

Strategi Humas LLDIKTI Wilayah IV dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram

Puja Kharisma Nurfauziah*, Shopia Novita

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*pujakarisma96@gmail.com, shopia.novita@unisba.ac.id

Abstract. The Certified Internship Program is one of the Independent Campus programs carried out by the Ministry of Education and Culture with the aim of providing opportunities for all students to develop their potential through activities outside the classroom. Through this program, Region IV Higher Education Service Institutions provide internship opportunities through several departments, one of which is Public Relations. In this case, the author as an intern occupies the position of Public Relations. Public relations utilizes information media as an intermediary for disseminating information within the scope of educational institutions. The purpose of this report is to find out how to plan to manage Instagram social media content carried out by Public Relations. In addition, it is also to find out the utilization of LLDIKTI Region IV information media in terms of messages and usability. The results of the final report of the Certified Internship program include that the Public Relations Strategy in managing Instagram social media is quite effective. The strategies undertaken include strategies from planning to management stages, monitoring social media strategies and strategies for utilizing Instagram social media content in terms of messages and usability.

Keywords: *MSIB, Independent Campus, Information dissemination.*

Abstrak. Program Magang Studi Independen Bersertifikat merupakan salah satu program Kampus Merdeka yang diusung oleh Kemendikbudristek dengan tujuan memberikan kesempatan kepada seluruh mahasiswa untuk mengembangkan potensi diri melalui aktivitas di luar kelas pembelajaran. Melalui program tersebut, Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV memberikan kesempatan magang melalui beberapa department yang ditawarkan, salah satunya yaitu Hubungan Masyarakat. Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode atau pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana perencanaan hingga pengelolaan konten media sosial instagram yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat. Selain itu juga untuk mengetahui pemanfaatan media informasi LLDIKTI Wilayah IV dari segi pesan dan kegunaan. Untuk hasil penelitiannya ini meliputi bahwa strategi hubungam masyarakat dalam mengelola media sosial instagram sudah terbilang cukup efektif. Strategi yang dilakukan diantaranya terdiri dari strategi tahapan perencanaan hingga pengelolaan, strategi media sosial monitoring dan strategi dari pemanfaatan konten media sosial instagram dari segi pesan dan kegunaan.

Kata Kunci: *MSIB, Kampus Merdeka, Penyebarluasan Informasi.*

A. Pendahuluan

Magang bersertifikat adalah salah satu bagian dari program Kampus Merdeka yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) dengan tujuan memberikan kesempatan kepada seluruh mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan serta keahlian dalam wadah program yang telah disediakan. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV menjadi salah satu mitra yang menaungi program ini. Hubungan Masyarakat (Humas) menjadi salah satu posisi magang yang ada pada kesempatan Magang bersertifikat. Humas LLDIKTI Wilayah IV melakukan *recruitment* karena membutuhkan tenaga bantuan dari pihak eksternal yang tentunya bisa berperan juga dalam proses koordinasi dan komunikasi yang dilakukan dengan *stakeholder*.

Menurut IPR (*Institute of Public Relations*) berpendapat bahwa Humas atau *public relations* merupakan segala konteks upaya yang dilakukan sesuai rencana dengan tahapan-tahapan yang telah ditentukan dan dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan untuk menciptakan hubungan baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap *audience*. Dalam hal ini, Humas LLDIKTI Wilayah IV melakukan komunikasi dengan cara digital yaitu melalui konten yang disebarluaskan melalui media sosial instagram.

Instagram menjadi salah satu media sosial instan yang dilatar belakangi sebagai aplikasi berbasis gambar dan video dengan segala macam layanan *online*. Pada instagram, segala informasi bisa diakses bahkan bisa kita sebarluaskan secara mudah melalui fitur-fitur yang sudah disediakan. Kesempatan ini menjadi salah satu hal yang bisa dimanfaatkan untuk mengelola media sosial LLDIKTI Wilayah IV sebagai salah satu lembaga yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam hal penyebarluasan informasi secara menyeluruh dengan teknik penyampaian yang di desain se kreatif mungkin dan informasi atau pesan yang disampaikan dirancang secara lugas dan sederhana agar mudah dipahami.

Cutlip, Center dan Broom menyatakan bahwa sebagai seorang praktisi PR atau Hubungan Masyarakat (Humas) yang *profesional*, tentunya perlu menerapkan strategi dalam melaksanakan *jobdesk* dan program yang ditentukan karena hal ini akan mempengaruhi profesi dan *branding* yang dibawakan kepada khalayak luas tentunya *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan Regina Luttrell (2018) yang mengemukakan The Circular Mode of SoMe for Social Communication yang sudah mencakup empat poin penting yang sangat berperan dalam media sosial, diantaranya terdiri dari *Share, Optimize, Manage, dan Engage*.

Dalam melakukan perealisasi konten untuk disebarluaskan, Humas LLDIKTI Wilayah IV perlu menerapkan langkah atau strategi agar proses tersebut bisa berjalan dan terkoordinir dengan baik. Terlebih lagi dengan *feedback* yang akan diberikan oleh *followers* bisa mempengaruhi reputasi ataupun citra nama baik dari instansi ini. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV dalam mengelola konten di media sosial Instagram”.

Hal tersebut sejalan dengan tujuan yang bisa diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi dalam tahapan perencanaan serta Pengelolaan Konten Instagram LLDIKTI Wilayah IV
2. Untuk mengetahui Strategi Media Sosial Monitoring LLDIKTI Wilayah IV
3. Untuk mengetahui Strategi Dari Pemanfaatan Instagram Dari Segi Pesan dan Kegunaan

B. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode atau pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi berdasarkan pengalaman dan tindakan yang telah dilakukan. Sebagai pendamping dari proses penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori Cutlip Center dan Broom dan The Circular Mode of SoMe for Social Communication. Berdasarkan metode penelitiannya, E Murdiyanto (2020) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif ini menitikberatkan pembahasan atau penjelasan secara terperinci dan tertulis tanpa adanya kalkulasi angka dan disesuaikan dengan penemuan atau informasi yang didapatkan secara langsung maupun melakukan observasi serta untuk studi kasus dalam penelitian ini tentunya bisa membantu memaksimalkan pemahaman mengenai penelitian yang dilakukan dengan dukungan dari data dan informasi yang telah di

temukan. Kasus yang diteliti bisa bersifat sederhana ataupun kompleks sesuai dan penemuan informasi serta penyelesaian perolehan data disesuaikan dengan jangka waktu peneliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi dalam Tahapan Perencanaan serta Pengelolaan Konten Instagram LLDIKTI Wilayah IV

Setiap memasuki awal bulan, Ibu Hevy Pratiwi selaku mentor dan juga berperan sebagai fungsi koordinasi Hubungan Masyarakat selalu mengadakan agenda penyusunan konten kalender bersama staff bawahannya termasuk anak magang, dimana setiap orang diikuti sertakan dalam melakukan rencana konten terutama penentuan hari-hari besar yang ada di kalender.

Pada posisi ini, setiap staff bawahan akan menyampaikan hasil ide konten yang telah dipikirkan atau dirancang sebelumnya sesuai kemampuan yang dimiliki sendiri. Setelah semua pegawai ataupun anak magang melakukan diskusi, kemudian akan menyampaikan hasil dari ide konten tersebut. Ibu Hevy Pratiwi beserta bawahan serta peserta *intern* selaku Hubungan Masyarakat langsung menentukan atau memilah ide konten apa saja yang dapat digunakan untuk media sosial Instagram. Setelah itu, menyajikan hasil diskusi untuk konten yang akan dirancang tersebut secara manual melalui Google Spreadsheet ataupun tools lainnya yang berfungsi untuk menyajikan informasi.

Setelah disesuaikan dengan kebutuhan dan juga hari-hari besar, terdapat 2-3 ide yang memiliki potensi untuk dijadikan konten bulanan, selebihnya menjadi tugas penulis beserta anak magang lain selaku Hubungan Masyarakat untuk melengkapi ide konten lainnya. Ide konten yang telah terpilih akan dimasukkan ke dalam konten kalender yang secara manual diinput ke Google Spreadsheet yang sudah disediakan. Google Spreadsheet bisa dikatakan sebagai platform untuk mengelola pekerjaan dan menyiapkan kalender kegiatan pada jangka waktu yang diinginkan. Dalam jangka waktu satu bulan, penulis memasukan ide - ide konten serta rekapan publikasi instagram yang telah dipublikasikan.

Ibu Hevy Pratiwi menerapkan strategi dengan cara melakukan pembagian porsi konten yang dipublikasikan dalam setiap bulannya. Selain menerapkan dengan acuan konten kalender yang telah ditetapkan, mentor juga menyesuaikan konten yang akan dipublikasikan.

Konten-konten tersebut mencakup konten mengenai pelayanan, kegiatan yang telah diselenggarakan, informasi terkait Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi juga informasi Perguruan Tinggi Swasta, Prestasi yang diraih PTS Wilayah Jawa Barat dan Banten ataupun konten hiburan (*games, quiz, giveaways*, dan lain sebagainya) sebagai salah satu selingan dari konten yang lain.

Teknis strategi yang telah disetujui terdiri dari tiga opsi, diantaranya terdiri dari eksekusi design dan isi konten sesuai judul konten dan program, melakukan optimasi pada *copywriting* seperti *caption* serta *hashtag* serta melakukan pelayanan terhadap *followers* melalui DM dan komentar.

Dalam pembuatan atau perencanaan konten ini, penulis berperan dalam *copywriting* yang akan melengkapi hasil dari desain visual dan juga berperan apabila konten tersebut membutuhkan komponen video. Lalu setelah melewati tahapan pembuatan, tentunya ada proses pengolahan konten media sosial Instagram. Pada hal ini, Hubungan Masyarakat menerapkan strategi untuk publisitas ataupun penyebarluasan informasi kepada khalayak luas yang dikenal sebagai #RencangLLDIKTI4.

Strategi Media Sosial Monitoring LLDIKTI Wilayah IV

Media sosial monitoring merupakan kegiatan mengawasi dan memantau media sosial. Sejalan dengan proses penggarapan konten sesuai dengan jadwal, penulis juga memantau jalannya akun media sosial LLDIKTI Wilayah IV. Pada Google Slides, kegiatan input data yang dilakukan sudah mencakup interaksi atau jangkauan yang dilakukan oleh followers, penetapan warna tone postingan di media sosial dan perhitungan dari konten-konten pun merupakan bagian dari media sosial monitoring. Penulis juga sering kali menanggapi pertanyaan-pertanyaan dan memberikan umpan balik dari *audience* saat memantau media sosial LLDIKTI Wilayah IV.

Biasanya setelah melakukan media sosial monitoring, Ibu Hevy selaku mentor beserta staff bawahannya akan melakukan evaluasi konten. Evaluasi konten ini tentunya tergolong kedalam media sosial monitoring karena memberikan gambaran sekaligus perbaikan untuk konten yang akan diproduksi selanjutnya dan tentunya hal ini berguna sebagai peningkatan kualitas konten media sosial Instagram. Evaluasi biasanya dilakukan secara langsung dan disajikan dalam *google slides*. Pada *google slides*, informasi yang disajikan mencakup evaluasi program kerja, desain dan publikasi serta pengukuan keterjangkauan informasi yang disampaikan.

Berdasarkan model The Circular Mode of SoMe for Social Communication yang dikemukakan oleh Regina Luttrell (2018), model mencakup empat poin penting yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage. Secara langsung, Humas LLDIKTI Wilayah IV telah melakukan pemantauan untuk perbaikan pada tiap tahapan dari The Circular Mode of SoMe for Social Communication. Media sosial monitoring ini juga bersifat sirkular dan repetitif, sehingga telah sesuai dengan model yang dikemukakan oleh Regina Luttrell.

Dari hasil media monitoring bisa terlihat seberapa banyak kadar rendah tingginya tingkat interaksi yang dilakukan oleh *followers*. Media sosial monitoring ini mencakup pemantauan terhadap jumlah *followers*, *reach*, *impression*, *engagement*, *engagement rate*, *likes*, *comments*, *profile activity*, total posting dan kenaikan atau penambahan pada jumlah *followers*. Hal ini akan bisa membuat Humas LLDIKTI Wilayah IV juga memperkirakan berhasil atau tidak mengenai capaian efektifitas menggunakan Instagram.

Strategi Dari Pemanfaatan Instagram Dari Segi Pesan dan Kegunaan

Perkembangan dunia digital yang semakin pesat menjadi salah satu alasan LLDIKTI Wilayah IV menggunakan media sosial khususnya Instagram. Ibu Hevy Pratiwi beserta tim memiliki takaran atau keputusan untuk tetap mengikuti arus perkembangan jaman, dengan mayoritas aktif di media sosial terutama Instagram maka memudahkan tim Hubungan Masyarakat untuk menjangkau khalayak luas.

Menurut Amy Reitz (2012) dalam bukunya "*Social Media's Function Organizations: A Functional Analysis Approach*" berpendapat bahwa ada empat fungsi media sosial yang bisa diaplikasikan untuk menjalin hubungan komunikasi antara tiap organisasi dengan publiknya.

Kegunaan media sosial bagi LLDIKTI Wilayah IV juga tidak terlepas dari kebutuhan-kebutuhan instansi perusahaan, seperti menjaga eksistensi dalam perkembangan media digital, menyediakan kebutuhan informasi bagi pengguna dan audience secara luas, menjaga komunikasi dengan followers, dan juga memperluas jangkauan serta informasi dari LLDIKTI Wilayah IV. Pesan yang disampaikan melalui konten-konten yang diolah oleh Humas, LLDIKTI Wilayah IV menyampaikan pesan dan informasi secara efektif agar mudah dipahami oleh khalayak luas terutama *stakeholder*.

Untuk pemanfaatan pesan, LLDIKTI Wilayah IV mengemas pesan-pesan yang sesuai dengan judul program yang ditentukan. Salah satunya #PojokPendidikan yang terkadang dikemas menjadi konten hiburan. Contohnya ada *rules* tebak gambar ataupun teka-teki silang yang didasarkan dari clue atau pertanyaan informatif seputar pendidikan ataupun LLDIKTI. Konten hiburan dibuat sebagai selingan dari konten-konten yang telah dijelaskan sebelumnya yang pembawaannya terkesan cukup serius.

Format konten yang dikelola oleh Humas untuk penyebarluasan informasi dikemas secara sederhana dengan tujuan agar mudah dipahami. Format konten tersebut diantaranya terdiri dari visual dan juga audio visual. Biasanya setelah proses penyebarluasan informasi pun pihak tim Humas akan selalu melakukan pengecekan kembali pada *feeds* ataupun *instastory*.

Informasi yang disebarluaskan melalui media sosial Instagram akan sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan tentunya disesuaikan dengan data yang ada. Manajemen isu yang dikontrol dalam hal ini bisa meliputi isu-isu atau informasi yang berhubungan dengan PTS ataupun Lembaga, informasi kegiatan yang akan dan telah dilaksanakan nantinya Humas LLDIKTI Wilayah IV akan menyaring respon yang diberikan oleh *followers*. Mengontrol manajemen isu ini dilakukan oleh Humas LLDIKTI Wilayah IV dengan tujuan untuk menjaga citra dan mengelola citra sebagai identitas instansi perusahaan yang selalu berhubungan dengan

publik.

Sesuai dengan penjelasan yang telah dilakukan, pemanfaatan media sosial Instagram dari segi pesan dan kegunaan sudah mempunyai arah yang cukup jelas dan disesuaikan dengan kebutuhan konten yang disediakan. Pesan yang disampaikan juga dikemas secara informatif dan persuasif.

Dalam pengaplikasiannya, Humas LLDIKTI Wilayah IV selalu memperhatikan pembawaan dan tampilan untuk kebutuhan publikasi melalui media sosial khususnya Instagram. Mulai dari informasi yang disebarkan, pelengkap visual dan lain sebagainya. Dalam hal ini, identitas yang dimaksud bisa kita lihat dari sisi visual perusahaan ataupun pelayanan yang diberikan. Hal ini memiliki hubungan dengan desain postingan, warna media sosial ataupun hal lain yang bisa terlihat dan dinilai oleh khalayak luas khususnya *followers*.

Dalam hal ini, pemanfaatan instagram dari segi pesan dan kegunaan bisa di jabarkan sebagai berikut: (1) Mempertahankan identitas organisasi, (2) Kesempatan dalam membangun hubungan, (3) Kemampuan untuk mengontrol manajemen isu.

Hasil dari penelitian yang dilakukan, strategi Humas LLDIKTI Wilayah IV menyesuaikan dengan *work flow* yang ada pada instansi perusahaan. Terlebih lagi dengan tugas dan tanggung jawab yang harus memberikan pelayanan serta memfasilitasi mutu penyelenggara pendidikan tinggi, tentunya LLDIKTI Wilayah IV harus bisa menjadi wadah untuk seluruh informasi perguruan di Wilayah Jawa Barat dan Banten. Hasilnya, informasi tersebut perlu dikemas secara sederhana dan menarik agar mudah dipahami. Pemilihan tindakan melalui instagram ini menjadi salah satu hal yang terbilang efektif untuk Humas LLDIKTI Wilayah IV dalam mengelola dan melakukan penyebaran informasi kepada seluruh *stakeholder*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan, peneliti bisa menyimpulkan bahwa hasil dari strategi humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV dalam mengelola media sosial instagram dapat diringkas sebagai berikut:

1. Humas LLDIKTI Wilayah IV telah melakukan pengelolaan media sosial instagram secara terstruktur sehingga detail alur pengerjaan konten yang dilakukan bersifat jelas dan sesuai arahan yang diberikan oleh mentor yang menyesuaikan juga dengan kebutuhan konten. Dalam pengelolaannya juga, Humas LLDIKTI Wilayah IV menerapkan strategi agar pesan yang disampaikan bisa bersifat informatif dan mudah dipahami oleh khalayak luas atau biasa kita kenal sebagai *followers*.
2. Media sosial monitoring menjadi salah satu acuan untuk proses perkembangan konten selanjutnya dan selalu dilakukan untuk pengawasan *followers* terikat ada atau tidaknya *feedback* yang diberikan kepada komunikator sehingga Humas LLDIKTI Wilayah IV bisa mengetahui tingkat antusias ketertarikan *followers* atas apa yang telah dipublikasikan. Terlebih lagi untuk setiap bulannya selalu melaksanakan diskusi terkait hasil analisa yang telah dilakukan di instagram dan melihat *engagement* yang ada sebagai salah satu bukti monitoring yang dilakukan. Pola tahapan yang ada bergerak secara sirkular untuk proses monitoring dan pengelolaannya.
3. Pemanfaatan konten media sosial Instagram LLDIKTI Wilayah IV yang dilakukan oleh Humas sudah bersifat komprehensif yang artinya mempunyai akses luas, menyeluruh dan jelas dari segi pesan dan kegunaan. Terlebih lagi dengan pesan yang disesuaikan dengan judul konten program yang ditetapkan, akan memudahkan Humas LLDIKTI Wilayah IV mempunyai gambaran yang tepat dan mengetahui sejauh mana rasa ketertarikan *followers* terhadap postingan.

Acknowledge

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat diberi kesempatan untuk menyelesaikan Penelitian saya yang berjudul “Strategi Humas LLDIKTI Wilayah IV Dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram” hingga tersusun dengan selesai. Serta saya ucapkan terimakasih kepada Ibu Shopia Novita selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, dan

petunjuk dalam proses penyusunan, segenap pegawai LLDIKTI Wilayah IV juga kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa memberikan doa serta dukungan tanpa henti kepada saya sehingga penelitian ini dapat dikerjakan dengan lancar dan selesai tepat pada waktunya, dan sahabat serta teman saya yang selalu support kepada saya dalam segala hal.

Daftar Pustaka

- [1] Amir Hamzah, Metode Penelitian Kualitatif, (Malang: Literasi Nusantara, 2019). Tanggal akses 1 Februari 2023.
- [2] Corrylia Almira Rahma Raissa, Ahmadi D. Kegiatan Media Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Dec 20;59–66. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1087>
- [3] Dr. Eko Murdiyanto Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal) - Edisi I – 2020. Tanggal akses 2 Februari 2023, pukul 20.21WIB
- [4] Fayiz, Zhafran. (2022). “Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Media Informasi *Covid-19*”. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- [5] Hensyah, Nogie Praba. (2021). “Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi”. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- [6] “Humas Indonesia” <https://humasindonesia.id/berita/manajemen-isu-penting-untuk-pencegahan-krisis-391>. Tanggal akses 1 Februari 2023, pukul 15.45 WIB.
- [7] “Kampus Merdeka”. [Home | Merdeka Belajar - Kampus Merdeka \(kemdikbud.go.id\)](https://www.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/). Tanggal akses 29 Januari 2023, pukul 13.51 WIB.
- [8] “Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV” <https://lldikti4.kemdikbud.go.id/>. Tanggal akses 30 Januari 2022, pukul 09.00 WIB
- [9] Luttrell, Regina. (2018) . *Sosial Media: How to engage, share and connect*. London: Rowman & Littlefield.
- [10] Permasih, Imas. (2018). “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat” dalam *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, Vol.3 No.1, tersedia di <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/download/584/98>
- [11] Putri NR, Drajat MS. Kegiatan Marketing Public Relations PT. X Bandung pada Program “Komunitas Siap Gerak.” *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Jul 5;23–30. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/753>
- [12] Qorib F, Utami Rezkiawaty Kamil S, Jumrana, La Tarifu. Reshaping Today’s Education with Social Media. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Dec 21;105–10. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1355>