

Strategi Digital *Public Relations* Diskominfo Kab.Cianjur dalam Publikasi Layanan Informasi melalui Instagram

Adi Mulyadi¹, Vivien Febri Astuti²

Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

E-mail: mulyadiadi2apps.ipb@ac.id¹, vivien-fas@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 20 Mei 2026

Revised: 11 Juli 2026

Accepted: 19 Juli 2026

Keywords: Digital *Public Relations*, Instagram, Komunikasi Publik

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Digital *Public Relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur dalam publikasi layanan informasi melalui Instagram dan mengetahui alasan penggunaan platform Instagram sebagai salah satu media komunikasi publik pemerintah daerah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, Observasi dan dokemntasi, informan penelitian dipilih menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram resmi Diskominfo Kabupaten Cianjur dan aktivitas kehumasan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi publik yang efektif, cepat, transparan dan interaktif dalam menyampaikan informasi pemerintah kepada masyarakat. Strategi Digital *Public Relations* yang diterapkan mengacu pada teori bauran public relations *PENCILS* yang meliputi *publications, event, news, community involvement, inform of image, lobbying and negotiation and social responsibility*. Pemanfaatn fitur Instagram seperti *feeds, story dan reels* dinilai mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat memperluas jangkauan informasi dan membangun kepercayaan pemerintah daerah yang modern dan responif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media digital *public relations* mampu mendukung keterbukaan informasi publik dan menciptakan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat Kabupaten Cianjur.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi kini telah mendorong perubahan sistem birokrasi , seperti penyebaran informasi kepada masyarakat. Perkembangan transformasi digital , kini instansi pemerintah beralih ke sosial media untuk meningkatkan dan menciptakan komunikasi

yang lebih cepat, terbuka, interaktif dan dua arah. We Are Social dan Kepios (20240, di Indonesia tren penggunaan media sosial sangat meingkat dan signifikan. Salah satu platform unggulan di Indonesia yaitu instagram, karena visualnya memiliki keberagaman fitur interaktif, mulai dari feed, stories, reels dan siaran langsung (*live streaming*), yang bisa memudahkan akses masyarakat untuk bisa menjangkau publik secara lebih dinamis dan terbuka untuk layanan keterbukaan informasi.

Pemanfaatan platform instagram telah meluas dan memiliki banyak fitur interaktif, instansi pemerintah sekarang banyak menggunakan sebagai media komunikasi publikasi layanan informasi. Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur menjadi jembatan informasi dan memiliki peran penting untuk masyarakat Kabupaten Cianjur. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur bertugas memastikan setiap kebijakan, program kerja dan informasi penting lainnya agar bisa tersampaikan kepada masyarakat secara transparan, efektif dan akuntabel.

Penggunaan media digital kini sangat banyak digunakan dengan istilah *Digital Public Relations* (Digital PR). Sehubungan dengan pandangan Philips dan Young (2009), strategi ini memperdalam pada manfaat platform digital untuk memperkuat reputasi, membangun dan menjaga hubungan yang sangat baik dengan publik atau masyarakat. Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur memiliki tanggungjawab untuk mengemas informasi publik lebih visual dan menarik dengan mengoptimalkan Instagram agar mempermudah penyebaran pesan dan menciptakan ruang komunikasi dua arah yang lebih interaktif antara Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur dan masyarakat.

Penelitian terdahulu telah mengulas peran media sosial sebagai instrumen komunikasi publik di lingkungan pemerintah, namun kajian mengenai strategi digital *public relations* yang diterapkan oleh Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam melayani informasi melalui instagram masih sangat minim untuk ditemukan oleh karena itu, penelitian ini hadir agar bisa menemukan lebih dalam bagaimana Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam meperoleh dan menjalankan strategi hubungan masyarakat digital dalam menggunakan Instagram sebagai media Informasi resmi bagi masyarakat.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi digital *public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam mempublikasikan layanan informasi melalui instagram dan mengapa diskominfo Kabupaten Cianjur menggunakan platform instagram sebagai sarana strategi digital *public relations*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, praktis, dan akademis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian *Public Relations* dan *Digital Public Relations* dalam konteks pemerintahan daerah.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam mengelola strategi *Digital Public Relations* melalui Instagram. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas publikasi layanan informasi, pola komunikasi yang diterapkan, serta keterlibatan masyarakat terhadap konten yang disampaikan. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi pemerintahan dan media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya mengenai komunikasi digital pemerintah, manajemen reputasi media sosial, dan strategi komunikasi publik di era digital.

Penelitian ini berfokus pada strategi *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh

Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam publikasi layanan informasi melalui Instagram. Kajian penelitian mencakup strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat, termasuk upaya membangun transparansi, konsistensi pesan, dan interaksi dengan publik melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga membahas alasan strategis penggunaan Instagram sebagai media komunikasi publik pemerintah daerah dengan mempertimbangkan karakteristik audiens, fitur dan keunggulan Instagram, serta relevansinya sebagai media penyebaran informasi publik di Kabupaten Cianjur.

LANDASAN TEORI

Public Relations

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen strategis yang berperan krusial dalam membangun dan memelihara hubungan timbal balik yang harmonis antara organisasi dengan publiknya melalui komunikasi yang efektif, pemahaman bersama, serta kerja sama yang saling menguntungkan. Merujuk pada pandangan para ahli seperti Seitel, Frank Jefkins, dan Cutlip *et al.*, (2003)., PR tidak hanya berfungsi sebagai jembatan informasi dan penentu opini publik, tetapi juga sebagai sistem komunikasi yang dirancang untuk menumbuhkan niat baik (goodwill) dan penerimaan publik terhadap kebijakan organisasi. Lebih jauh lagi, sebagaimana ditegaskan oleh Edward L. Bernays dan Prof. Byron Christian, PR mencakup upaya pemberian edukasi (penerangan), persuasi untuk menyelaraskan sikap dan perilaku masyarakat, hingga memotivasi publik agar memiliki pandangan positif serta memberikan dukungan penuh bagi organisasi, bahkan di tengah situasi krisis atau tantangan manajemen yang kompleks.

Komunikasi Digital

Komunikasi digital merupakan teknologi berbasis sinyal listrik komputer yang bersifat diskrit (terputus-putus) serta mengandalkan sistem biner untuk representasi informasi (Susanti *et al.*, 2020). Teknologi ini memanfaatkan media yang memfasilitasi pertukaran informasi atau pesan antar pengguna tanpa batas jarak. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mencatat 82 juta pengguna internet di Indonesia hingga 2018 (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Angka ini menunjukkan tren meningkatnya adopsi komunikasi digital oleh masyarakat. Konsep komunikasi digital terus berkembang melalui inovasi teknologi. Pengguna kini berkomunikasi secara tidak langsung atau tatap muka dengan satu atau banyak pihak. Beragam aplikasi mendukung hal ini, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan lainnya di media.

Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbentuk visual, Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara instan dengan dukungan filter digital dan deskripsi teks (*caption*) yang menarik (Farhatiningsih, 2018). Secara filosofis, namanya mencerminkan perpaduan antara kecepatan kamera polaroid ("*Insta*") dan efisiensi pengiriman informasi layaknya telegram ("*Gram*"), yang kini berkembang menjadi sarana komunikasi digital yang praktis dan aksesibel sesuai tren masyarakat modern (Amala & Riyantini, 2019). Keunggulan interaksi ini menjadikan Instagram tidak hanya sekadar ruang sosialisasi pribadi, tetapi juga kanal strategis bagi generasi milenial dan Gen Z dalam mengakses serta menyebarkan informasi publik maupun politik secara efektif.

Publikasi Layanan Informasi

Publikasi layanan informasi merupakan elemen krusial dalam standar pelayanan publik guna menjamin transparansi sesuai amanat UU No. 25 Tahun 2009. Berdasarkan arahan Ombudsman RI dan PP No. 96 Tahun 2012, instansi wajib menyebarluaskan maklumat pelayanan secara terbuka sebagai bentuk pernyataan tertulis mengenai komitmen dan standar

janji layanan kepada masyarakat. Secara substansial, menurut Prayitno dan Erman Amti (2013), layanan informasi pada dasarnya berfungsi untuk memberikan pemahaman mengenai berbagai hal yang diperlukan individu untuk menyelesaikan tugas, menentukan rencana, atau mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, integrasi antara pemenuhan regulasi pemerintah dan penyampaian informasi yang edukatif menjadi kunci utama dalam mewujudkan tata kelola informasi publik yang efektif.

Teori Bauran *Public Relations* (PENCILS)

Penelitian mengenai strategi Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Cianjur di Instagram menggunakan kerangka teori PENCILS dari Thomas L. Harris dan Patricia Whalen (2006) sebagai landasan analisisnya. Model ini membedah tujuh dimensi strategis, yakni: *Publication* (konsistensi konten visual), *Event* (publikasi kegiatan pemerintah), *News* (penyampaian informasi akurat dan antisipasi disinformasi), *Community Involvement* (kolaborasi pemangku kepentingan), *Inform of Image* (penguatan *branding* lembaga), *Lobbying and Negotiation* (koordinasi pesan strategis), serta *Social Responsibility* (edukasi literasi digital). Melalui integrasi elemen-elemen tersebut, Diskominfo berupaya menciptakan pola komunikasi publik yang transparan dan adaptif, yang tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi layanan, tetapi juga membangun citra pemerintah daerah yang modern, responsif, dan terpercaya di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode kualitatif ini merupakan proses pengumpulan data yang berlangsung dilakukan dalam kondisi dan situasi alamiah untuk tujuan memahami dengan menafsirkan fenomena sosial secara mendalam sesuai dengan konteksnya yang terjadi di lapangan (Satori & Komariah, 2009). Sementara itu, pendekatan deskriptif di terapkan untuk menggambarkan, memaparkan serta menginterpretasikan data secara sistematis berdasarkan fakta yang bisa ditemukan selama penelitian ini berlangsung (Fitrianingsih & Kholik, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur, Sumber data utama ini diperoleh dari informan yang bisa dipilih melalui Teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu karena dianggap memiliki pengalaman, pengetahuan serta keterlibatan langsung dalam pengelolaan media sosial Instagram dan aktivitas kehumasan di Diskominfo Kabupaten Cianjur. Penelitian ini melibatkan informan yang merupakan pihak yang secara langsung mengelola akun Instagram resmi Diskominfo Kabupaten Cianjur serta melibatkan pegawai yang secara aktif menjalankan *public relations* dalam publikasi layanan informasi melalui media sosial Instagram Diskominfo Kabupaten Cianjur.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang lengkap dan mendalam dari beberapa informan, peneliti juga melakukan observasi secara langsung terhadap *public relations* serta aktivitas pengelolaan akun Instagram resmi Diskominfo Kabupaten Cianjur sebagai bahan dari proses pengerjaan di lapangan. Dokumentasi juga digunakan sebagai data pendukung agar memperkuat hasil penelitian yang secara resmi diperoleh.

Data yang telah terkumpul kemudian akan dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses tersebut akan dilakukan agar dapat menghasilkan gambaran yang menyeluruh mengenai Strategi Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam Publikasi Layanan Informasi melalui Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi digital *public relations* yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam mempublikasikan layanan informasi melalui instagram berfokus pada upaya dalam membangun komunikasi dua arah yang efektif antara pemerintah dan masyarakat, dengan menjalankan tugas public relations Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan salah satu media sosial yaitu Instagram sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi sekaligus menerima respons, masukan dan interaksi dari masyarakat. Diskominfo berperan sebagai mengelola akun Instagram sebagai penghubung pemerintah daerah dengan masyarakat agar informasi tersampaikan secara cepat, transparan dan mudah dipahami.

Digital public relations yang dilakukan tidak hanya sekedar menyebarkan informasi namun Diskominfo Kabupaten Cianjur membangun citra positif dengan memberikan informasi program-program yang bermanfaat bagi masyarakat. Konten Instagram yang dipublikasikan disusun berdasarkan agenda atau kegiatan pemerintah seperti kegiatan rembug warga, penyampaian informasi layanan publik, edukasi masyarakat hingga transformasi keuangan daerah. Strategi ini dilakukan sebagai bentuk keterbukaan informasi publik sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah kabupaten Cianjur.

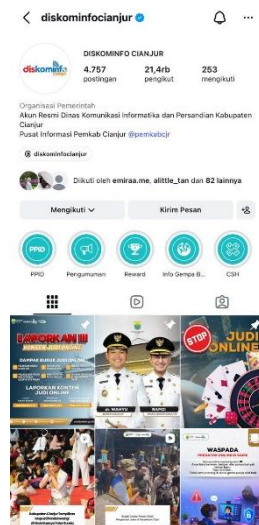
Diskominfo Kabupaten Cianjur mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti story, feeds dan reels sebagai bagian dari strategi digital public relations yang lebih interaktif dan komunikatif. Penggunaan fitur tersebut dinilai mampu untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat (*engagement*) serta memperluas jangkauan informasi, khususnya kepada generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, penyajian konten visual dan video singkat melalui reels membuat pesan pemerintah lebih menarik mudah dipahami dan efektif dalam membangun hubungan yang baik antara pemerintah Kabupaten Cianjur dengan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Kabupaten Cianjur menggunakan sebagian besar elemen teori bauran *public relations* PENCILS, strategi ini dikembangkan oleh Thomas L. Harris dan Patricia Whalen (2006) yang merupakan pendekatan *public relations* yang terstruktur dan berfokus pada upaya membangun serta meningkatkan citra positif suatu instansi dimata publik (Marliza & Muhaimin, 2005). Strategi digital *public relations* melalui Instagram Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik untuk mempererat hubungan antara pemerintah daerah Kabupaten Cianjur kepada masyarakat sebagai berikut :

Publication (Publikasi)

Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi strategis dalam pelaksanaan Digital Public Relations untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat Kabupaten Cianjur dengan cepat, akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Akun Instagram @diskominfocianjur mempublikasikan berbagai informasi terkait program pemerintah daerah, layanan publik, kegiatan pemerintah, edukasi masyarakat, hingga informasi darurat yang perlu segera diketahui oleh publik, konten yang disampaikan disusun dengan pendekatan visual yang komunikatif dan menarik agar informasi lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Publikasi yang dilakukan melalui Instagram tidak hanya sebagai media penyebaran informasi saja tetapi sebagai upaya membangun pemerintah daerah yang transparan, responsif dan terbuka kepada masyarakat daerah Kabupaten Cianjur. Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam mempublikasikan ke Instagram memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti story dan reels untuk meningkatkan daya tarik konten Instagram dan memperluas jangkauan informasi kepada pengguna media sosial Instagram khususnya masyarakat daerah Kabupaten Cianjur.



Gambar 1. Akun Instagram
 @diskominfo Cianjur



Gambar 2. Publikasi
 @diskominfo Cianjur

Publikasi Informasi melalui media sosial Instagram menjadi bagian dari strategi public relations dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah Diskominfo Kabupaten Cianjur. Penyampaian informasi resmi secara konsisten dinilai mampu membantu masyarakat memperoleh informasi yang resmi sekaligus menjangkau penyebaran hoaks atau informasi yang tidak benar, publikasi kegiatan pemerintah yang terdokumentasi melalui media sosial turut memperkuat transparansi dan akuntabilitas pemerintah daerah karena masyarakat dapat membantu berbagai aktivitas serta program pemerintah secara langsung melalui akun Instagram Diskominfo Kabupaten Cianjur.

Event (Acara)

Kegiatan yang dilaksanakan oleh Diskominfo Kabupaten Cianjur menjadi bagian dari Strategi Digital *Public Relations* dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat, salah satu kegiatan yang menjadi fokus publikasi adalah program Rembug warga yang rutin dilaksanakan diberbagai desa dan kecamatan. Kegiatan tersebut memanfaatkan sebagai sarana untuk mempererat hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat Kabupaten cianjur, melalui komunikasi secara langsung mengenai kebutuhan, aspirasi serta permasalahan yang ada dilingkungan masyarakat. Diskominfo Kabupaten Cianjur berperan dalam mempublikasikan kegiatan Rembug warga melalui Instagram agar masyarakat dapat mengetahui agenda dan bentuk keterlibatan pemerintah daerah dalam mendengarkan aspirasi publik.



Gambar 3. Event Kirab Budaya 2026



Gambar 4. Event Kirab Buadaya 2026



Gambar 5. Rembug Warga

Publikasi kegiatan tersebut dilakukan melalui konten foto, video dan reels yang dikemas secara informatif dan komunikatif sehingga mampu menarik perhatian masyarakat khususnya pengguna media sosial Instagram. Diskominfo Kabupaten Cianjur menunjukkan perannya sebagai penghubung komunikasi publik yang membantu menyampaikan aktivitas pemerintah secara transparan dan relevan dengan kebutuhan, strategi *event* yang dipublikasikan melalui Instagram tidak hanya meningkatkan penyebaran informasi tetapi juga memperkuat hubungan dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah diskominfo Kabupaten Cianjur.

News (Pesan/Berita)

Penyampaian pesan dan berita menjadi salah satu bagian penting dalam strategi digital *public relations* Diskominfo Kabupaten Cianjur melalui instgaram. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat dikemas dalam bentuk berita, edukasi publik, informasi layanan pemerintah, serta informasi darurat seperti caption yang bertujuan agar masyarakat dapat memahami isi pesan dengan jelas dan memberikan respons yang positif terhadap kebijakan maupun program pemerintah daerah. Diskominfo Kabupaten cianjur secara aktif memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi resmi yang cepat dan mudah dijangkau masyarakat. Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam menyampaikan proses penyampaian berita yaitu dengan menyusun konten yang informatif, komunikatif dan mudah dipahami.

Penyebaran berita melalui akun Instagram melalui penggunaan visual, caption, story serta reels agar pesan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan masyarakat, penyebaran berita menjadi strategi digital *public relations* dalam menjaga kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah. Diskominfo Kabupaten cianjur berupaya menyampaikan informasi yang valid dan telah diverifikasi sehingga masyarakat memperoleh sumber informasi resmi yang dapat dipercaya. Hal ini, menjadi Langkah untuk meminimalisasi penyebaran hoaks atau informasi yang tidak benar di media sosial, dengan adanya penyampaian berita yang cepat, akurat dan transparan, Diskominfo Kabupaten Cianjur dapat membangun komunikasi publik yang lebih efektif sekaligus memperkuat strategi digital *public relations* d mata masyarakat.

Community Involment (Hubungan dengan Khalayak)

Diskominfo Kabupaten Cianjur berperan sebagai penghubung komunikasi dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat antar pemerintah daerah melalui

pemanfaatan media sosial Instagram, public relations diskominfo cianjur tidak hanya bertugas sebagai peneybar informasi pemerintah tetapi juga berupaya menciptakan komunikasi dua arah yang lebih terbuka dan interaktif dengan masyarakat. Publikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Cianjur dikemas dengan baik agar mudah dipahami dan dapat direspons langsung oleh masyarakat melalui media sosial Instagram, interaksi dengan masyarakat juga dapat dilakukan secara aktif melalui kolom komentar dan pesan langsung (*Direct Messagee/DM*) pada akun resmi @diskominfocianjur.

Diskominfo Kabupaten cianjur menanggapi komentar serta pertanyaan masyarakat sebagai bentuk respons cepat terhadap kebutuhan informasi publik, sekaligus untuk memastikan memperoleh penjelasan yang jelas dan akurat. Penggunaan pesan langsung (*Direct Message/DM*) dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi yang lebih personal dalam menampung masukan, saran, maupun pertanyaan yang membutuhkan penanganan lebih lanjut. Diskominfo Kabupaten Cianjur berupaya menjaga ketebukaan informasi dengan menyampaikan berita dan informasi resmi yang valid melalui akun Instagram resmi. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta menciptakan komunikasi publik yang lebih efektif melalui media digital.

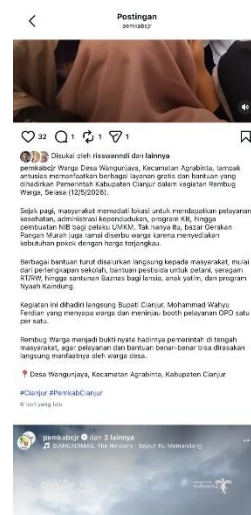
Inform of image (informasi gambar)

Strategi digital *public relations* Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan platform Instagram sebagai media komunikasi untuk menyebarluaskan layanan kepada masyarakat, dalam aspek *inform of image* (informasi gambar), *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan instgram sebagai media untuk membangun dan memperkuat digital layanan publik pemerintah daerah. Hal tersebut diwujudkan melalui penggunaan identitas visual yang konsisten, mulai dari desain konten, pemilihan warna, hingga penyajian foto dan video resmi dan berfokus pada penyampaian informasi dan memperlihatkan tampilan visual konten melalui penggunaan elemen desain yang seragam agar akun Instagram Diskominfo Kabupaten Cianjur terlihat lebih profesional dan mudah dikenali masyarakat.

Unggahan foto, video dan desain grafis yang komunikatif, Diskominfo Kabupaten cianjur berupaya membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi resmi yang diberikan. Strategi digital *public relation* ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media publikasi tetapi sebagai alat komunikasi digital yang mampu menciptakan interaksi aktif antara Diskominfo Kabupaten Cianjur. Pengelolaan media sosial Instagram yang berkelanjutan Diskominfo Kabupaten Cianjur berhasil membangun konten Instagram yang informatif, adaptif, responsive serta mampu mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di era digital.



Gambar 6.
Penyampaian Berita



Gambar 7.
Caption Konten

Lobbing and Negotiation (Lobi dan Negosiasi)

Diskominfo Kabupaten Cianjur menjalankan tugas komunikasi melalui kegiatan lobi dan negosiasi untuk menjaga kelancaran penyebaran informasi publik di media sosial Instagram. Diskominfo Kabupaten cianjur melakukan koordinasi dengan berbagai instansi pemerintah daerah untuk memastikan informasi yang akan dipublikasikan telah sesuai dengan data dan kebijakan yang berlaku. Proses komunikasi dari setiap konten yang siap diunggah ke media sosial Instagram dipastikan memiliki pesan yang jelas, relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman informasi komunikasi.

Diskominfo Kabupaten Cianjur juga sering menjalin kerja sama dengan media massa, komunitas dan berbagai pihak eksternal lainnya untuk memperluas distribusi informasi kepada masyarakat. Pendekatan komunikasi yang dilakukan bersifat persuasif dan kolaboratif agar tercipta hubungan yang saling mendukung antara Diskominfo Kabupaten Cianjur dengan pihak terkait, proses lobi dan negosiasi menjadi bagian penting untuk membangun komunikasi digital yang efektif, serta menjaga kredibilitas informasi pemerintah, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan informasi publik yang diberikan melalui media sosial Instagram.

Social Responsibility (Tanggung jawab sosial)

Strategi digital *public relations* diskominfo Kabupaten Cianjur menunjukkan tanggungjawab sosialnya melalui penyampaian informasi yang edukatif dan bermanfaat bagi masyarakat, sebagai pengelola komunikasi publik diskominfo Kabupaten Cianjur memanfaatkan Instagram untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai penggunaan media digital secara bijak, termasuk edukasi tentang penyebaran hoaks, etika bermedia sosial dan pentingnya menjaga keamanan data pribadi.



Gambar 8.
Pengemasan Konten



Gambar 9.
Pengemasan Konten



Gambar 10.
Pengemasan Konten

Diskominfo Kabupaten Cianjur mendukung berbagai program pemerintah daerah yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat, seperti Rembug warga, transparansi anggaran, penyebaran hoaks, hingga promosi potensi dan inovasi daerah Kabupaten Cianjur. Informasi dikemas dalam bentuk konten yang mudah dipahami agar dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat secara lebih efektif. Diskominfo Kabupaten Cianjur berupaya membangun komunikasi yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat, komitmen ini menunjukkan bahwa Diskominfo tidak hanya sebatas menyebarkan informasi tetapi juga ikut berkontribusi dalam tanggung jawab serta mendorong partisipasi publik dalam mendukung pembangunan daerah di era digital.

Diskominfo Kabupaten Cianjur menggunakan Instagram sebagai sarana strategi digital *public relations* karena platform ini sesuai kebutuhan komunikasi publik yang saat ini serba cepat, terbuka dan berbentuk digital, Instagram dipilih karena merupakan media sosial yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi komunikasi publik dengan secara cepat memiliki jangkauan penggunaan yang luas. Di Kabupaten Cianjur sendiri pengguna Instagram banyak digunakan oleh masyarakat terutama generasi muda dan kelompok usia produktif, sehingga informasi pemerintah Diskominfo Kabupaten Cianjur lebih mudah diterima dibandingkan media konvensional seperti surat kabar.

Instagram memungkinkan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, melalui fitur komentar, pesan langsung (DM), polling dan story masyarakat Kabupaten Cianjur dapat memberikan respon, pertanyaan maupun masukan secara langsung. Hal ini mendukung prinsip keterbukaan informasi publik dan meningkatkan partisipasi masyarakat, keunggulan lain Instagram adalah kekuatan visualnya, informasi pemerintah dapat dikemas dalam bentuk infografis, video pendek dan konten kreatif lainnya sehingga lebih mudah dipahami dan menarik perhatian. Penggunaan Instagram membantu Diskominfo Kabupaten Cianjur dalam mempercepat penyebaran informasi, meningkatkan keterbukaan informasi publik dan memperkuat layanan informasi berbasis digital yang lebih mudah diakses oleh masyarakat Kabupaten Cianjur.



Gambar 11.
Insight Instagram



Gambar 12.
Insight Instagram



Gambar 13.
Insight Instagram

KESIMPULAN

Strategi digital *public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Cianjur melalui platform Instagram beraalan secara konsisten dalam mendukung penyebaran informasi publik, Instagram dimanfaatkan sebagai media utama komunikasi pemerintah karena mampu menjangkau masyarakat secara luas, cepat dan interaktif. Strategi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi tetapi juga pada pembangunan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini terlihat dari pemanfaatan fitur Instagram seperti feeds, story, reels, komentar dan pesan langsung (DM) interaksi aktif serta respon langsung.

Diskominfo Kabupaten Cianjur menerapkan pendekatan digital *public relations* yang mencakup elemen *PENCILS* (*Publications, Event, News, Community Involvement, Informasi Visual/Image, Lobbying and Negotiation* serta *Social Responsibility*). Strategi tersebut meliputi *publication* atau publikasi konten informatif dan visual yang konsisten, *event* melalui publikasi kegiatan pemerintah seperti Rembug warga, *news* melalui penyampaian informasi resmi yang valid dan akurat, *community involvement* melalui interaksi aktif dengan masyarakat, *inform of image* melalui penguatan identitas visual dan citra pemerintah, *lobbying negotiation* melalui koordinasi komunikasi dengan berbagai pihak serta *social responsibility* melalui edukasi literasi digital dan penyebaran informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Penggunaan Instagram sebagai sarana strategi digital *public relations* dipilih karena dinilai sesuai dengan kebutuhan komunikasi publik di era digital yang serba cepat, terbuka dan interaktif. Instagram memiliki keunggulan dalam penyajian visual, kemudahan akses informasi serta kemampuan membangun komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda dan kelompok usia produktif di Kabupaten Cianjur. Strategi Digital *Public Relations* melalui Instagram mampu meningkatkan keterbukaan informasi publik, memperkuat citra positif pemerintah daerah, serta mendukung efektivitas pelayanan informasi publik berbasis digital di Kabupaten Cianjur.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurachman, Aceng. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Citra
- Adreas M. Kaplan, M. H. (2010). *Users of the word, unite! The Challengers and opportunities of Social Media*.
- Apriadi. 2023. *Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Positif*
- Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen M. 2000. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia country report*. Digital 2024 Indonesia report.
- Farhatiningsih. (2018). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dalam penyebaran informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 123–134
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Hasan Baharun, Z. (2017). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP AL Hikmah Surabaya)*. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(4), 8-20.
- Irwansyah. (2020). *Komunikasi digital dan public relations di era media baru*. Jakarta: Kencana.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Alih Bahasa : Haris Munandar Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Gratifity.
- Lubis, Evawani Elysa. 2012. Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. 12(1): 1-73.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan riset media siber (cyber media)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Phillips, D., & Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media* (2nd ed.). London: Kogan Page.
- Prayitno, dan Erman Amti. *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Purhantara. Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*
 Yogyakarta : Graha Ilmu
- Seitel, Fraser P. 1992. *The Practice of Public Relations*. Colombus, Ohio : Charles E. Merrill Publishing Company.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
 Bandung: Alfabeta; 2014. ISBN 979-8433-64-0.
- Susanti, E., Firdalius, F., & Rahayu, P. E. (2020). Peran Digital Komunikasi Terhadap Perempuan Berwirausaha (UMKM) di Kota Padang. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(2),
- Susanto, T 1992. “Public Relations” (Diktat). Bandung: Fikom Unpad.
- Sunarjo, Djoenasih S. 1984. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty.