnali. Selanjutnya unggahan yang lebih sering dan untuk mengatasi masyarakat yang tidak terlalu suka membaca humas Purbalingga mengemas informasi dan berita ke dalam konten Instagram yang menarik dan isinya *to the point*. Berikut merupakan tahapan produksi pada humas purbalingga dalam pengelolaan media sosialnya

- a. Mengumpulkan bahan untuk konten yang akan diproduksi oleh *staff* Humas Purbalingga, pengumpulan dilakukan oleh *staff* humas purbalingga, pada kegiatan

- yang dilakukan oleh Bupati dan wakil bupati, lalu wawancara dengan tokoh yang ada pada kabupaten purbalingga, melakukan riset kepada dinas untuk mendapatkan data.
- Pembuatan Konten, pada humas purbalingga pembuatan konten dilakukan setiap hari untuk konten harian yang memang diliput saat bupati dan wakil Bupati melaksanakan kegiatan, konten tersebut dibuat berupa infografis, video, dan poster objek fotografi dan poster informasi umum.
 - Revisi, dilakukan terlebih dahulu oleh kepala sub bagian humas purbalingga, pada konten yang sudah diproduksi guna membenarkan supaya konten yang diproduksi sudah sebaik mungkin dan layak untuk diunggah pada media sosial Instagram humas Purbalingga.
 - Di acc oleh kepala bagian humas Purbalingga, setelah melalui proses revisi konten akan ditinjau Kembali oleh kepala bagian humas, jika telah diacc maka konten sudah dapat diunggah pada media sosial Instagram @humaspurbalingga.

Pada tahapan produksi konten media sosial Instagram @humaspurbalingga juga terdapat pada konsep yang dibuat oleh kominfo (dalam kiat bikin infografis keren & berkualitas baik 2018)



Gambar 3. Konsep Kominfo

Sumber : kominfo 2018

3. Distribusi Konten

Pada tahap ke tiga yaitu distribusi konten, pada tahap tersebut terdapat empat poin yaitu, persiapan akun, waktu dan frekuensi konten, optimalisasi kata kunci, tagar (hashtag), dan *caption* lalu poin ke empat ada ads, endorsement, dan kolaborasi. Pendistribusian konten pada humas purbalingga diperlukan untuk melihat efektivitas penyebaran konten pada media sosial.

Poin ke satu persiapan akun, akun media sosial Instagram humas purbalingga dibuat pada tahun 2018, tujuannya untuk menyebarkan informasi kegiatan pada Bupati dan Wakil Bupati serta sekretariat kabupaten purbalingga. Pada akun @humaspurbalingga memiliki pengikut asli masyarakat purbalingga, yang merupakan target audiens dari humas Purbalingga.

Poin ke dua yaitu waktu dan frekuensi konten, pada humas purbalingga terdapat konten rutin dan konten mendesak, contohnya konten rutin seperti berita harian yang setiap hari diunggah oleh akun @humaspurbalingga, jika konten mendesak unggahan berupa seperti ucapan turut berduka cita. Media sosial memiliki waktu khusus supaya engagement tinggi banyak dilihat oleh masyarakat, seperti menurut Arifin Zainal (2023) ketepatan waktu pada media sosial Instagram dapat kita manfaatkan pada saat mengunggah konten supaya mendapatkan engagement tinggi, misalkan mengunggah konten pada waktu sebelum kerja, waktu saat jam istirahat siang, pada saat jam pulang kerja dan waktu prime time yaitu pada 18.00 – 20.00 WIB. Pada humas purbalingga dalam mengunggah konten media sosial pada Instagram menurut peneliti kurang memperhatikan hal tersebut, sehingga feedback dari masyarakat kurang terlihat, pada Instagram @humaspurbalingga pernah mengunggah konten pada pukul 22.00 dimana audiens pada Instagram @humaspurbalingga tentunya kebanyakan sudah beristirahat.



Gambar 4. Contoh postingan konten pada waktu yang kurang tepat

Sumber : Instagram @humaspurbalingga

Poin ke tiga merupakan optimalisasi kata kunci, tagar (hashtag), dan *caption*, unggahan social media tanpa ketiga hal tersebut pastinya dinilai kurang, karena hal tersebut saling melengkapi satu sama lain pada sebuah unggahan. *Hashtag* merupakan aspek penting karena hashtag bisa digunakan sebagai kode spesifik suatu perbincangan pada unggahan tersebut. Akun @humaspurbalingga menggunakan hashtag pada setiap unggahan, hashtag yang dipakai diambil dari tema yang digunakan mengenai informasi konten yang diunggah. Hashtag yang digunakan oleh humas purbalingga tidak memiliki identifikasi khusus, hashtag mengikuti apa konten yang akan diunggah. Begitu juga dengan *caption*, pada akun @humaspurbalingga *caption* selalu digunakan dalam semua unggahan, *caption*nya menjelaskan isi dari konten yang diunggah pada saat itu. Pada Instagram @humaspurbalingga penggunaan tagar sudah digunakan setiap konten diposting, tagar selalu menyesuaikan pada topik konten yang dibuatnya. Akan tetapi menurut peneliti pembuatan *caption* pada Instagram @humaspurbalingga belum efektif, hal tersebut juga disampaikan oleh dua informan pendukung jika *caption* yang digunakan oleh Instagram @humaspurbalingga belum dapat mengajak audiens untuk membaca semua *caption* yang dibuatnya.

Poin ke empat yaitu ads, endorsement, dan kolaborasi, akun humas purbalingga tidak menerapkan ads (iklan) dan endorsement, tetapi akun @humaspurbalingga melakukan kolaborasi dengan akun media sosial pada daerah Purbalingga. Disampaikan oleh Ruslan (2010) bahwa humas pada pemerintahan tidak memiliki unsur komersil, dimana humas pemerintahan berfokus pada *public service*. Dengan demikian kolaborasi diterapkan oleh humas purbalingga karena hal tersebut dapat membranding akun @humaspurbalingga agar lebih dikenal oleh masyarakat lebih luas lagi.

Tabel 2. Fitur yang digunakan

Fitur yang digunakan	Keterangan
A. Instagram kolaborasi	Kolaborasi dapat digunakan untuk mendapatkan audience lebih luas, dimana hal tersebut bisa meningkatkan pengunjung Instagram yang berkolaborasi, biasanya kolaborasi dilakukan pada saat ada kegiatan yang berhubungan satu sama lain. Pada gambar disamping yaitu contoh kolaborasi antara media sosial



Instagram @humaspurbalingga dan @purbalinggaberolahraga. Dengan cara menggunakan fitur kolaborasi pada Instagram, @purbalinggaberolahraga dapat mengarahkan audience untuk melihat dan masuk ke laman Instagram @humaspurbalingga.

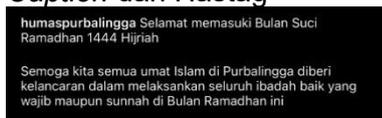
B. Reels



Reels merupakan fitur Instagram yang dapat menyebarkan konten dalam bentuk video, pada humas purbalingga biasanya konten yang disebarakan melalui reels itu kunjungan Bupati dan Wakil Bupati ke lokasi yang ada di kabupaten Purbalingga, kegiatan event yang diadakan pemerintah kabupaten Purbalingga.

Humas Purbalingga menggunakan fitur reels bertujuan supaya masyarakat yang melihat informasi pada Instagram @humaspurbalingga tidak bosan dengan gaya penyampaian informasinya.

C. Caption dan Hastag



Dalam pembuatan *caption* pada Instagram humas purbalingga memilih menggunakan bahasa Indonesia formal akan tetapi pembawaannya tidak kaku, supaya audience yang membaca tidak bosan. Menurut peneliti seteah melakukan observasi pada Instagram @humaspurbalingga masih kurang baik dalam pembuatan *caption* karena masih terdapat pada banyak postingan yang menggunakan *caption* sangat Panjang sehingga pembaca mudah bosan saat membacanya. Hal tersebut juga disampaikan oleh informan pendukung saat wawancara jika *caption* yang digunakan belum ada unsur mengajak dan belum menarik.

Pada instgaram @humaspurbalingga juga mencantumkan hastag pada *caption* yang dibuat menyesuaikan



D. Story Instagram



E. Highlights Instagram



konten tersebut. Hastag dapat digunakan untuk memudahkan pengguna Instagram untuk mencari hal yang ingin mereka cari, dan supaya Instagram @humaspurbalingga masuk kedalam pencarian di Instagram.

Fitur story Instagram merupakan fitur untuk berbagi foto atau video di Instagram namun akan hilang sendiri pada waktu 24 jam.

Fitur *highlights* Instagram bertujuan untuk memasukan konten dari *story* yang telah dibuat agar dapat dilihat Kembali oleh orang yang melihat dan mengunjungi akun Instagram.

Menurut peneliti pada humas Purbalingga, untuk *fitur highlight* masih belum menarik, karena hanya satu konten saja yang dimasukan dan itu sudah dalam waktu yang lampau tidak di *update* ke yang terbaru.

4. Evaluasi Kegiatan Media Sosial Lembaga

Tahap ke empat evaluasi kegiatan media sosial Lembaga, pada tahap ini humas Purbalingga melakukan media monitoring pada setiap harinya untuk dapat melihat isu atau berita ramai melalui *sentiment* dan *engagement*. Humas Purbalingga melakukan evaluasi melalui cara berikut

- Cheking sebelum konten diunggah pada media sosial Instagram, hal ini penting dilakukan pada konten yang akan diposting, karena untuk meminimalisir kekurangan atau kesalahan yang ada pada konten tersebut, jika konten tidak melewati masa cheking nantinya jika terdapat kesalahan yang fatal akan cepat menyebar informasinya kepada masyarakat dan dapat membuat kesalahpahaman antara masyarakat dan informasi tersebut.
- Evaluasi setelah konten diunggah, dilakukan untuk meminimalisir kesalahan pada konten berikutnya yang akan dibuat, evaluasi juga dilakukan supaya tim humas purbalingga mengetahui bagaimana semestinya konten yang dibuat agar diterima dengan baik oleh masyarakat yang melihat. Evaluasi dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas, kecepatan dan ketepatan pada saat produksi. Sehingga konten yang diproduksi sesuai dengan rencana dan alur kerja yang dibuat oleh *staff* humas Purbalingga.

- c. Memberikan feedback bagi masyarakat yang berinteraksi pada unggahan tersebut, supaya masyarakat juga ikut berperan dalam media sosial Instagram, dimana masyarakat beberapa ada yang meninggalkan pesan pada kolom komentar dan *Direct Message* pada Instagram, sehingga tim Humas Purbalingga harus gerak cepat dalam membalas pesan yang diberikan oleh masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dapat diambil kesimpulan bahwa humas Purbalingga melakukan pengelolaan pada Instagram @humaspurbalingga dikelola dengan menggunakan 4 konsep yaitu: Penyusunan program media, Pembuatan konten, distribusi konten dan evaluasi kegiatan media sosial Instagram. Meski humas purbalingga dalam pengelolaan media sosial Instagram sudah sesuai dengan pengelolaan yang dibuat, akan tetapi pada kenyataannya pengelolaan pada media sosial Instagram humas purbalingga masih butuh dan diperlukan optimalisasi untuk meningkatkan engagement. Kategorisasi pada format konten instagram humas purbalingga dalam membuat konten yaitu: a) Poster objek fotografi, berisikan ucapan untuk memperingati hari besar di Indonesia dan Purbalingga dari bupati dan wakil bupati. B) Infografis, berisikan informasi seperti pencapaian kerja dalam satu tahun Bupati dan Wakil Bupati Purbalingga selain itu terdapat informasi pelaksanaan kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Purbalingga. C) Poster informasi umum, terdapat berita harian yang pasti diunggah oleh staff humas Purbalingga di media sosial Instagram yang berisikan informasi kegiatan Bupati dan wakil Bupati Purbalingga dalam melakukan kegiatan kunjungan. Video berisikan video pada saat Bupati dan Wakil Bupati melaksanakan kegiatan kunjungan pada masyarakat dan lembaga lainnya di Purbalingga, selain itu terdapat video kunjungan dari pejabat yang melakukan kunjungan ke Kabupaten Purbalingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. (2023). *Bisnis Digital Digital Marketing Saat ini (Kemampuan Digital Marketing dengan Menguasai Digital Konten Spesialist pada Masa Society 5.0)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arigia, M. B., Damayanti, T., & Sani, A. (2016). *Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia*. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 120–133.
- A Jackson. (2023). *Fenomena Komunikasi Di Era Virtualitas (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial)*. (n.p.): CV. Green Publisher Indonesia.
- Farhatiningsih, L., & Irwansyah. (2018). *Optimalisasi Penggunaan Instagram dalam Praktik Kehumasan Pemerintah*. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 1–9. <https://jurnaldiakom.kominfo.go.id/index.php/mediakom/article/view/14>
- Firmansyah, D. (2018). *Amazing Slide Videographic : Panduan Lengkap Animasi dan Motion Infographic*. Surabaya: Kreasi Presentasi.
- Julia, J. (2021). *Pengembangan Media Pembelajaran Musik Berbasis Digital untuk Sekolah Dasar*. Sumedang: CV. Caraka Khatulistiwa.
- Kominfo. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, R., & Kantjono, W. A. T. (2012). *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Kompas Gramedia.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Ilham dkk, *Kesadaran Runtuh Teknologi Bergemuruh*. (n.d.). (n.p.): Alinea Media Dipantara.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2009). *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Perhumas. (2018). *Era Industri 4.0 – Apa Tantangan Hubungan Masyarakat Di Masa*

- Depan?* Perhumas. <https://www.perhumas.or.id/era-industri-4-0-apa-tantangan-hubungan-masyarakat-di-masa-depan/>
- Pribadi, A. (2020). *Transformasi Digital Terhadap Kelangsungan Profesi Public Relations Di Era Disrupsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Purba, E, dkk, (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Rachmawati, T. (2017). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. UNPAR Press 1, 1–29.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Roy, Ratminto. (2017). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z*. Indonesia: Gajah Mada University Press.
- Saptodewo, F. (2014). *Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik*. *Jurnal Desain*, 1(3), 163–218.
- Subakti, H dkk, (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyono, A dkk, (2019). *Modul Presentasi dengan Infografis*. Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Badan Keahlian DPR RI.
- Wahyudi dkk, (2016). Memahami Karya Ilmiah Sosial. In *Karya Tulis Ilmiah Sosial: Menyiapkan, Menulis, dan Mencermatinya* (hal. 15–43). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.