

ABSTRAK

Praktik *public relations* sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Khususnya teknologi informasi melalui jaringan internet. Instagram muncul sebagai medium bagi praktik *public relations* untuk memberikan akses langsung dan cepat kepada masyarakat yang lebih spesifik. Salah satu perusahaan yang menyadari pentingnya kegiatan *public relations* didalam media sosial instagram adalah @Diskominfotik_kbb. Perusahaan ini bergerak dibidang media informasi digital yang bertujuan untuk menjadi sumber informasi bagi warga Bandung melalui media sosial instagram. *Public relations* bertugas untuk mengelola media sosial twitter @Diskominfotik_kbb dengan tujuan membentuk citra perusahaan kepada publiknya melalui instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses *public relations* dalam mengelola media sosial twitter. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan observasi. Untuk meningkatkan validitas data, peneliti menggunakan triangulasi teknik yaitu membandingkan hasil observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, *public relations* @Diskominfotik_kbb tidak menjalankan proses manajerial, yaitu *fact-finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation* dengan baik.

Kata Kunci : strategi komunikasi, public relations pemerintah, citra pemerintah, media sosial

ABSTRACT

Public relations practices are greatly influenced by technological developments. Especially information technology via the internet network. Instagram emerged as a medium for public relations practices to provide direct and fast access to more specific communities. One company that realizes the importance of public relations activities on Instagram social media is @Diskominfotik_kbb. This company operates in the digital information media sector which aims to be a source of information for Bandung residents through the social media Instagram. Public relations is tasked with managing social media Twitter @Diskominfotik_kbb with the aim of forming the company's image to the public via Instagram. The purpose of this research is to find out how the public relations process works in managing Twitter social media. This study used descriptive qualitative method. The data collection techniques used were interviews and observation. To increase the validity of the data, researchers used triangulation techniques, namely comparing the results of observations and interviews. Based on the research results obtained, public relations @Diskominfotik_kbb does not carry out managerial processes, namely fact-finding, planning, communication and evaluation well.

Keywords: *communication strategy, government public relations, government image, social media*