

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi membawa perubahan yang signifikan dimana hampir pada setiap aspek kehidupan manusia. Karena orang-orang dari seluruh dunia membutuhkan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses ke pengetahuan, akses ke media telah menjadi kebutuhan yang sangat penting.

Salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah sejenis media *online* yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis web dan mengubah cara orang berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk jaringan secara *online* untuk menyebarkan konten mereka sendiri.

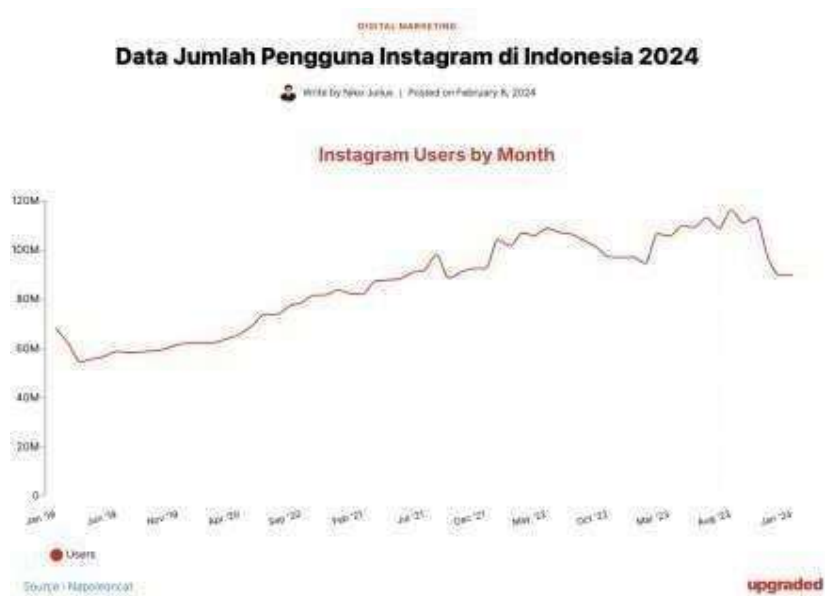
Media merupakan salah satu sarana komunikasi yang penting dalam masyarakat modern.¹ Media digunakan untuk menyebarkan informasi, ide, dan pesan kepada khalayak secara luas. Media memiliki peran penting dalam proses komunikasi karena memungkinkan berbagai pihak untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan audiens mereka.

¹ Khatimah, H. (2018). Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119-138.

Media sosial menjadi salah satu bentuk media yang memiliki peran signifikan sebagai sumber informasi dalam masyarakat modern.² Media sosial memungkinkan individu dan organisasi dengan cepat menyebarkan berita dan informasi kepada khalayaknya. Salah satu *platform*, Instagram digunakan untuk berbagi berita terkini, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Dalam hal ini, media sosial memungkinkan informasi dibagikan secara *real time*.

Media sosial yang sangat banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi yang berbasis internet dan teknologi pada saat ini yang sangat banyak digunakan oleh pengguna sosial media yang mengizinkan pengguna untuk berbagi momen dan berita ke dalam aplikasi tersebut Instagram mendapatkan satu juta pengguna setelah satu bulan peluncuran aplikasi.

² Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. Cakrawala: Jurnal HumanioraBina Sarana Informatika, 16(2).



Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024

Sumber : <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-Instagram-di-indonesia>

Selain itu Pengguna Instagram saat ini di Indonesia cukup banyak dikarenakan hampir seluruh masyarakat dari berbagai kalangan telah menggunakannya sebagai media komunikasi dan informasi berikut data jumlah pengguna Instagram tahun 2024 di Indonesia

Dalam artikel ini, informasi terbaru tentang jumlah pengguna Instagram, tren penggunaan di Indonesia, dan demografi pengguna tersedia. Jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar pada April 2023, meningkat 12,2% dari tahun sebelumnya, menurut laporan We Are Social. Per April 2023, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106 juta, menjadikan negara dengan

pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Namun, data yang dihasilkan oleh NapoleonCat dapat dilihat dalam grafis berikut. Menurut laporan terbaru dari Napoleoncat, jumlah pengguna Instagram Indonesia per Februari 2024 mencapai 88,861,000, penurunan yang konsisten sejak Oktober 2023. Jumlah ini setara dengan 31% dari populasi Instagram Indonesia pada bulan Februari 2024.

Pada saat ini pemanfaatan media sosial Instagram sangat banyak digunakan oleh akun perorangan maupun akun instansi dan organisasi. Instagram sangat banyak diminati oleh pengguna dari berbagai penjuru di dunia karena semua informasi terbaru dapat dilihat dari Instagram, karena Instagram bukan hanya platform untuk memposting kegiatan sehari – hari saja tetapi pengguna dapat mengupload seperti foto, video, dan insta story yang bertahan 24 jam. Melalui media sosial, kita dapat bertemu dan berkenalan dengan orang baru terutama jika bergabung dengan suatu komunitas.

Dengan adanya media sosial kita bisa dengan bebas berkumpul secara virtual dan tetap menjaga tali pertemanan. Saat sekarang ini pemanfaatan media sosial digunakan oleh instansi pemerintah contohnya seperti instansi direktoral jenderal informasi dan komunikasi. Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah merupakan salah satu inovasi dengan memaksimalkan teknologi. Dalam buku “ Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam

Lembaga Pemerintah" yang disusun oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, dipaparkan beberapa manfaat media sosial bagi pemerintah, yaitu :

- Mendorong efisiensi pemerintahan

Penggunaan media sosial dapat menjangkau masyarakat dengan lebih luas dan cepat. Media sosial dengan teknologi *Artificial Inteligent* (kecerdasan buatan) dapat digunakan untuk membantu proses analisa data.

- Memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun

Di era keterbukaan seperti saat ini, masyarakat banyak mendapatkan informasi dari media sosial seperti *whatsapp group* atau komunitas di Facebook. Maraknya *hoax* dapat menimbulkan rasa tidak percaya. Media sosial dapat menjadi solusi karena dapat menjangkau khalayak secara lebih personal dan komunikatif.

- Menghadapi perkembangan jaman

Instansi Pemerintah saat ini menghadapi tantangan tertentu berupa penghematan anggaran, menuanya staf yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini dapat diatasi dengan mempersiapkan perencanaan dapat mengatasi masalah di kemudian hari.

- Sarana komunikasi di saat krisis dan bencana alam

Seperti saat pandemik sekarang ini keharusan jaga jarak ketika berinteraksi membuat interaksi lebih banyak dilakukan melalui media sosial. Bagi instansi pemerintah, media sosial harus memainkan peran yang jelas dalam strategi komunikasi krisis.

Disini peneliti fokus pada akun Instagram instansi yaitu akun Instagram KPKNL Yogyakarta, dimana akun ini digunakan untuk penyebaran media dan informasi yang Salah satunya seperti instansi KPKNL Yogyakarta ini. Instansi ini memberikan pelayanan dan berkomunikasi dengan masyarakat, serta meningkatkan transparansi. Layanan public yang disediakan pada media sosial adalah menggunakan media Intagram biasanya berhubungan dengan membagikan berita, pembaruan kebijakan, informasi penting, dan pengumuman dari pemerintah atau organisasi. Ini mungkin termasuk informasi mengenai kebijakan,acara, peraturan, dll.



Gambar 1. 2 Akun Instagram @kpknlyogyakarta

Sumber <https://Instagram.com/kpknlyogyakarta>

Instagram KPKNL saat ini memiliki tiga ribu lebih pengikut disini banyak terdapat berbagai macam informasi dan sharing komunikasi dari instansi untuk para pengikut atau umum yang ingin mengetahui informasi seputaran KPKNL, instansi ini memanfaatkan media Instagram dengan postingan di feed, story dan reels. Instansi ini cukup kreatif dan berusaha mengikuti updatean terkini untuk memberikan informasi dengan berbagai macam foto serta video yang dibuat sebagai konten agar membuat pengikut di Instagram KPKNL Yogyakarta merasatertarik dan memahami isi pesan ,berita ,atau makna yang telah di unggah di Instagram KPKNL Yogyakarta.

Instansi pemerintah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program, peraturan, kebijakan, dan peristiwa penting pemerintah kepada masyarakat. Hal ini meningkatkan transparansi pemerintah dan membuat informasi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Sehingga, media sosial memudahkan instansi pemerintah untuk berinteraksi langsung dengan warganya. Mereka dapat menjawab pertanyaan, memberikan layanan pelanggan, dan menanggapi keluhan atau komentar melalui platform media sosial. Sehingga ini memudahkan instansi pemerintah dalam menggunakan media sosial untuk mendidik masyarakat tentang berbagai masalah, termasuk kesehatan, keselamatan, dan keuangan.

Layanan informasi publik Instagram merupakan upaya suatu pemerintah, instansi atau organisasi pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat melalui platform media sosial Instagram. Oleh karena itu, banyak lembaga dan organisasi pemerintah yang menggunakannya sebagai alat untuk menyebarkan informasi public salah satunya adalah instansi pemerintah kantor pelayanan kekayaan negara dan lelang (KPKNL) di bawah naungan kementerian keuangan.

Inilah sebabnya peneliti melakukan penelitian terhadap Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan informasi di kantor KPKNL Yogyakarta agar meningkatkan pemahaman pemanfaatan media sosial Instagram di kantor KPKNL Yogyakarta dalam pemangku efektif kepentingan secara optimal, efektif dan efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan permasalahan tersebut, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan informasi di kantor Pelayanan Kekayaan Negaar dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti sesuai dengan apa yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, yaitu : Untuk mengetahui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Sebagai sumber informasi untuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya ilmu public relations, dan dapat digunakan sebagai subjek penelitian tambahan oleh peneliti yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang penggunaan Instagram sebagai media publikasi dan informasi di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL). Yogyakarta khususnya bidang Public Relations melalui Instagram terutama di era modern seperti saat ini yang semakin berkembang dalam bidang teknologinya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai arahan, pertukaran informasi dan peningkatan media publikasi dan informasi di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta.
- Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah daerah mengenai pentingnya digital PR yang diterapkan oleh instansi pemerintah.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah cara pandang yang digunakan peneliti untuk membantunya menemukan fakta melalui penelitian yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif. Paradigma adalah penelitian yang mengkategorikan orang-orang seperti subyek penelitian. Dalam hal ini paradigma ini menganut model humanistik karena menjadikan manusia sebagai subjek suatu peristiwa atau fenomena

Penelitian ini menggunakan deskriptif dengan paradigma kualitatif. Metode deskripsi kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filosofi

post positivisme.³ Adapun kegunaanya untuk mempelajari dan membahas terkait kondisi produk alam (lawan eksperimen), yang dimana pada penelitian ini sebagai kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (kombinasi). Apabila analisis data bersifat kualitatif, maka akan menekankan pada pemaknaan dan generalisasi pada temuan penelitiannya.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah menjelaskan dan mendeskripsikan terakit permasalahan yang akan diteliti dengan cara mengkaji seseorang, kelompok, dan peristiwa sedetail mungkin. Dalam penelitian kualitatif manusia. Sebagai alat penelitian dan hasil yang ditulis dengan kata-kata atau pertanyaan yang relevan dengan situasi. Dengan demikian, peneliti bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan Instagram sebagai platform publikasi di kantor KPKNL Yogyakarta.

1.5.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif metode ini merupakan metode yang relevan. Penelitian kualitatif berdasarkan konteks

³ Sugiyono. 2018. Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, Dan R&D (Bandung: ALFABETA) hal 432.

generalisasi serta fenomena lokal hasil penelitian kualitatif terhadap populasi sangat besar.⁴ Menggunakan metode ada pengumpulan data antara lain adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian kualitatif lebih mengutamakan pengamatan yang sangat jelas serta mendalam terhadap perilaku manusia dan lingkungannya.

Maka dari itu penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis, menjelaskan, dan mendeskripsikan Pemanfaatan media Instagram sebagai media publikasi di kantor KPKNL Yogyakarta. Metode penelitian kualitatif mengutamakan pada pengamatan yang lebih jelas dan mendalam pada perilaku manusia dan lingkungannya. Maka dari itu sebabnya penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan, menganalisis, mendeskripsikan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan informasi di kantor KPKNL Yogyakarta.

⁴ Deddy Mulyana dan Solatun . 2013. Metode Penelitian Komunikasi (Bandung : PT Remaja Rosadakarya) hal12

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, kelompok, objek, atau fenomena yang menjadi subjek penelitian. Subjek penelitian dapat berbeda-beda tergantung pada disiplin ilmu, metode penelitian, dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, narasumber harus memberikan data tentang penggunaan Instagram di instansi. Sebagai Media Publikasi dan Informasi di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta. Subjek penelitiannya adalah humas atau admin dari akun Instagram @kpknyogyakarta serta yang terlibat dalam bagian menyebarkan informasi pegawai yang menghandle bagian sosial media di instansi KPKNL Yogyakarta ini ada 2 orang yaitu Yusuf Eko Susilo dan Arifin Nur Hartanto Dalam hal ini, narasumber dalam divisi Hukum & Informasi KPKNL Yogyakarta dibutuhkan untuk kebutuhan penelitian.

1.6 Jenis Data

Data yang akan dikumpulkan terdiri dari 2 macam yaitu :

1.6.1 Data Primer

Data primer yang dilakukan penulis berupa data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian yang sedang dilakukan. Wawancara dan observasi adalah sumber data utama penelitian ini. dengan kehumasan dalam pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta melalui Instagram@kpknyogyakarta.

1.6.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh individu atau organisasi lain untuk tujuan selain penelitian Anda tetapi kemudian digunakan dalam penelitian Anda. Data ini sudah ada sebelumnya dan digunakan kembali. Data sekunder yang dikumpulkan seperti artikel serta sumber yang berhubungan dengan penelitian.

1.7 Teknik Pengumpulan data

Metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi yang diperlukan untuk penelitian dikenal sebagai teknik pengumpulan data. Pilihan metode ini sangat penting karena akan memengaruhi kredibilitas dan validitas hasil penelitian.

a. Wawancara

Wawancara, yang bersifat semi-terstruktur, melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. yang mengacu pada rangkaian pertanyaan yang disusun tetapi memungkinkan pertanyaan baru muncul untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Dalam hal ini, peneliti menggunakan metode wawancara rinci dengan metode tanya jawab tatap muka antara subjek yang diwawancarai. Dalam wawancara ini penulis memilih narasumber yang bekerja di divisi program pengelolaan informasi dan komunikasi public yang mengelola semua sosial media di kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta seperti pada kegiatan pengelolaan konten informasi dan komunikasi public serta kegiatan monitoring opini dan aspirasi public.

b. Observasi

Observasi, menurut Sugiyono, adalah proses mencari sesuatu. Dengan melakukan observasi, peneliti memilih apa yang akan diamati dan mencatat apa yang terkait dengan penelitian dengan melakukan pengamatan langsung terhadap subjek atau situasi yang diteliti. Mengamati perilaku manusia, proses bisnis, atau kejadian tertentu dapat dilakukan untuk mencapai hal ini. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif (peneliti terlibat dalam kegiatan yang diamati) atau non-partisipatif (peneliti hanya mengamati). Observasi dilakukan pada akun Instagram @kpknlyogyakarta dan aktivitas kehumasan, hukum internal di kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan informasi, tulisan, beserta gambar, perekaman wawancara dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumentasi sangat penting dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian.

1.8 Teknik analisis data

Menurut Miles dan Huberman terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.⁵

A. Reduksi data

Reduksi data yang dilakukan penulis adalah mengorganisasi data, menggolongkan serta mengarahkan data sesuai dengan judul penelitian ini.

B. Penyajian data

Penyajian data yang dilakukan penulis adalah sekumpulan informasi yang ditulis naratif sehingga memudahkan penulis membuat kesimpulan dan fenomena yang terjadi.

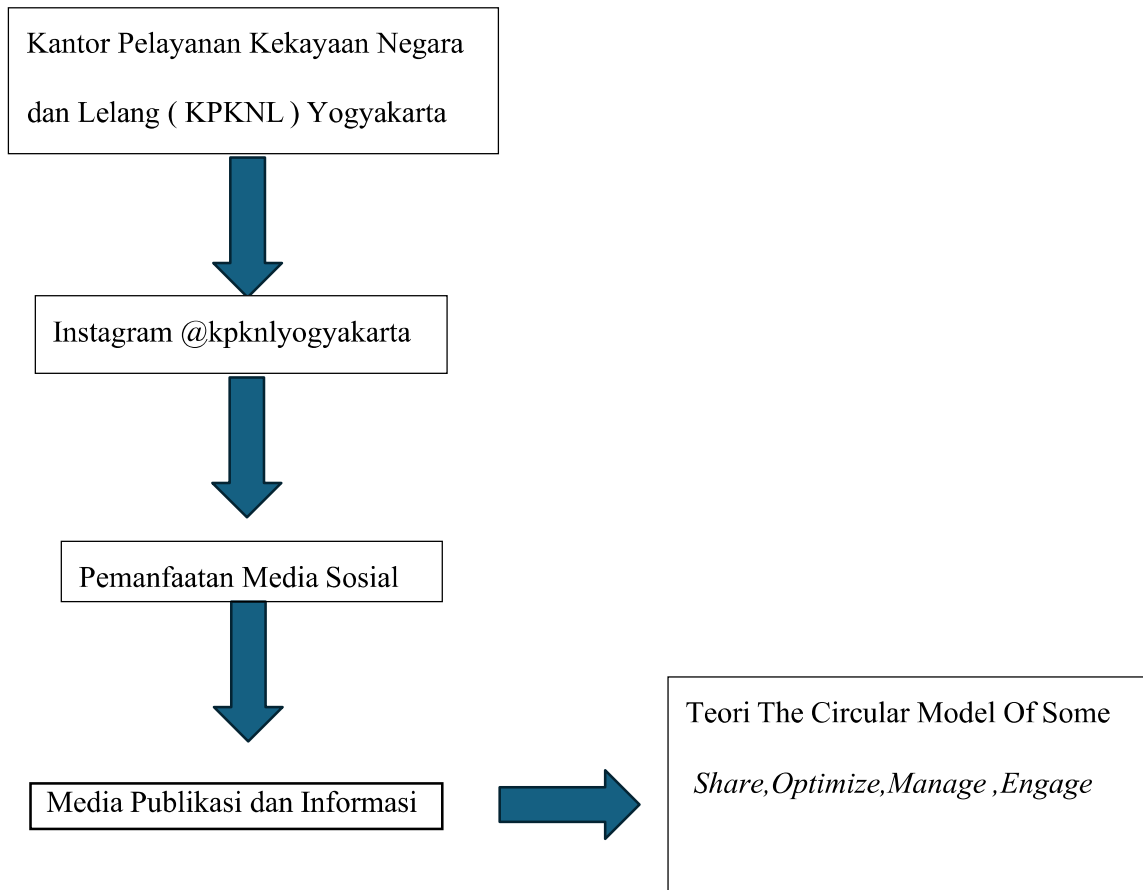
C. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang dilakukan penulis adalah dengan meninjau ulang penelitian yang dilakukan, meninjau ulang catatan lapangan dan penulisan.

⁵ Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi.Litbang Pertanian, Bogor, 27(10), 179-188.

1.9 Kerangka konsep, definisi konsep dan operasional konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi Konsep

a. Media sosial

Jack dan Scott (2011:5) memberikan definisi mengenai media sosial, yaitu *“is the set of Web-based broadcast technologies that enable the democratization of content, giving people the ability to emerge from consumers of content to publisher.”*

Social media menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur.⁶ Sosial media mencakup berbagai platform dan aplikasi online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain. jaringan sosial yang paling umum digunakan adalah sosial media jaringan umum, yang kegiatan di dalamnya meliputi berita, dan informasi dalam bentuk video, teks audio dan kutipan singkat Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan Tiktok adalah beberapa sosial media yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Instagram termasuk sosial media yang memiliki banyak fitur di dalamnya, sosial media

⁶ Meredith, Jack R. dan Scott M Shafer.2011.Operations Management 4th Editions. New Jersey : JohnWiley and Son

Instagram mencakup gambar dan video.

Fitur yang terdapat pada Instagram seperti stories untuk membagikan foto dan video singkat yang hilang setelah 24 jam, dan ada juga reels berupa platform video Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah video yang lebih panjang dan konten episodik, selain itu feeds sebagai fitur utama dalam Instagram.⁷ Dalam memanfaatkan media sosial. Terdapat empat aspek tahapan-tahapan dalam model *The Circular Model of Same* ini, keempat aspek tahapan tersebut memiliki peran dalam bagiannya masing-masing yang terdiri dari *Share, Optimize, Manage, dan Engage*.

b. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang memiliki jutaan pengguna bisa digunakan melalui *smartphone*, *ipad*, *laptop* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun ada perbedaannya yaitu terletak pada pengambilan foto serta bentuk atau tempat untuk berbagi informasi

⁷ Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.

terhadap penggunaannya menurut Bambang (2012:10).⁸ Pada Instagram ini pengguna atau pemilik akun dapat memanfaatkan Instagram sebagai sarana dalam berbagi foto, berbagi video dengan ditambahkan tulisan-tulisan yang mendukung untuk dibagikan kepada orang lain. Di akun Instagram @kpknllyogyakarta sendiri Sosial media digunakan untuk penyebaran informasi, media edukasi serta penyebaran informasi kebijakan baru yang ada di Yogyakarta. Media publikasi dan informasi berperan sebagai jembatan antara penerbit atau penyiar dengan khalayaknya. Mereka memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik, memberikan pengetahuan, dan memfasilitasi dialog yang penting dalam masyarakat.

c. Pemanfaatan media publikasi dan informasi

Media sosial telah menjadi platform utama untuk publikasi dan penyebaran informasi di era digital. Media publikasi dan informasi sebagai sarana atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan berita, informasi, dan materi publik kepada khalayak umum. Media ini memainkan peran penting dalam memberikan aksesibilitas dan

⁸ Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita

pemahaman terhadap berbagai isu dan topik yang berkembang di masyarakat.

d. *The Circular Model of Some (Model Sirkuler SoMe)*

Merupakan salah satu model teori penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari 4 tahap yaitu : share, optimize, manage, engage. Pada tahap share dibagi lagi menjadi (*Participate, Connect, Build trust*) pada bagian optimize dibagi lagi menjadi (*listen & learn, take a part authentic communication*) pada bagian manage dibagi menjadi (*monitoring, quick response, dan real time interaction*) terakhir pada bagian engage dibagi menjadi (*influencer & interactivity*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

1.9.3 Definisi operasional

Strategi media sosial sangat penting karena menyediakan saluran yang menghubungkan khalayak dengan minat yang sama, sehingga memungkinkan terjadinya dialog di mana hubungan yang bermakna dapat

dibina.⁹ Peneliti menggunakan teori dari Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of Some (Model Sirkuler SoMe)* dalam teori terdapat 4 tahapan yaitu :

a. Share

Tahapan ini tahapan bagaimana pada kantor KPKNL Yogyakarta mengelola sosial media Instagram sebagai media publikasi dan penyebaran informasi sebagai interaksi terhadap Masyarakat melalui like, komentar yang didapat. Semakin banyak like dan komentar yang diterima, semakin banyak akun Instagram yang dimiliki. @kpknlyogyakarta tersebut menjangkau public. Adapun beberapa bagian dari share yaitu :

- Participate

Instansi ini dilihat dengan bagaimana cara mereka melakukan partisipasi secara langsung dalam berkomunikasi terhadap pengikut di Instagram @kpknlyogyakarta dan bagaimana cara membuat konten, informasi dan postingan agar pesan tersampaikan dengan baik .

⁹ Regina Luttrell, *Social Media: How to Engage, Share and Connect* (London: Rowman & Littlefield Publishers: 2015), hal. 41.

- Connect

Pada fase share, instansi melihat bagaimana menjalin hubungan dengan pengikut di Instagram dan bagaimana organisasi berusaha agar pengikut mereka merepost postingan mereka.

- Build Trust

Instansi diuntut untuk membangun kepercayaan kepada pengikut mereka di Instagram. Setelah terhubung dengan khalayak, kemudian munculnya kepercayaan, dimana pengikut percaya bahwa instansi tersebut benar-benar dapat dipercaya keadanya.

b. Optimize

Dalam tahapan ini menunjukkan cara bagaimana kantor KPKNL Yogyakarta mengoptimalkan konten yang akan disebar serta interaksi dengan audiens. Adapun bagian dari optimize sebagai berikut :

- Listen & learn

Memantau, mendengar, dan mempelajari diskusi khalayak tentang topik tertentu di Instagram adalah salah satu cara untuk melihatnya melalui mentions.

Dengan menggunakan Instagram untuk menyebarkan konten, instansi harus memperhatikan apa yang dibicarakan oleh pengikutnya *Take part in Authentic Conversation*.

Pada bagian ini, instansi harus berpartisipasi dalam komunikasi dua arah, di mana instansi berpartisipasi dalam percakapan orang-orang. Percakapan ini dilakukan secara real-time dan memungkinkan pengguna untuk berbicara, berdebat, dan berkolaborasi dengan orang lain melalui platform yang dapat diakses, didengar, dan dipahami oleh jutaan orang

c. Manage

Tahap mengelola Instagram dari penyebaran informasi sampai membuat konten. Pada bagian ini Instagram @kpknyogyakarta dikelola dengan baik, hal ini dibuktikan dengan konten mereka yang berisi tentang media publikasi, media informasi bahkan media edukasi. Adapun bagian dari manage sebagai berikut :

- Media Monitoring

Dalam bagian ini, peneliti menyelidiki, mengawasi, dan menerapkan metode untuk menilai perkembangan yang relevan. Monitoring media dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Pada tahap sebelumnya, subjeknya harus sudah mengetahui apa yang dibicarakan publik di Instagram karena Luttrell menyarankan untuk melanjutkan kegiatan pemantauan media untuk lebih memahami masalah tersebut.

- Quick response

Bagaimana merespon komentar yang dikirim ke Instagram @kpknlyogyakarta adalah bagian dari respon cepat yang dimaksud untuk menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat dengan pengikut, sangat penting untuk bertindak dengan cepat.

- Real-time interaction

Dalam bagian ini, instansi akan melihat bagaimana topik berinteraksi secara realtime dengan audiens di Instagram @kpknlyogyakarta

untuk menjawab pertanyaan dan meningkatkan ketertarikan pembaca lain. Ini juga akan memastikan bahwa konten dan informasi yang dibagikan muncul kembali di linimasa mereka, atau timeline.

- Engage

Bagaimana di kantor KPKNL Yogyakarta melibatkan followers Instagram serta menjadi wadah umpan balik yang efektif. Sesuai dengan penjelasan Regina Luttrell dalam bukunya yang berjudul Social Media, Engage: siapa yang kita libatkan dan bagaimana? Apakah organisasi menginginkan anggota komunitas untuk mengambil tindakan atas apa yang telah kita sampaikan? Jika itu benar, apa yang kita harapkan mereka lakukan? Meskipun mengelola strategi keterlibatan merupakan tantangan, organisasi dapat membangun hubungan ketika mereka menyadari keuntungan dari keterlibatan nyata dan hubungan yang tepat.¹⁰

¹⁰ Regina Luttrell .2015.Sosial Media : How to Engage , Share and Connect , London : Rowman&LittleField