



## ABSTRAK

### STRATEGI HUMAS KOMINFO DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENGELOLA AKUN INSTAGRAM @KOMINFODIY SEBAGAI SARANA INFORMASI PUBLIK

Ahmad Syafiq Kurniawan  
5201711080

Peran media sosial menjadi sangat penting pada era digital saat ini, bukan hanya sebagai alat komunikasi semata, tetapi juga sebagai sarana informasi publik yang luas. Media sosial memungkinkan keterlibatan langsung antara publik dengan instansi terkait dan dapat diakses oleh siapa pun tanpa batasan waktu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang digunakan Humas kominfo Daerah Istimewa Yogyakarta melalui akun Instagram @kominfodiy sebagai sarana penyampaian informasi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan model analisis *The Circular Model of SoMe for Social Communication* model komunikasi yang dicetuskan oleh Regina Luttrell. Tehnik pengumpulan data yang di gunakan berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahapan *share*, Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta memanfaatkan media social Instagram untuk menyampaikan informasi yang disesuaikan dengan tren dan karakteristik publik melalui konten informatif, edukatif, dan berbasis kearifan lokal. Pada tahapan *optimaze*, Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta memanfaatkan fitur pada media sosial Instagram seperti hastag, dan caption. Pada tahap *Manage*, Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan pengelolaan informasi pada media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan konten yang terstruktur, informatif, dan mudah diakses. Dengan pengelolaan yang sistematis ini, masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan, sehingga komunikasi pemerintah menjadi lebih efektif, transparan, dan dapat membangun kepercayaan publik. Tahap *engage*, Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta membangun keterikatan dengan masyarakat melalui interaksi langsung melalui kolom komentar atau pesan, humas pemerintah kabupaten Daerah Istimewa Yogyakarta juga bekerja sama dengan stakeholder dalam memberikan informasi. Pada empat tahapan tersebut yang di lakukan oleh humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mengelola media sosial instagram sebagai sara penyampaian informasi publik.

**Kata Kunci:** strategi, humas, media sosial, The Circular Model of SoMe for Social Communication

## **ABSTRACT**

### **THE PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF THE COMMUNICATION AND INFORMATION OFFICE OF THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA IN MANAGING THE INSTAGRAM ACCOUNT @KOMINFODIY AS A MEDIUM FOR PUBLIC INFORMATION**

*Ahmad Syafiq Kurniawan*  
5201711080

*The role of social media has become increasingly important in today's digital era, not only as a means of communication but also as a broad platform for public information. Social media enables direct engagement between the public and related institutions and can be accessed by anyone without time limitations. This study aims to identify the strategies used by the Public Relations Division of the Communication and Information Office (Kominfo) of the Special Region of Yogyakarta through its Instagram account @kominfodiy as a medium for disseminating public information. This research employs a descriptive qualitative method using The Circular Model of SoMe for Social Communication, a communication model developed by Regina Luttrell. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that in the share stage, the Public Relations Office of the Special Region of Yogyakarta utilizes Instagram to deliver information tailored to current trends and public characteristics through informative, educational, and locally inspired content. In the optimize stage, the office makes use of Instagram features such as hashtags and captions to enhance message reach. During the manage stage, information is organized systematically on Instagram to ensure that content is structured, informative, and easily accessible. This systematic management allows the public to better understand the information conveyed, making government communication more effective, transparent, and capable of building public trust. In the engage stage, the Public Relations Office establishes engagement with the public through direct interactions via comments or messages and collaborates with stakeholders in disseminating information. Through these four stages, the Public Relations Office of the Special Region of Yogyakarta effectively manages its Instagram account as a medium for delivering public information.*

**Keywords:** *strategy, public relations, social media, The Circular Model of SoMe for Social Communication*