

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
SARANA SOSIALISASI KEBIJAKAN GANJIL-GENAP DKI JAKARTA
PADA SAAT COVID-19

Dimas Fadly Syahputra

ABSTRAK

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara TMC Polda Metro Jaya untuk mensosialisasikan Kebijakan Ganjil-Genap pada saat Covid di media Sosial Instagram. TMC Polda Metro Jaya menggunakan pendekatan komunikasi massa yang artinya TMC Polda Metro Jaya memberikan informasi dan berita melalui akun Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus untuk dijadikan sebagai strategi penelitiannya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer (wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan) dan sekunder (studi pustaka dan hasil penelitian sebelumnya).

Hasil Penelitian ditemukan Pemanfaatan Akun media sosial Instagram @tmcpoldametro sebagai alat penyebar sosialisasi kebijakan ganjil genap sudah baik, ini terlihat dari jumlah masyarakat yang melihat konten pada Akun media sosial Instagram @tmcpoldametro dan komentar-komentar positif yang diberikan oleh masyarakat, TMC Polda Metro Jaya melakukan sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap melalui media sosial Instagram secara baik, ini bisa dilihat dari pemanfaatan fitur-fitur Instagram oleh akun Instagram @tmcpoldametro serta memanfaatkan jenis konten yang berbeda seperti gambar dan video mengenai kebijakan ganjil dan genap

Kata Kunci: Media sosial, Kebijakan Ganjil genap, *Public Relations*

*ANALYSIS OF THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF
DISSEMINATING DKI JAKARTA'S ODD-EVEN POLICIES POST-COVID-19*

Dimas Fadly Syahputra

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the TMC Polda Metro Jaya socializes the Post-Covid Odd-Even Policy on Instagram Social media. TMC Polda Metro Jaya uses a mass communication approach, which means TMC Polda Metro Jaya provides information and news through an Instagram account.

This study uses a qualitative descriptive research method. This study uses a case study strategy to serve as a research strategy. The data collected in the study consisted of primary data (interviews, documentation and literature study) and secondary data (literature studies and previous research results).

The results of the study found that the use of the Instagram social media account @tmcpoldametro as a tool for disseminating the odd-even policy socialization was good, this was seen from the number of people who saw the content on the Instagram social media account @tmcpoldametro and the positive comments given by the community, TMC Polda Metro Jaya carried out The socialization of the Odd-Even policy through Instagram social media is good, this can be seen from the use of Instagram features by the Instagram account @tmcpoldametro and the use of different types of content such as images and videos regarding odd and even policies.

Keywords: Social media, Odd-Even Policy, Public Relations