

jurnal penelitian

by turnitin student

Submission date: 22-Jan-2024 06:26PM (UTC+1100)

Submission ID: 2275727120

File name: Abdillah_Bagis_1151900227_2.docx (51.08K)

Word count: 3383

Character count: 22871

AKTIVITAS HUMAS POLRESTABES SURABAYA DALAM MENGELOLA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN ENGAGEMENT KEPADA MASYARAKAT

^{1,2,3} **Abdillah Bagis, ²Jupriono, ³Muchamad Rizqi**
^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
allymiftah30@gmail.com

Abstract

This research aims to find out how the Surabaya police public relations department manages its Instagram social media to build engagement with the community. What is done in this case is related to providing a social media platform which is used by police members as a forum for disseminating information aimed at the community. . This research uses a qualitative approach, where in qualitative research, conceptualization, categorization and description are developed on the basis of "events" obtained during field activities. After the researcher analyzed the management of Surabaya police public relations social media in building engagement using observation, interview and documentation techniques, he described that there were several stages carried out in using Instagram social media related to disseminating information in order to achieve success in building engagement with the community. By disseminating information online or digitally, researchers chose Regina Luttrell's theory of the model with four stages: Share, Optimize, Manage, Engage. The research results show that Polrestabes public relations has implemented four stages in building engagement through Instagram social media. These four stages include, the first, namely the share determination stage carried out by the Surabaya Police Public Relations, namely determining the platform for disseminating information to the public, as well as determining the content of the information that will be disseminated widely. The second stage is the optimization stage, how public relations provides optimism in disseminating information with optimal message content to get a response from the public. The next stage that is carried out is the stage of managing settings in receiving public messages, providing messages in real time. The final stage carried out by the Surabaya Police Public Relations is the engage stage after communicating from the previous stages and can be seen from the response given by the Surabaya Police Public Relations in its consistency in providing information that continues to involve police members and the community. With this, the public always responds well through the Instagram social media comments column.

Keywords: Polrestabes PR, Instagram, building engagement

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pihak humas polrestabes Surabaya dalam melakukan pengelolaan media sosial instagramnya untuk membangun engagement kepada masyarakat, hal yang dilakukan dalam hal ini terkait penyediaan platform media sosial yang di jadikan oleh ke anggotaan polisis sebagai wadah penyebaran informasi yang di tuju kan kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif yang mana dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan berdasarkan "kejadian" yang diperoleh selama kegiatan lapangan dilakukan. Setelah menganalisis

pengelolaan media sosial humas polrestabes Surabaya dalam membangun engagement dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti menggambarkan bahwa terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam penggunaan media sosial Instagram untuk penyebaran informasi guna mencapai keberhasilan dalam membangun engagement dengan masyarakat. Dengan penyebaran informasi yang dilakukan secara online atau digital peneliti memilih teori *the model of some Regina Luttrell* dengan empat tahapan: *Share, Optimize, Manage, Engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas polrestabes telah menerapkan empat tahap dalam membangun engagementnya melalui media sosial Instagram. Empat tahapan ini meliputi, yang pertama yaitu tahap penentuan *share* yang dilakukan oleh humas polrestabes Surabaya yaitu melalui penentuan platform guna untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, serta menentukan isi informasi yang akan disebar luaskan. Tahapan kedua yaitu tahap *optimize* bagaimana humas memberikan keoptimisannya dalam menyebarkan informasi dengan isi pesan yang optimal untuk mendapatkan respon dari masyarakat. Tahapan selanjutnya yang dilakukan merupakan tahapan *manage* pengaturan dalam menerima pesan masyarakat, memberikan pesan secara *real time*. Tahapan terakhir yang dilakukan oleh humas polrestabes Surabaya yaitu tahap *engage* setelah mengkomunikasikan dari tahapan yang dilakukan sebelumnya dan sudah bisa dilihat dari respon yang diberikan oleh pihak humas polrestabes Surabaya dalam ke konsistennya memberikan informasi yang terus melibatkan ke anggota polisi dengan masyarakat, dengan hal itu selalu diberikan respon yang baik oleh masyarakat melalui kolom komentar media sosial Instagram nya.

Kata kunci: Humas polrestabes, Instagram, membangun engagement

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi bagian integral dari media baru. Media ini menawarkan tingkat interaktivitas yang tinggi, sehingga penggunaannya menjadi aktif dan melibatkan pengguna secara langsung. Tujuan utama dari media sosial adalah memfasilitasi interaksi antarindividu dalam bentuk berbagi, bekerja sama, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam konteks ini, media sosial memiliki tiga aspek penting yang mencerminkan makna bersosial, yaitu pengenalan, komunikasi, dan kerjasama. Pengenalan melibatkan pengguna dalam memperkenalkan diri mereka sendiri, komunikasi memungkinkan interaksi antara pengguna, dan kerjasama memfasilitasi kolaborasi dalam menciptakan ikatan sosial yang kuat. Dengan demikian, media sosial telah menjadi platform yang penting dalam memfasilitasi interaksi sosial di era digital ini. (Satyanandani et al., 2023; Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, n.d.)

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digemari di Indonesia. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia hampir ratusan juta orang. Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97,17 terakhir pada 2022. Jika dibandingkan pada bulan sebelumnya mengalami penurunan sedikitnya 0,10% sebesar 97,07 juta pengguna. Kemudian dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya jumlah pengguna Instagram mengalami peningkatan 5,01%. Pada Desember 2022, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 92,53 juta pengguna. Melihat tren jumlah pengguna Instagram di Indonesia terpantau mencapai puncaknya sebanyak 108,9 juta orang, pada Mei 2022.

Dengan banyaknya pemberitaan yang buruk terkait tentang instansi kepolisian, pihak kepolisian pun terus menerus memberikan upaya dalam pendekatan kepada masyarakat untuk kembali membangun citra baik instansi dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian, bahwa pihak kepolisian tetaplah menjadi pelayanan terbaik untuk

masyarakatnya dan siap siaga dalam memberantas kejahatan yang sedang menimpah masyarakatnya.

Polrestabes Surabaya sendiri memiliki motto “Melindungi, Mengayomi, dan Melayani Masyarakat”, motto tersebut sebagai wadah kepolisian terhadap pelayanan untuk masyarakat. Dimana kepercayaan masyarakat kepada kepolisian menjadi cerminan baik atau buruknya kinerja kepolisian dalam melayani masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian terbentuk atas dasar kinerja kepolisian yang baik, sehingga memberikan citra baik terhadap instansi kepolisian.

Salah satu hal yang dilakukan oleh humas polrestabes dalam berupaya untuk berinteraksi kepada masyarakatnya yaitu melalui media sosial instagram @humaspolrestabesurabaya, dimana humas terus meningkatkan engagementnya untuk bisa berinteraksi secara baik dengan masyarakat seperti memberikan berita yang informatif dan selalu aktif memberikan pelayanan yang terbaik.

Penulis tertarik melakukan penelitian mengenai Peran humas Polrestabes Surabaya dalam membangun engagement melalui media sosial instagram pada masyarakat dikarenakan telah terjadi dan menurunnya image kepolisian kepada masyarakat. Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini untuk memberitahukan dan menjawab dari permasalahan yang telah disebutkan, bagaimana peran humas dalam meningkatkan engagementnya kepada masyarakat melalui media sosial instagramnya, namun penelitian ini juga memberikan beberapa manfaat secara teoritis dan praktis.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penelitian terdahulu, penelitian terdahulu yang pertama berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram @Lldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV” yang diteliti oleh Nadine Chaya Fatharani, Renata Anisa memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan media sosial instagram dalam penyebaran informasi kepada public, yang ke dua berjudul “ Peranan Online Engagement, Konten, dan Intensitas Update Konten Pada Instagram Terhadap Citra Perusahaan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional I” yang diteliti oleh Gusti Ngurrah Agung Bisma Prabanata, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan mengenai engagement dengan konten di instagram, yang ke tiga “Pola Komunikasi Simetris Dua Arah: Strategi Perusahaan Membangun Engagement Melalui Media Sosial” yang diteliti oleh Chyntia Novy Girsang, Dorien Kartikawang, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan membangun engagement melalui media sosial, yang ke empat “ Implementasi Komunikasi Digital untuk Meningkatkan Online Engagement Instagram @Temanbakat” yang diteliti oleh Edo Ilham Gumelar, Dedeh Fardiah, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan meningkatkan online engagement pada instagram, yang ke lima “ Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy Dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul “ yang diteliti oleh Rusti Nur Anggraini, memiliki persamaan dengan peneliti terkait objek penelitian yang sama-sama menggunakan Instansi kepolisian, dan memiliki perbedaan dalam penggunaan teori penelitian.

4
Dalam bukunya yang berjudul Media Sosial How to Engage, Share, and Connect tahun 2015, Regina Luttrell menyajikan teori yang digunakan oleh para peneliti dalam mengelola media sosial. Teori tersebut dikenal sebagai The Circular Model of Some, yang mengidentifikasi beberapa tahap yang harus diperhatikan dalam mengelola media sosial. Model ini terdiri dari empat aspek yang memiliki kekuatan masing-masing, namun ketika digabungkan, aspek-aspek ini memungkinkan strategi yang kokoh. Dalam konteks berbagi (sharing) di media sosial, perusahaan atau instansi dapat secara bersamaan mengelola (manage)

konten yang mereka bagikan, terlibat (engage) dengan audiens, dan bahkan mengoptimalkan (optimize) pesan mereka. Dengan mengikuti model ini, perusahaan atau instansi dapat mencapai hasil yang lebih efektif dalam pengelolaan media sosial mereka.

20

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini melibatkan konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi berdasarkan "kejadian" yang ditemukan selama kegiatan lapangan. Oleh karena itu, pengumpulan data dan analisis data tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pendekatan kualitatif ini menekankan pada hasil pengamatan peneliti, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Dengan adanya kehadiran dan keterlibatan peneliti di lapangan, pendekatan ini memungkinkan untuk menemukan makna dan temuan yang lebih dalam dari obyek penelitian dibandingkan dengan penggunaan kuisioner. (Rijali, 2018). Objek penelitian ini adalah dari instansi kepolisian polrestabes Surabaya dalam akun instagram humas polrestabes surabaya, tujuan peneliti memilih akun instagram humas polrestabes surabaya menjadi sebuah objek penelitian untuk membedah terkait pengolahan akun media sosial instagram humas polrestabes Surabaya dalam meningkatkan engagement kepada masyarakat.

2

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif, karena melalui keabsahan data kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai, oleh karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Dalam penelitian ini, digunakan konsep Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi dan kesimpulan. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data yang diperlukan. Menurut Moleong (2012), triangulasi didefinisikan sebagai suatu teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan data lain sebagai alat pengecekan atau perbandingan (Putriana, 2020).

Menurut Sriwijaya (2020), triangulasi adalah metode yang digunakan untuk menghilangkan keraguan dalam penelitian. Meskipun banyak yang masih belum memahami makna dan tujuan dari triangulasi dalam penelitian, triangulasi dapat dikategorikan sebagai metode untuk memeriksa keabsahan informasi dengan menggunakan sumber lain. Dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Penulis menggunakan uji validitas data dengan meminta pendapat dari pihak lain mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa data yang diperoleh dari berbagai sumber. Data yang diperoleh akan dideskripsikan dan dikategorikan berdasarkan pandangan yang sama dan pandangan yang berbeda. Selanjutnya, data tersebut akan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Humas Polrestabes Surabaya merupakan salah satu divisi yang berada didalam instansi polrestabes. Menurut temuan di web yang dimiliki oleh polrestabes Surabaya yang berisi tentang sejarah profil dari polrestabes Surabaya bahwa kantor kepolisian ini yang sempat berpindah beberapa kali yang disebut dengan Hoofdbureau. Setelah masa revolusi kemerdekaan kepolisian di Surabaya mengalami perubahan dari nama maupun struktur organisasi. Berawal dari nama, Kepolisian Karesidenan Surabaya (1949-1964), Komando Daerah Inspeksi Kepolisian 101 Surabaya (1964-1968), Kamtares Kepolisian 101 Surabaya (1971-1978), Polriitabes Surabaya (1978-2010), dan Polrestabes Surabaya (2010-sekarang).

Platform media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya mulai aktif sejak tahun 2015 hingga sekarang, sebelum berada di era media sosial ini humas polrestabes menggunakan media yang sederhana saat ingin menyampaikan informasi kepada masyarakat, melalui media cetak yang kemudian dikemas dalam bentuk kliping. Dengan kemajuan teknologi saat ini divisi humas polri sangatlah mengikuti perkembangan teknologi.

Dalam mendapatkan informasi, penulis telah mengidentifikasi dan memilih Agung hidayat sebagai informan. Sumber informan ini mencakup pada individu dalam menyediakan data yang akurat dan relevan dalam mendukung penelitian ini. Pemelihan Agung hidayat sebagai informan dirasa menurut penulis mempunyai kapabilitas dan kompeten dalam menyediakan informasi yang ingin penulis dapatkan. Hal ini dikarenakan Agung hidayat memiliki posisi yang strategis di humas polrestabes Surabaya dan juga telah lama berada di humas polrestabes Surabaya sehingga tahu seluk beluk humas Surabaya dari dulu hingga sekarang.

Setelah menganalisa hasil pengolahan media soisial instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun engagement nya kepada masyarakat bisa dijelaskan bahwa keberadaan zaman di era globalisasi ini sangat memberikan kemudahan bagi seluruh aktivitas masyarakat salah satunya mudah dalam memberikan kepercayaan melalui informasi yang didapat di media sosial pemberitaan yang di konsumsi di media sosial membuat instansi kepolisian turut aktif dalam penggunaan media sosialnya dan memanfaatkan nya untuk membangun engagement nya kepada masyarakat dengan memberikan pemberitaan yang fakta sehingga hal ini memberikan hal yang menguntungkan untuk instansi kepolisian untuk mendapatkan kepercayaan seutuhnya dari masyarakat dengan melakukan pengelolahn yang cukup efektif dari beberpa tahapan yang di terapkan nya dalam mengelola instagram nya, ada empat tahapan yang digunakan oleh anggota humas polrestabes dalam pengelolahan instagram nya dalam membangun engagement nya , tahapan yang digunakan *The circular model of some* Regina Luttrell, *Share, Optimize, Manage, Engage*.

Share merupakan salah satu tahapan awal atau perencanaan komunikasi penyebaran isi konten atau informasi teerkait pemberitaan suatu peristiwa langkah pertama untuk ditentukan, seperti mendiskusikan konten apa yang ingin disampaikan konsep seperti apa yang harus di sajikan dimana media yang tepat untuk menyebarkan informasi dengan menyesuaikan masyarakat nya yang aktif dalam mengakses media sosial apa, namun pihak humas polrestabes setelah mengkomunikasikan dan memutuskan platform media sosialnya yaitu instagram yang akan digunakannya dalam menyebarkan seluruh konten yang beris itentang informasi pemberitaan suatu peristiwa ter *update*, seputar kegiatan kepolisian, serta informasi tentang program yang sedang diadakan anggota keploisian untuk masyarakat, penentuan penggunaan media sosial instagram ini untuk memperkuat relasi antara anggota kepolisian dengan masyarakat yang bertujuan untuk membangun engagement kepada masyarakat dengan media pendukung melalui keaktifan instagram @humaspolrestabessurabaya yang akan memberilan respon yang baik dari masyarakat.

Kemudian tahapan selanjutnya yaitu masuk dalam tahap *optimize*, merupakan kegiatan komunikasi dalam keputusan untuk keoptimisan dalam membangun engagement nya melalui media sosial instagram keoptimisan dalam pengolahan media sosialnya, keoptimisan dalam memberikan berita informasi yang relevan, keoptimisan dalam memberikan konten secara optimal dengan pesan pesan yang positif, dimana hal ini tidak hanya sekedar untk menyebarkan suatu konten secara bebas tetapi harus di optimalkan secara keseluruhan agar masyarakat terfokuskan tentang apa yang di samapaikan oleh pihak humas polrestbes suarabaya dalam instagramnya, agar pesan yang ingin disampaikan bisa

memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk tetap memberikan kepercayaannya kepada pihak instansi kepolisian yang memang tugasnya sebagai menjaga dan mengayomi masyarakatnya, bentuk Upaya yang optimal yang dilakukan agar engagement yang dibangun terus terjaga pihak humas polrestabes suarabaya menjadikan inspirasi dari berbagai hal seperti melibatkan keanggotaan dengan komunitas agar mengetahui secara langsung apa informasi yang sedang terjadi di masyarakat yang kemudian akan diberitakan melalui media sosialnya sehingga pesan informasinya cukup akurat, lalu mengikuti pelatihan seperti, pelatihan fotografi, videografi, penulisan narasi, hal ini diikutinya, untuk menghasilkan konten yang menarik akurat secara optimal sehingga memberikan daya tarik yang lebih kepada masyarakat, selain itu pihak humas polrestabes juga memberikan informasi yang berisi tentang penanganan penanganan pengaduan yang menjadi keluhan masyarakat, dan konten ini cukup memberikan pengaruh yang baik kepada masyarakat, dengan melihat dan membacanya tentang penyebaran informasi ini membuat masyarakat bisa mengetahui bahwa pihak kepolisian sudah sangat optimal dalam menyelesaikan pengaduan yang mereka buat dan juga secara optimal pihak humas polrestabes saat menyampaikan informasi tersebut. Tahapan ini dijadikan sebagai bentuk keoptimisan pihak humas polrestabes dalam membangun engagementnya kepada masyarakat melalui media sosial instagramnya @humaspolrestabessurabaya.

Namun setelah itu masuk pada tahap *manage*, merupakan tahapan dalam mengatur pengelolaan media sosial dalam melakukan penerimaan pesan kepada pengikut instagramnya untuk membangun engagementnya dan juga mengatur informasi pesannya agar terus mengikuti pemberitaan secara real time, sehingga pesan yang disampaikan juga terlihat efektif meskipun penyebarannya hanya melalui media sosial instagram, mereka mengatur pengelolaan media sosial itu dengan memberikan respon yang cukup cepat terkait hal yang sedang viral di tengah masyarakat, serta memberikan tanggapan tentang hal yang sedang membahayakan masyarakat dalam bentuk penyebaran informasi yang berisi tentang penanganan, sehingga hal ini membuat masyarakat merasa aman, selain itu memberikan informasi secara real time guna mendapatkan hasil konten yang akurat pihak humas juga melibatkan untuk menggunakan beberapa cara agar mereka mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang sedang terjadi dilapangan.

Tahapan ke empat yaitu *engage*, merupakan aktivitas yang di tahapan terakhir dengan tujuan utama yaitu melibatkan pihak lain dalam memberikan suatu yang bermanfaat bagi sebuah instansi, dalam memberikan keterlibatannya kepada pihak lain ada tujuan yang ingin dimilikinya yang berdampak positif bagi instansi, dengan melalui media sosial yang sudah jelas memiliki tujuannya dalam membangun engagementnya kepada masyarakat, humas polrestabes terus berupaya dalam memberikan hal hal baik untuk dapat dilihat masyarakatnya sehingga mereka mendapatkan respon yang sangat positif dari masyarakat, seperti memberikan konten yang relevan, informasi terkait kepedulian kepada masyarakat sehingga bisa membentuk opini masyarakat bahwa anggota kepolisian sudah memenuhi harapan yang telah mereka inginkan, selain itu untuk terus melibatkan perannya kepada masyarakat pihak humas polrestabes juga mengutamakan pesan dari kolom komentar yang diberikan masyarakat untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat itu sendiri. Dengan adanya sikap yang cukup tanggap akan kepeduliannya yang diberikan walaupun melalui media sosial humas polrestabes telah berhasil dalam membangun engagementnya kepada masyarakat melalui media sosial instagramnya yang tidak sedikit pengikutnya dan juga tidak sedikit yang masyarakat yang memberikan komentar baik dengan konten konten yang informatif.

Konsep tahapan dari *the model of some* Regina Luttrell ini cukup memberikan keuntungan bagi humas polrestabes Surabaya dalam mengelola media sosialnya untuk membangun engagementnya kepada masyarakat, memberikan hasil yang cukup baik dalam perencanaan pengelolanya yang bisa membuat akun instagram ini masih aktif hingga sekarang dengan berbagai tahapan yang harus di fokuskan agar tujuan dalam membangun engagementnya mampu mencapai titik keberhasilan sehingga menimbulkan citra baik untuk instansi kepolisian.

Pengelolaan media sosial yang demikian juga dapat mengurangi risiko pengabaian yang sering terjadi dari masyarakatnya. Konsep Regina ini juga memungkinkan pesan yang ingin disampaikan oleh pihak humas polrestabes Surabaya dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat, terutama kepada pengikut akun Instagram @humaspolrestabessurabaya. Namun, terdapat kelemahan dalam konsep ini seperti kesulitan dalam memahami pesan dengan baik oleh masyarakatnya. Oleh karena itu, hal ini perlu dilakukan dengan efektif mungkin agar penerapan engagement yang dibangun melalui media sosial ini dapat terwujud dengan baik.

Penutup

Berdasarkan analisis data dan penggambaran yang dijelaskan pada bab sebelumnya yang terkait dengan rumusan masalah, kami dapat menyimpulkan beberapa hal berikut. Kegiatan pengelolaan media sosial Instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun keterlibatan dengan masyarakat didasarkan pada implementasi elemen teori *the circular model of some* Regina Luttrell yang terdiri dari empat tahap, yaitu *share, optimize, manage, dan engage*.

Pada Penentuan tahapan *share* dilakukan oleh pihak humas polrestabes surabaya dalam memilih platform media sosial sebagai tempat penyebaran informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat, yang pada akhirnya memilih instagram, lalu humas polrestabes juga melakukan tahap *optimize* untuk memberikan pesan secara optimal agar informasi tersebut berhasil tersampaikan kepada masyarakat, setelah mengoptimalkan pesan nya mereka melakukan tahap *manage* pengaturan penerimaan pesan dan penyampaian pesan secara *real time* melalui media sosialnya hal ini untuk memberikan hasil bahwa apa yang mereka sampaikan benar adanya dan bentuk respon mereka terkait hal yang sedang terjadi, di tahap terakhir *engage* melibatkan orang yang dijadikan sebagai tujuan yang memberikan dampak positif kepada instansinya agar membangun engagement ini mencapai keberhasilan yang dituju oleh masyarakat mereka terus memberikan konten yang relevan dan terus melibatkan keanggotaannya kepada beberapa hal agar tujuan baik ini terus terjaga hingga sekarang dengan memiliki respon yang cukup baik melalui kolom komentar dengan pengikut akun instagram yang tidak sedikit juga.

Teori *the circular model of some* Regina Luttrell ini memiliki peran dan tujuan paling utama dalam memberikan informasi kepada tentang pengelolaan media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun engagement nya kepada masyarakat dengan isi konten yang menarik dan relevan serta optimal yang telah direncanakan melalui empat tahapan yaitu, *share, optimize, manage, engage*.

Daftar Pustaka

Dong, Z. (2012). No Title Формирование парадигмальной теории региональной экономики. *Экономика Региона, IV*(Kolisch 1996), 49–56.

- Fatharani, N. C., & Anisa, R. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @Lldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV*. 2(8), 3964–3975.
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern: Company Strategy to Build Engagement Through Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11191>
- Gumelar, E. I., & Dr. Dedeh Fardiah, Dra., M.Si. (2023). Implementasi Komunikasi Digital untuk Meningkatkan Online Engagement Instagram @Temanbakat. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 763–772. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9204>
- Iii, B. A. B. (2017). *STEI Indonesia*. 20–30.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK Karier. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Putriana, S. (2020). *MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MARCOMM (Studi Kasus Investor Relations Perusahaan Pan Arcadia Capital)*. August, 0–17.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Sriwijaya, U. (2020). *SENI MENGELOLA DATA : PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK , SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL*. 5(2), 146–150.

jurnal penelitian

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	4%
2	repository.um-surabaya.ac.id Internet Source	2%
3	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
4	etd.umy.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1%
7	id.123dok.com Internet Source	1%
8	journal-nusantara.com Internet Source	1%
9	www.scilit.net Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Muhammadiyah Purwokerto Student Paper	1 %
11	repository.pnb.ac.id Internet Source	1 %
12	journal.untar.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
14	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1 %
16	"Social Computing and Social Media", Springer Science and Business Media LLC, 2023 Publication	<1 %
17	Muhammad Aulia Al Qadri. "Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME", AI-DYAS, 2023 Publication	<1 %
18	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
19	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

20

journal.institutpendidikan.ac.id

Internet Source

<1 %

21

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

22

jkn.unitri.ac.id

Internet Source

<1 %

23

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

24

sis.binus.ac.id

Internet Source

<1 %

25

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

26

enpuir.npu.edu.ua

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

jurnal penelitian

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
