



ABSTRAK

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) PURWOREJO DALAM UPAYA MENINGKATKAN KREDIBILITAS DI MATA PUBLIK PASCA PEMILU TAHUN 2024

Choirul Priyo Aji
5201711019

Media sosial Instagram menjadi alat ruang komunikasi publik yang strategis bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Purworejo dalam menjaga keterbukaan informasi serta membangun kredibilitas publik pasca pemilihan umum tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi public relations KPU Purworejo dalam memanfaatkan Instagram dengan menggunakan teori Share, Optimize, Manage, dan Engage. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi langsung terhadap konten dan aktivitas akun Instagram @kpu.purworejo, serta dokumentasi pendukung. Informan penelitian meliputi ketua sosdiklih, parmas, dan SDM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap share, public relations KPU Purworejo memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi melalui konten yang informatif, dan ramah disabilitas. Pada tahap optimize public relations KPU Purworejo berupaya membangun komunikasi dua arah dengan memaksimalkan fitur hastag, mentions, dan captions. Pada tahap manage, public relations KPU Purworejo memonitoring kinerja media social instagram secara berkala baik dari pusat maupun internal KPU Purworejo, serta berupaya menjaga komunikasi dua arah melalui respon aktif publik di Instagram. Pada tahap engage, public relations KPU Purworejo membangun kolaborasi aktif dengan public dan stackholder di lingkungan kabupaten purworejo untuk memperkuat kredibilitas publik melalui interaksi aktif, serta melakukan evaluasi kinerja KPU Purworejo melalui IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat).

Kata Kunci: public relations, KPU Purworejo, Instagram, kredibilitas publik, SoMe (share, optimize, manage, engage)

ABSTRACT

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT STRATEGY OF THE GENERAL ELECTION COMMISSION (KPU) PURWOREJO IN AN EFFORT TO IMPROVE CREDIBILITY IN PUBLIC AFTER THE 2024 ELECTION

Choirul Priyo Aji
5201711016

Instagram has become a strategic public communication platform for the general election commission of Purworejo in maintaining information transparency and strengthening public credibility after the 2024 general election. This study aims to examine the public relations strategy of election commission of Purworejo in utilizing Instagram by applying the SoMe Share, Optimize, Manage, Engage framework. This research employs a descriptive qualitative method through in depth interviews, observation of the Instagram account @kpu.purworejo, and supporting documentation. The informants consist of the head of the division for voter education, community participation, and human resources. The findings indicate that in share stage, election commission of Purworejo distributes informative and disability friendly content to fulfill public information needs. In the optimize stage, two-way communication is strengthened through the use of hashtag, caption, and mentions. In the manage stage, commission election conducts regular monitoring of Instagram performance, both from the central office and internally, while maintaining responsiveness to public and stakeholders in Purworejo regency to enhance public credibility through interactive communication, and evaluates its performance using the public satisfaction index.

Keywords: *public relations, Commission Election of Purworejo, Instagram, public credibility, SoMe (share, optimize, manage, engage)*