

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah telah banyak dilakukan, namun kajian yang secara khusus menganalisis strategi pengelolaan akun Instagram akun khususnya pada Dinas Perhubungan Kota Tangerang Selatan, masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh Humas Dinas Perhubungan Kota Tangerang Selatan melalui akun Instagram @dishub_tangsel sebagai media pelayanan publik *digital*. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi yang cepat, transparan, dan interaktif, media sosial menjadi sarana strategis bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi dan membangun komunikasi dua arah dengan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas pengelolaan akun Instagram @dishub_tangsel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman, serta dikaji berdasarkan kerangka Teori *The Circular Model of SOME* yang meliputi aspek *share, optimize, manage, dan engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Humas Dinas Perhubungan Kota Tangerang Selatan telah berfungsi sebagai media penyampaian informasi layanan transportasi, edukasi keselamatan lalu lintas, dan publikasi kegiatan institusi. Namun demikian, dalam penerapannya masih terdapat beberapa kendala, terutama pada aspek keterlibatan audiens (*engage*) dan optimalisasi interaksi dua arah dengan masyarakat. Keterbatasan sumber daya manusia dan belum optimalnya pengelolaan respons menjadi faktor utama yang memengaruhi efektivitas komunikasi publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi publik digital serta menjadi bahan evaluasi praktis bagi instansi pemerintah dalam mengelola media sosial secara lebih strategis dan responsif.

Kata kunci: Pengelolaan Media Sosial, Humas Pemerintah, Instagram, Pelayanan Publik, *The Circular Model of SOME*

ABSTRACT

This research on the use of social media by government institutions has been widely conducted; however, studies that analyze the management strategies of Instagram accounts, particularly those of the Department of Transportation of South Tangerang City, remain relatively limited. This study aims to analyze the social media management strategy implemented by the Public Relations Division of the Department of Transportation of South Tangerang City through the Instagram account @dishub_tangsel as a digital public service medium. Along with the increasing public demand for fast, transparent, and interactive access to information, social media has become a strategic platform for government institutions to disseminate information and establish two-way communication with the public. This study employs a qualitative approach using a descriptive method, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation of the management activities of the @dishub_tangsel Instagram account. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model and examined through the framework of *The Circular Model of SOME*, which consists of the *share*, *optimize*, *manage*, and *engage* aspects. The findings indicate that Instagram has been utilized by the Public Relations Division as a medium for delivering transportation service information, traffic safety education, and institutional activity publication; however, several challenges remain in its implementation, particularly in terms of audience engagement and the optimization of two-way interaction with the public. Limitations in human resources and suboptimal response management are identified as the main factors affecting the effectiveness of digital public communication. This study is expected to contribute academically to the field of digital public communication studies and practically serve as an evaluative reference for government institutions in managing social media in a more strategic and responsive manner.

Keywords: Social Media Management, Government Public Relations, Instagram, Public Service, *The Circular Model of SOME*