

PENGELOLAAN ISU BAHAYA LAYANGAN DI SEKITAR SUTET PADA INSTAGRAM @PLN.UITJBT

Shintya Diva¹, Martha Tri Lestari², Rifqi Abdul Aziz³

^{1,2,3}FKS Universitas Telkom, Jalan Telekomunikasi 1, Terusan Buahbatu-Bojongsoang,
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung,

shintyadivaa@student.telkomuniversity.ac.id, marthadjamil@telkomuniversity.ac.id,
rifqiabz@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

This research is based on the issue of the danger of kites around the SUTET which has a negative impact on PT PLN (Persero) Central Java Transmission Unit and has made efforts to reduce the issue through Instagram managed by public relations. The aim is to analyze the shortcomings of using Instagram when managing the issue. This study uses a case study method with data collection through interviews, observations and documentation using the 4 Steps PR concept by (Cutlip, Center, and Broom 2009) and the theory of Social Media Management by (Chris Heuer, 2009). The results obtained are how the public relations of PT PLN UIT JBT carries out its activities in managing the issue of the danger of kites around the SUTET and it will be on Instagram @pln.uitjbt through research, formation of work plans, communication, and evaluation. Instagram management by managing the context of content publication, communication with credible messages, collaboration, connection and interaction. This study concludes that they are still not optimal in managing and conveying information on the dangers of kites around SUTET on Instagram @pln.uitjbt, where it is still lacking in determining the strategy and defining the use of Instagram.

Keywords: *Instagram management, issue management, public relations*

ABSTRAK

Penelitian ini latar belakang oleh isu bahaya layangan di sekitar SUTET yang menjadi dampak buruk kepada PT PLN (Persero) Unit Induk Transmisi Jawa Bagian Tengah dan melakukan pengupayaan mengurangi isu melalui Instagram yang dikelola oleh humas. Tujuannya adalah menganalisis kekurangan penggunaan Instagram saat mengelola isu tersebut. Studi ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi menggunakan konsep 4 Steps PR oleh (Cutlip, Center, and Broom 2009) dan teori Pengelolaan Media Sosial oleh (Chris Heuer, 2009). Hasil yang diperoleh bagaimana humas PT PLN UIT JBT melakukan aktivitasnya pada pengelolaan isu bahaya layangan di sekitar SUTET dan nantinya direalisasikan di Instagram @pln.uitjbt melalui riset, pembentukan perencanaan kerja, komunikasi, dan evaluasi. Pengelolaan Instagram dengan mengelola konteks publikasi konten, komunikasi dengan pesan kredibel, kolaborasi, koneksi dan interaksi. Penelitian ini menyimpulkan

PT PLN UIT JBT masih belum optimal dalam mengelola dan menyampaikan informasi isu bahaya layangan di sekitar SUTET pada Instagram @pln.uitjbt, dimana masih kurang meentukan strategi dan mendefinisikan penggunaan Instagram tersebut.

Kata Kunci: Pengelolaan Instagram, pengelolaan isu, hubungan masyarakat

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. PLN (Persero) Unit Induk Transmisi Jawa Bagian Tengah melalui akun Instagram @pln.uitjbt dalam mengelola isu terkait bahaya bermain layangan di sekitar Saluran Udara Tegangan Ekstra Tinggi (SUTET). Dalam beberapa tahun terakhir, aktivitas bermain layangan mengalami peningkatan popularitas, tidak hanya sebagai hobi tetapi juga sebagai kegiatan yang melibatkan komunitas-komunitas khusus, seperti PELANGI (Perkumpulan Pelayang Seluruh Indonesia). Komunitas-komunitas ini rutin mengadakan latihan bersama dan festival layangan yang menarik perhatian masyarakat luas.

Namun, meskipun menjadi hiburan yang menyenangkan, bermain layangan di sekitar area SUTET membawa risiko yang signifikan, terutama jika layangan terbuat dari bahan konduktor seperti tembaga atau kawat besi. Layangan yang tersangkut pada kabel atau struktur SUTET dapat menyebabkan gangguan listrik, kebakaran, ledakan, hingga pemadaman listrik yang merugikan PT. PLN dan masyarakat.



Sumber: (Kiri) tribunjabar.id (diakses pada tanggal 31/05/2024 pada pukul 22:43 WIB), (Kanan) iNewsTasikmalaya.id (diakses pada tanggal 31/05/2024 pada pukul 22:50 WIB)

Gambar 1 Lokasi berlatih dan festival layangan sekitar area SUTET

Untuk menangani isu ini, PT. PLN memanfaatkan Instagram sebagai platform edukasi, mengingat media sosial ini menjadi alat yang sering digunakan oleh humas dalam publikasi. Melalui akun Instagram @pln.uitjbt, PT. PLN menyebarkan informasi mengenai bahaya bermain layangan di dekat SUTET dengan berbagai jenis konten, termasuk infografis, video edukasi, dan postingan lain yang menjelaskan risiko-risiko yang terkait

serta aturan jarak aman yang harus dipatuhi sesuai regulasi PERMEN ESDM No. 2 Tahun 2019. Namun, penelitian ini menemukan bahwa upaya edukasi melalui Instagram masih belum efektif. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan jangkauan dan interaksi dengan target audiens. Meskipun Instagram memiliki berbagai fitur interaktif, penggunaannya oleh PT. PLN masih minim, terutama dalam memanfaatkan fitur-fitur seperti reels, Instastory, dan highlight untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Akibatnya, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya menyadari bahaya potensial bermain layangan di dekat SUTET, menunjukkan bahwa pesan-pesan edukatif belum tersampaikan secara efektif.



Sumber: Akun Instagram @pln.uitjbt (diakses pada 6 November 2023 pada pukul 01.08 WIB)

Gambar 2 Konten Infografis bahaya layangan di sekitar SUTET

Untuk menangani isu ini, PT. PLN memanfaatkan Instagram sebagai platform edukasi, mengingat media sosial ini menjadi alat yang sering digunakan oleh humas dalam publikasi. Melalui akun Instagram @pln.uitjbt, PT. PLN menyebarkan informasi mengenai bahaya bermain layangan di dekat SUTET dengan berbagai jenis konten, termasuk infografis, video edukasi, dan postingan lain yang menjelaskan risiko-risiko yang terkait serta aturan jarak aman yang harus dipatuhi sesuai regulasi PERMEN ESDM No. 2 Tahun 2019. Namun, penelitian ini menemukan bahwa upaya edukasi melalui Instagram masih belum efektif. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan jangkauan dan interaksi dengan target audiens. Meskipun Instagram memiliki berbagai fitur interaktif, penggunaannya oleh PT. PLN masih minim, terutama dalam memanfaatkan fitur-fitur seperti reels, Instastory, dan highlight untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Akibatnya, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya menyadari bahaya potensial bermain layangan di dekat SUTET, menunjukkan bahwa pesan-pesan edukatif belum tersampaikan secara efektif.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi PT. PLN melalui Instagram. Fokus utama penelitian adalah bagaimana PT. PLN mengelola isu bahaya layangan di sekitar SUTET dan peran humas dalam merancang serta melaksanakan strategi komunikasi untuk mengurangi dampak dari isu tersebut. Mengacu pada teori Grunig (2009), media sosial seperti Instagram memberikan peluang kepada humas untuk mengelola isu secara strategis dan melakukan intervensi yang tepat untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penelitian ini menekankan pentingnya perencanaan dan evaluasi yang matang dalam pengelolaan media sosial untuk memastikan informasi yang disampaikan tidak hanya mencapai audiens yang tepat tetapi juga dipahami dan ditindaklanjuti secara tepat oleh masyarakat.

Penelitian ini juga mengkaji potensi dan tantangan dalam penggunaan Instagram sebagai alat komunikasi perusahaan. Dalam konteks digital saat ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai platform penting untuk menyebarkan informasi edukatif dan berkomunikasi secara darurat. Pengelolaan Instagram yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang karakteristik audiens, konteks konten, serta strategi komunikasi yang relevan dan responsif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan mengenai cara PT. PLN dapat mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai kanal komunikasi untuk mengelola isu terkait bahaya bermain layangan di sekitar SUTET.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi PT. PLN dalam meningkatkan efektivitas penggunaan Instagram, terutama dalam penyebaran informasi terkait bahaya bermain layangan di dekat SUTET. Dengan memperbaiki strategi komunikasi dan memanfaatkan fitur-fitur media sosial secara lebih optimal, PT. PLN dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko yang ada dan mengurangi kemungkinan insiden yang merugikan semua pihak.

KAJIAN PUSTAKA

Public Relations

Menurut Denny Griswold dalam Ardianto (2011), PR merupakan serangkaian program yang bertujuan untuk mengevaluasi masyarakat, mensosialisasikan kebijakan, dan menciptakan strategi komunikasi untuk menjalin hubungan dengan publik. Fungsi utama

PR, sebagaimana dijelaskan oleh Edward L. Bernay dalam bukunya *Public Relations* (University Of Oklahoma Press) yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, mempengaruhi sikap dan perilaku publik, serta menyesuaikan tindakan organisasi dengan opini publik (Ishaq, 2017, p. 29). Ruang lingkup PR dibagi menjadi humas pemerintah, internasional, dan korporasi, yang masing-masing memiliki fokus pada pengumpulan dan pengolahan data, penerangan, dan publikasi (Suardhita, 2013, p. 2).

Cutlip, Center, dan Broom (2009) menyusun proses PR menjadi empat tahap: menemukan fakta (fact finding), perencanaan (planning), komunikasi (communicating), dan evaluasi (evaluation). Tahapan ini dimulai dari pengumpulan data dan fakta, pembuatan rencana untuk mengatasi masalah, pelaksanaan rencana melalui komunikasi efektif, hingga evaluasi keberhasilan program PR (Rosady Ruslan, 2001: 115).

Cyber Public Relations

Dalam era digital, konsep Public Relations juga mengalami transformasi dengan hadirnya Cyber Public Relations (E-PR) atau PR berbasis internet. E-PR adalah bentuk kegiatan kehumasan yang menggunakan internet sebagai media utama dalam berkomunikasi dengan khalayak. Onggo (2004, p. 2) menyebutkan bahwa E-PR bertujuan untuk mempercepat penyebaran informasi dan memberikan respons cepat terhadap permasalahan yang dihadapi organisasi. Menurut Hidayat (2004) dalam bukunya "Media Public Relations," E-PR memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain feedback langsung yang memungkinkan interaksi cepat dan langsung dengan publik, peluang bersaing yang memungkinkan organisasi untuk memperluas akses pasar global tanpa batasan geografis, serta komunikasi dua arah yang interaktif dan efektif. E-PR juga memperkuat hubungan komunikasi antara perusahaan dan masyarakat, serta menawarkan keunggulan efisiensi biaya dengan menggunakan internet sebagai medium yang lebih praktis dan murah dibandingkan media konvensional.

Tujuan utama dari Cyber Public Relations mencakup dua elemen: sasaran spesifik yang ingin dicapai oleh perusahaan dan waktu yang diperlukan untuk mencapainya. Dalam konteks ini, E-PR menjadi alat yang sangat penting dalam revolusi penyebaran informasi, memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dengan khalayak luas secara efektif dan efisien. E-PR juga relevan dalam pengelolaan informasi dan respons terhadap

isu-isu kritis, seperti bahaya layangan terhadap Saluran Udara Tegangan Ekstra Tinggi (SUTET).

Pengelolaan Isu

Isu dapat berkembang menjadi krisis yang merusak reputasi perusahaan. Isu bisa berupa perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan, atau nilai yang dapat berdampak negatif pada perusahaan dan menghambat pencapaian tujuan organisasi. Manajemen isu, menurut Prayudi (2016) adalah proses proaktif untuk mengelola isu-isu dan tren yang dapat berdampak negatif atau positif pada perusahaan. Ini mencakup kegiatan seperti memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, merencanakan kebijakan, dan mengimplementasikan strategi untuk mendukung kontinuitas aktivitas perusahaan. Cutlip, Center, dan Broom (2009) menyebutkan dua elemen utama manajemen isu: (1) identifikasi awal isu yang dapat mempengaruhi perusahaan, dan (2) solusi strategis untuk mengurangi atau memperbesar dampak isu.

Kesimpulannya, isu yang tidak dikelola dengan baik dapat berkembang menjadi krisis yang merugikan perusahaan dan stakeholder. Oleh karena itu, penting untuk tidak membiarkan isu kecil berlarut-larut dan segera mengelolanya untuk mencegah dampak buruk yang lebih besar.

Bahaya Layangan untuk SUTET

SUTET, atau Saluran Udara Tegangan Ekstra Tinggi, merupakan infrastruktur listrik dengan tegangan sangat tinggi (500 kV) yang memerlukan konstruksi tiang besar, lahan luas, dan banyak isolator di sekitarnya. Menurut PT PLN (Persero) (dalam Ahmad Hidayat, 2021), layangan, khususnya yang menggunakan kawat konduktif, tidak boleh dimainkan di dekat SUTET karena berpotensi mengganggu jaringan listrik dan menyebabkan korsleting yang dapat berujung pada kebakaran, kerusakan infrastruktur, atau bahkan kematian.

Mochmad Soffin Hadi (dalam Radioidola, 2023) menjelaskan bahwa layangan dapat menimbulkan dampak negatif serius, seperti kerusakan fisik pada infrastruktur SUTET, korsleting listrik yang menyebabkan pemadaman besar, serta risiko keselamatan publik yang lebih luas. Oleh karena itu, isu ini membutuhkan perhatian dan manajemen yang tepat agar tidak berkembang menjadi krisis yang merugikan.

Kesimpulannya, dampak negatif layangan terhadap SUTET mencakup risiko keselamatan publik, keandalan sistem listrik, dan biaya operasional. Ancaman ini berdampak luas dan menimbulkan kerugian signifikan karena SUTET merupakan bagian penting dari jaringan listrik yang dibutuhkan masyarakat setiap hari.

Instagram

Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual, memainkan peran penting dalam strategi PR modern. Menurut Macarthy (2015, p. 191), Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil dan mengunggah foto ke feed mereka, yang dapat diakses oleh pengguna lain kapan saja, serta efektif dalam menarik perhatian publik dan menyampaikan informasi secara efisien. Dalam konteks PR, Instagram digunakan untuk meningkatkan publisitas, menyebarkan informasi, dan mengelola isu perusahaan dengan lebih baik. Fitur-fiturnya, seperti feed untuk foto dan video, fitur Jelajahi untuk menemukan konten baru, dan fitur Reels, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan komunikasi.

Teori Pengelolaan Media Sosial Chirs Heuer

Menurut Chris Heuer (2009 dalam Solis, 2010:263), pendiri Social Media Club, media sosial memiliki empat kerangka penting, yaitu: konteks (bagaimana pesan disampaikan secara jelas), komunikasi (praktik menceritakan narasi dan merespons secara tepat), kolaborasi (kerja sama untuk meningkatkan efektivitas), dan koneksi (membangun dan mempertahankan hubungan dengan audiens). Kerangka "4C" ini membantu organisasi untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, seperti Instagram, dalam menyebarkan informasi dan membangun citra perusahaan. Oleh karena itu, teori ini menjadi dasar penting dalam penelitian ini untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan media sosial perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif untuk memahami penggunaan media sosial dalam mengelola isu, dengan fokus pada penggunaan Instagram oleh PT PLN UIT JBT dalam menangani isu bahaya layangan di sekitar SUTET. Studi ini mengikuti paradigma konstruktivisme, yang memungkinkan peneliti mengembangkan

pemahaman subjektif tentang dunia melalui pengalaman dan interpretasi (Cresswell, 2010; Cresswell & Poth, 2018).

Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan strategi PR yang diterapkan oleh PT PLN UIT JBT, berdasarkan konsep "4 Steps PR" (Cutlip, Center & Broom, 2009) dan teori pengelolaan media sosial Chris Heuer (2009). Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi sumber untuk membandingkan informasi dari berbagai wawancara, sehingga meningkatkan kredibilitas hasil penelitian (Yin, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Riset peneliti ini mengenai peneglolaan isu bahaya layangan di sekitar SUTET pada Instagram @pln.uitjbt yang telah peneliti peroleh datanya melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, informan pendukung, dan informan ahli. Informan kunci Bapak Asep Junda selaku Asisten Senior Manajer dan Hubungan Masyarakat dan Nur Jamil selaku Administrasi Staff dan tim komunikasi mengatakan bahwa divisi komunikasi merupakan koordinasi inti dalam melakukan kinerja PT PLN UIT JBT dan Instagram menjadi media sosial yang wajib dalam penggunaan kinerja humas PLN. Mengelola isu bahaya layangan merupakan tanggung jawab UIT JBT sebagai Induk Transmisi yang mengelola jaringan listrik. Dengan masuknya data gangguan layangan pada SUTET menjadi dampak negatif untuk PT PLN UIT JBT.

Maka, hal tersebut diolah menjadi sebuah informasi edukasi di Instagram @pln.uitjbt dalam mengelola isu tersebut, dengan membuat infografis, video, dan dokumentasi yang menggunakan fitur-fitur Instagram serta melakukan sebuah kolaborasi. Namun, hal tersebut masih belum berkembang karena PLN UIT JBT masih belum mengetahui kegunaan dan pengelolaan Instagram dengan baik seperti dalam meningkatkan *insight & engagement*. Pengelolaan Instagram tersebut didukung oleh strategi humas yang dilakukan UIT JBT dalam mengelola isu yang diperoleh dan akan diolah sebelum sampai ke tahap publikasi di Instagram. Tentunya hal tersebut didukung

oleh konsep 4 Steps PR milik Cutlip, Center & Broom, 2009) dan teori pengelolaan media sosial Chris Heuer (2009).

1. Aktivitas humas dalam mengelola isu bahaya layangan di sekitar SUTET

a. Fact Finding

Penelitian ini menekankan pentingnya riset dalam mengembangkan konten komunikasi terkait isu bahaya layangan di sekitar SUTET. PLN UIT JBT menggunakan riset dan aplikasi monitoring untuk mengidentifikasi bahaya layangan, namun penggunaan Instagram untuk mengelola isu ini masih terbatas dan kurang efektif. Konten Instagram yang sebagian besar berupa infografis kurang bervariasi dan kurang memadai dalam menyampaikan dampak bahaya SUTET. Hal ini menunjukkan perlunya strategi konten yang lebih persuasif dan berbasis riset mendalam untuk meningkatkan dampak komunikasi dan kesadaran publik.

b. Planning

Perencanaan konten Instagram oleh PLN UIT JBT dilakukan berdasarkan data riset dengan menggunakan berbagai alat seperti Microsoft Excel, Google Spreadsheet, dan Adobe Photoshop. Namun, penggunaan fitur Instagram seperti reels dan highlights belum optimal, mengurangi efektivitas dalam penyampaian informasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konten yang lebih kreatif dan pemanfaatan fitur Instagram yang lebih maksimal diperlukan untuk meningkatkan engagement dan penyampaian informasi mengenai bahaya layangan.

Communicating

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009), komunikasi yang efektif memerlukan perencanaan matang dan pengolahan data yang akurat, terutama dalam konteks media sosial. Penelitian ini mengevaluasi proses komunikasi PLN UIT JBT melalui Instagram dalam menyampaikan informasi tentang bahaya layangan. Meskipun konten video seperti reels dapat meningkatkan engagement, variasi tema dan format konten masih kurang optimal. Selain itu, pengawasan dan analisis sentimen terhadap interaksi di Instagram belum dilakukan secara efektif, menunjukkan bahwa PLN UIT JBT belum sepenuhnya memanfaatkan potensi Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun PLN UIT JBT telah menerapkan berbagai strategi komunikasi di Instagram, ada kebutuhan untuk

memperbaiki variasi konten, pemanfaatan fitur Instagram, dan analisis sentimen untuk meningkatkan efektivitas komunikasi mengenai bahaya layangan di sekitar SUTET.

c. Evaluation

Penelitian ini mengevaluasi proses evaluasi konten Instagram oleh PLN UIT JBT terkait isu bahaya layangan. Evaluasi yang dilakukan masih terbatas pada program kerja keseluruhan dan kurang mendalam dalam konteks konten Instagram. Analisis data dari fitur Instagram seperti insight tidak dilakukan secara rutin, sehingga strategi perbaikan konten tidak berbasis data. Diperlukan peningkatan strategi evaluasi dan pemanfaatan fitur Instagram untuk memperluas jangkauan konten dan memahami lebih baik fungsi media sosial dalam konteks komunikasi publik.

2. Pengelolaan Instagram @pln.uitjbt dalam mengelola isu bahaya layangan di sekitar SUTET

a. Context

Penelitian ini menganalisis proses pembentukan konten di Instagram @pln.uitjbt, terutama mengenai isu bahaya layangan di sekitar SUTET. Konten edukasi di Instagram dikembangkan berdasarkan *agenda setting* dan *press release*, dengan penyesuaian gaya narasi untuk media sosial agar lebih menarik dan sesuai dengan format Instagram. Menurut informasi dari wawancara mendalam, PLN pusat mewajibkan pembuatan siaran pers untuk *media online*, termasuk Instagram. Narasi konten Instagram diambil dari *press release* yang telah dipublikasikan, disesuaikan dengan gaya Instagram, dan disertai dengan visual yang mencerminkan ciri khas UIT JBT. Visual dan bahasa konten dirancang agar sederhana dan mudah dimengerti, meskipun terkadang istilah teknis dalam bahasa kelistrikan masih sulit dipahami oleh publik.

Meskipun ada upaya untuk menjelaskan istilah teknis, masih ada banyak istilah kelistrikan yang belum didefinisikan dengan jelas. Observasi menunjukkan bahwa konten edukasi awal, seperti infografis dan konten trivia "sampurasun" yang membantu menjelaskan istilah kelistrikan, tidak lagi dipublikasikan sejak awal 2024. Hal ini mengurangi pemahaman publik tentang istilah kelistrikan yang relevan dengan bahaya layangan di sekitar SUTET.

b. Communication

Pada tahap perencanaan komunikasi untuk Instagram @pln.uitjbt, fokus utama adalah penggunaan agenda setting atau *timeline* untuk mengatur tema dan isi konten, seperti informasi tentang bahaya layangan di sekitar SUTET. Konten yang dipublikasikan mencakup berbagai bentuk edukasi dan informasi yang bertujuan meningkatkan keterlibatan dengan followers. Meskipun ada kebijakan untuk memposting konten secara rutin, tata letak yang acak dapat mengganggu estetika dan mempersulit pencarian informasi.

Menurut analisis peneliti, ada ketidakseimbangan antara informasi internal perusahaan dan informasi untuk publik, yang bisa membingungkan pengguna Instagram. Dokumentasi visual seperti foto dan video juga memainkan peran penting dalam komunikasi, mengikuti SOP (*Standard Operating Procedure*) yang ditetapkan. Namun, meskipun konten visual menarik, seperti komik "si Utet," masih ada kekurangan dalam menarik perhatian *followers*.

Pesan dalam konten Instagram disampaikan dengan bahasa formal dan mengikuti kaidah jurnalistik, yang menambah kredibilitas. Namun, interaksi dengan followers masih kurang optimal, dengan Instagram @pln.uitjbt berfungsi lebih sebagai arsip dan alat penyebaran informasi satu arah. Untuk meningkatkan efektivitas, disarankan untuk menerapkan komunikasi dua arah dengan lebih konsisten menggunakan video atau *reels* guna meningkatkan *engagement*.

c. *Collaboration*

Dalam upaya memperluas jangkauan informasi mengenai bahaya layangan di sekitar SUTET, PLN UIT JBT melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal yang memiliki pengaruh publik. Kolaborasi ini penting untuk meningkatkan visibilitas Instagram @pln.uitjbt dan optimasi isu. Kriteria kolaborasi melibatkan anggaran yang tersedia dan pemilihan mitra dengan pengikut lebih dari 20K.

Kolaborasi yang dilakukan termasuk bekerja dengan selebgram dan pihak berwenang seperti polisi, namun beberapa mitra penting, seperti komunitas layangan "PELANGI" di Bandung, tidak berkolaborasi di media sosial tetapi langsung di lapangan. Pengawasan kolaborasi dilakukan oleh divisi internal K3, sementara humas bertugas mendampingi dan mempublikasikan melalui Instagram.

Konten kolaborasi, biasanya berupa video *reels*, memperoleh banyak interaksi seperti *likes* dan *views*. Meskipun frekuensi kolaborasi tinggi, tema konten sering serupa, yakni mengenai peneguran permainan layangan di sekitar SUTET. Peneliti mengamati bahwa konten yang serupa dapat menyebabkan pengulangan informasi bagi followers. Namun, kolaborasi ini tetap efektif dalam meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan informasi mengenai isu tersebut. Kolaborasi dengan *influencer* diharapkan dapat menciptakan insight dan engagement yang lebih baik dengan memanfaatkan penggemar mereka.

d. *Connection*

Dalam proses komunikasi Instagram @pln.uitjbt, PLN UIT JBT fokus pada publikasi konten tanpa membentuk koneksi aktif dengan *followers*. Meskipun mereka secara rutin mempublikasikan konten, tidak ada strategi khusus untuk membangun atau mengelola hubungan dengan audiens di *platform* tersebut. Koneksi lebih sering dibangun melalui interaksi langsung di lapangan, bukan di media sosial.

Analisis menunjukkan bahwa PLN UIT JBT percaya bahwa dengan menyediakan konten yang konsisten dan bervariasi, interaksi dari *followers* akan otomatis terjadi. Namun, pendekatan ini mengakibatkan pengelolaan Instagram yang kurang optimal, karena interaksi yang terjadi di kolom komentar umumnya berupa emoji, tanpa kritik atau umpan balik yang konstruktif. Hal ini dapat mengurangi efektivitas *engagement* dan insight dari konten.

Informan kunci dan ahli mencatat bahwa PLN UIT JBT belum menerapkan strategi khusus untuk menjaga koneksi di Instagram. Kurangnya pengawasan terhadap komentar dan feedback menyebabkan keterbatasan dalam memahami respons publik terhadap konten. Meskipun ada komentar dan *likes* yang seimbang, dominasi emoji dalam komentar menunjukkan kurangnya interaksi yang meaningful, yang seharusnya dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan konten di masa depan.

KESIMPULAN

PLN UIT JBT telah mengelola isu bahaya layangan di sekitar SUTET dengan merancang konten Instagram berdasarkan data akurat dan mengikuti timeline yang terstruktur. Meskipun fitur seperti reels dan insight telah digunakan secara konsisten,

keterikatan pada timeline membatasi fleksibilitas strategi komunikasi. Konten yang dihasilkan menarik secara visual dan dipersonalisasi, namun evaluasi dan penyesuaian terhadap perkembangan platform Instagram masih kurang optimal, sehingga tidak memaksimalkan potensinya.

Pengelolaan konten Instagram @pln.uitjbt mengadaptasi narasi dari press release dengan menyederhanakan bahasa teknis. Meskipun kredibilitas pesan terjaga, interaksi yang dihasilkan belum optimal, dan inovasi konten terbatas. Kolaborasi dengan selebgram membantu meningkatkan visibilitas, tetapi kurangnya variasi konten mengurangi daya tarik bagi followers.

Secara keseluruhan, PLN UIT JBT lebih memfokuskan pada pembuatan konten daripada memanfaatkan Instagram sebagai alat interaksi. Strategi yang hanya berfokus pada publikasi konten konsisten tidak cukup untuk meningkatkan engagement karena mengabaikan feedback dan kurangnya program interaktif. Diperlukan penyesuaian strategi untuk memanfaatkan Instagram secara lebih efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan publik dan meningkatkan keterlibatan.

Saran

Peneliti menyarankan secara praktisi maupun teoritis untuk menggunakan teori dan metode yang lebih beragam, menetapkan target dan timeline yang jelas, serta menjaga kesehatan untuk penelitian yang lancar. Persiapan dengan literatur yang lebih luas mengenai kinerja humas juga penting. Peneliti selanjutnya diharapkan mengeksplorasi penggunaan Instagram dalam konteks isu dan krisis lebih mendalam. Praktisnya, pemahaman dan interaksi di Instagram perlu ditingkatkan dengan melibatkan followers melalui fitur-fitur seperti Teka-Teki Silang dan membuat konten edukasi yang konsisten. Pemantauan insight dan engagement harus lebih serius untuk menghindari konten yang tidak efektif. Pola posting perlu diperbaiki dengan pengelompokan warna khusus untuk memudahkan pencarian informasi. Fleksibilitas dalam timeline dan variasi konten kolaborasi, seperti menambahkan meme atau guyonan, juga disarankan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal online

- Aldayani, Tari. Pengelolaan Media Sosial Instagram Kominfo Kota Bogor Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Followers. Diss. Universitas Nasional, 2023. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/7050>.
- Azzahra, Syarifah Namira. Pemanfaatan Media Sosial Pada Aktivitas Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau. Diss. Universitas Islam Riau, 2022. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16895>.
- Prastya, Narayana Mahendra. "Media sosial dan peran manajerial public relations PT PLN Persero." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10.2 (2013). <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.351>.
- Saprudin, Saprudin. Pengelolaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah. Diss. Ipdn, 2023. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/16158>.

Books

- Creswell, John W., and J. David Creswell. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications, 2017.
- Cutlip, S.M, Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations. (ed.9)*. Jakarta : Kencana.
- Cutlip, S.M, Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Yin, R. K. (2012). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo

Electronic (e-book)

- Allagui, Ilhem, and Harris Breslow. "Social media for public relations: Lessons from four effective cases." *Public relations review* 42.1 (2016): 20-30.
- Saleh, Sirajuddin. "Analisis data kualitatif." (2017).
- Theaker, Alison, ed. *The public relations handbook*. Routledge, 2020.

Artikel dari website tanpa nama penlulis

- Langit Pantai Timur Pangandaran Dipenuhi Aneka Layang-layang, Mneuju Festival Internasional (2023). Diakses dari <https://tribunjabar.id/>
- Serunya Layangan saat Kemarau di Tasikmalaya (2023). Diakses dari <https://iNewsTasikmalaya.id/>
- PLN Ungkap Bahaya Main Layang-layang Dekat Jaringan Listrik (2021). Diakses dari <https://pln.co.id/>