

ANALISIS PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @PPSDM MIGAS OLEH HUMAS

INSTAGRAM ACCOUNT MANAGEMENT ANALYSIS @PPSDM OIL AND GAS BY HUMAS

Gracea Putri Maharani Santosa¹, Sri Dewi Setiawati²

^{1, 2} Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) Telkom University

¹ Santosagrace@student.telkomuniversity.ac.id, ² sridewisetiawati@telkomuniversity.ac.id

Diterima 5 Juli 2022

Direvisi 18 Agustus 2022

Disetujui 18 Agustus 2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana analisis pengelolaan akun *Instagram @ppsdm_migas* yang digunakan oleh Humas Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak dan Gas Bumi (PPSDM Migas) dalam mengelola akun *Instagram @ppsdm_migas*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seperti apa pengelolaan akun *Instagram @ppsdm_migas* yang dilakukan oleh Humas PPSDM Migas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung. Informan ini dipilih dengan teknik *purposive sampling* melibatkan satu informan ahli dan dua informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PPSDM Migas telah melakukan pengelolaan akun *Instagram @ppsdm_migas* dengan praktik kehumasan *share, optimize, manage, engage (SOME)*.

Kata Kunci: Media Sosial, *Instagram*, *Public Relations*

ABSTRACT

This research was conducted to find out how the analysis of the @ppsdm_migas Instagram account management used by the Public Relations Center for Oil and Gas Human Resources Development (PPSDM Migas) in managing the @ppsdm_migas Instagram account. The purpose of this study is to find out how the @ppsdm_migas Instagram account management is carried out by PPSDM Migas Public Relations. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. Data collection was done by interview and direct observation. This informant was selected using a purposive sampling technique involving one expert informant and two supporting informants. The results show that PPSDM Migas Public Relations has managed the @ppsdm_migas Instagram account with public relations practices of share, optimize, manage, engage (SOME).

Keywords: *Social Media, Instagram, Public Relations*

PENDAHULUAN

Saat ini media sosial digunakan oleh lembaga dan perusahaan menjadi media komunikasi secara *online* oleh masyarakat, demikian juga yang dilakukan oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak dan Gas Bumi (PPSDM Migas). Banyak sekali instansi pemerintahan yang menggunakan *Instagram* sebagai penyebar informasi, salah satunya yaitu Hubungan Masyarakat (Humas) PPSDM Migas dalam memanfaatkan aplikasi *Instagram* untuk menyebarkan informasi, mengembangkan *planning program* instansi, atau pemerintah. *Instagram* telah terbukti sebagai media penyebar informasi yang cukup efektif. Berkembang pesatnya teknologi komunikasi serta perubahan tren praktisi kehumasan yang sekarang menggunakan media sosial, menuntut humas PPSDM Migas sebagai salah satu lembaga pemerintah yang dapat menyesuaikan diri, sehingga terus melaksanakan tugas serta kegiatannya dengan baik.

Tujuan dari penelitian analisis pengelolaan akun *@ppsdm_migas* oleh humas ini adalah mengetahui tahap *share* penggalan ide pada pengelolaan konten media sosial *Instagram @ppsdm_migas*, mengetahui perancangan konten pada tahap *optimize* media sosial *@ppsdm_migas*, mengetahui proses evaluasi konten pada tahap *manage* dan *engage* akun *@ppsdm_migas*.

Identifikasi masalah dibuat hanya terfokus di bagian yang diteliti saja, yaitu mengenai analisis pengelolaan akun *@ppsdm_migas* oleh humas. Adapun pertanyaan penelitian yang merupakan turunan dari fokus penelitian adalah bagaimana tahap *share* penggalan ide pengelolaan konten media sosial akun *@ppsdm_migas*? Bagaimana perancangan konten pada tahap *optimize* media sosial *@ppsdm_migas*? Bagaimana proses evaluasi konten pada tahap *manage* dan *engage* media sosial akun *@ppsdm_migas*?

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode kualitatif yang digunakan untuk dijadikan dalam metode penelitian. Pada penelitian kualitatif metode yang umumnya digunakan adalah wawancara, pengamatan, serta pemanfaatan dokumen. Penelitian kualitatif deskriptif artinya metode yang dipergunakan penelitian di kumpulan manusia, suatu keadaan, suatu objek, suatu kelas insiden atau sistem pemikiran pada saat ini (Nazir, 1988). Penelitian deskriptif bertujuan buat membentuk sebuah deskripsi, ilustrasi, atau faktual serta seksama tentang keterangan-keterangan, gambaran secara sistematis, sifat-sifat dan relasi dengan fenomena yang diamati. Selain itu metode kualitatif deskriptif juga digunakan untuk menyampaikan gambaran dan analisis sehingga penelitian tetap tidak digunakan untuk menyimpulkan pencarian informasi menggunakan interpretasi yang sempurna.

HASIL PENELITIAN

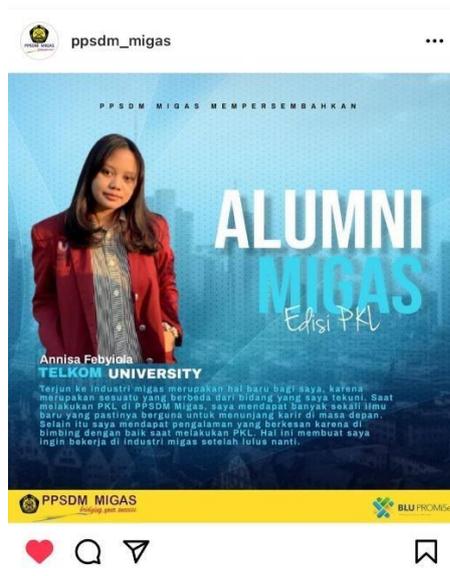
Dari hasil yang dijabarkan penulis dari berbagai hasil penelitian yang didapat baik dari hasil wawancara maupun observasi lapangan. Wawancara yang dilakukan oleh penulis merupakan wawancara mendalam yang dilakukan secara daring guna memperoleh jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian. Selain melalui wawancara, penulis juga melakukan observasi lapangan dengan mendatangi kantor PPSDM Migas yang berada di Kota Cepu dan observasi non-partisipan pada media sosial *Instagram @ppsdm_migas*. Berdasarkan hasil observasi tersebut, penulis menemukan fakta pendukung berupa jenis konten, bahasa yang digunakan dalam mengelola akun *@ppsdm_migas*. Penulis juga mendapatkan informasi seputar pengelolaan akun *@ppsdm_migas* yang pernah dilakukan oleh PPSDM Migas dan capaian perusahaan melalui konten infografis yang diunggah pada akun *@ppsdm_migas*.

Berdasarkan hal yang sudah disampaikan oleh informan ahli, maka bisa disimpulkan jika pengelolaan akun *@ppsdm_migas* merupakan bentuk tujuan dari program-program PPSDM Migas yang dibuat semenarik mungkin untuk kepentingan masyarakat yang nantinya akan berlanjut ke tahap *share*. Setelah mendapatkan ide terkait pada pengelolaan konten media sosial *Instagram @ppsdm_migas*, selanjutnya adalah menentukan tujuan utama dari dilakukannya pengelolaan oleh Humas PPSDM Migas. Tujuan ini untuk memperkenalkan kepada masyarakat maupun *followers* agar mengetahui seperti apa PPSDM Migas dan juga dapat meningkatkan jumlah *followers* apabila memiliki konten yang inovatif.



Gambar 1. Tampilan Konten-Konten Akun Instagram *@ppsdm_migas*

Program tersebut mengajak masyarakat seperti mahasiswa, siswa, masyarakat umum, masyarakat khusus *oil and gas* untuk mengembangkan sumber daya manusia (SDM)-nya. Program dan kegiatan tersebut memiliki peranan yang sangat penting, sehingga program dan kegiatan tersebut dibagikan (*share*) agar lebih optimal (*optimize*) lagi melalui media sosial *Instagram @ppsdm_migas*.



Gambar 2. Tampilan Konten Alumni Migas Edisi PKL

Penulis mengumpulkan data primer menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang berkaitan serta melakukan observasi lapangan dengan mendatangi kantor PPSDM Migas di Kota Cepu. Selain itu juga, penulis mengumpulkan data sekunder berupa penelitian teori, penelitian terdahulu, konsep, dan model dengan teknik studi pustaka. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan terkait data yang sudah dikumpulkan serta direduksi untuk kemudian dielaborasi dengan teori, konsep, dan model yang sudah tercantum pada bab sebelumnya. Hasil penelitian yang telah dielaborasi dengan teori kemudian akan dianalisis menjadi suatu kesimpulan.

PEMBAHASAN

Untuk mencapai tujuannya, praktisi *PR* membutuhkan taktik dalam kehumasan. Dalam hal ini Humas PPSDM Migas selaku pemangku kepentingan memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media penyebaran informasi dengan melakukan beberapa hal. Humas PPSDM Migas harus melakukan taktik kehumasan yaitu *share, optimize, manage, engage* (SOME) (Luttrell, 2015).

Tahap *share* penggalian ide pada pengelolaan konten media sosial *Instagram @ppsdm_migas* merupakan langkah terpenting dalam menetapkan strategi. Praktisi *PR* perlu melakukan penggalian ide mengenai permasalahan, pemberitaan serta isu yang ada, sehingga nantinya praktisi humas mengetahui tentang apa saja yang dibutuhkan oleh publik, siapa saja publiknya dan bagaimana sikap publik. Hal ini bertujuan dalam menentukan suatu langkah yang akan diambil. Tahap penggalian ide merupakan tahap dimana media sosial memungkinkan praktisi humas pada pemerintahan dapat menyampaikan informasi serta mencari masukan dan opini dari publik yang relevan (Putra, 2017).

Dalam tahap *share* penggalian ide diketahui bahwa Humas PPSDM Migas dalam mengelola akun *@ppsdm_migas* telah melakukan proses penggalian ide, dimana pengelola terlebih dahulu melihat adanya peluang menggunakan media sosial *Instagram* yang saat ini jumlah penggunaannya dibidang sangat banyak, terutama pada kalangan anak muda sebagai pengguna *Instagram*, sehingga Humas PPSDM Migas memilih media sosial ini sebagai media penyebaran informasi.

Menurut Herman, selain pengguna *Instagram* yang sangat banyak, pengelola akun *@ppsdm_migas* menemukan adanya kelebihan dalam penggunaan *Instagram*, yaitu pengelola dapat menyebarkan informasi-informasi secara masif dan dapat memvisualisasikan informasi, sehingga masyarakat tidak banyak berpikir untuk mencerna suatu informasi yang ada (Nugraha, 2015). Kemudian, pengelola akun media sosial *@ppsdm_migas* melakukan analisis dan menemukan permasalahan atau isu yang sedang berkembang dalam *oil and gas*, sehingga pengelola dapat mengambil langkah berikutnya dan kembali menginformasikan bagaimana penyelesaian masalah tersebut melalui akun *@ppsdm_migas*.

Setelah adanya tahap penggalian ide yang dikaitkan dengan SOME, selanjutnya akan dilakukannya tahap *share* (membagikan). Maka pelaksanaan penggalian ide oleh pengelola akun *@ppsdm_migas* telah menunjukkan bagaimana humas dalam menggali ide-idenya secara mendalam, serta memahami sudut pandang dan situasi khalayak pada *followers @ppsdm_migas* (Luttrell, 2015). Pada tahap *share* penggalian ide ini menunjukkan bahwa melalui proses pengumpulan fakta dan ide-ide, Humas PPSDM Migas sebagai pengelola akun *@ppsdm_migas* menjadi lebih mudah dalam memetakan rencana, langkah pelaksanaan, serta tujuan kegiatan.

Setelah melakukan penggalian ide, langkah selanjutnya yaitu melakukan perancangan konten. Perancangan konten dalam tahap *optimize* dapat diartikan sebagai

penyusunan rencana konten, melakukan perincian langkah-langkah yang akan dilakukan ke depannya guna menjalankan strategi yang telah dibuat, sehingga dapat mencapai tujuannya dengan baik. Langkah ini harus dilakukan Humas PPSDM Migas dalam merancang secara efektif dan tepat penggunaan media sosial *Instagram*. Temuan dalam perancangan konten mengarahkan pengelola untuk merancang pesan sesuai target khalayak dan dukungan teknis yang dimiliki. Hal ini agar perancangan konten sejalan dengan temuan fakta bahwa target khalayak atau *followers* adalah kalangan anak muda sebagai pengguna *Instagram* terbanyak, sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni sebagai pengelola, dan sumber daya peralatan teknis yang memadai.

Pada tahap perancangan konten ini, pengelola menetapkan beberapa tahap dalam pengelolaan media sosial *Instagram* yang dikaitkan dengan *SOME* melalui akun *@ppsdm_migas* yakni:

1. Jika dipahami dalam melakukan suatu upaya memberikan sebuah pesan harus berperan juga di media sosial, sehingga perusahaan harus mempunyai media sosial tersendiri untuk digunakan dan pemilihan ini tidak dapat asal-asalan. Ini karena karakteristik PPSDM Migas yang ingin disampaikan ke masyarakat luas bahwa PPSDM Migas adalah Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak dan Gas Bumi di subsektor minyak dan gas bumi yang unggul, berkarakter, dan diakui internasional. Sehingga media sosial yang akan dipilih juga harus diperhatikan supaya lembaga/instansi memiliki target komunikasinya masing-masing agar saat pengaktifan media sosial *Instagram* memiliki nilai *share*, sehingga instansi dengan khalayak bisa terjalin dengan baik (Luttrell, 2015).
2. Menurut Luttrell jika dikaitkan dengan *SOME* saat lembaga telah membagikan (*share*) suatu pesan di media sosial, sehingga khalayak yang memperoleh pesan/info akan memberikan *feedback* (Kriyantono, 2015). *Feedback* tersebut bisa diakses pada <https://ppsdmmigas.esdm.go.id/Land-ing/aduan> atau bisa juga dengan *polling* atau *game* yang diunggah pada *instastory @ppsdm_migas* yang dilaksanakan setiap dua minggu sekali. Dengan hal ini dapat memberikan masukan atas hal yang positif/negatif, sehingga lembaga mengetahui apa yang diinginkan oleh khalayak pada informasi yang telah diberikan dan mengetahui apa yang kurang dari pesan maupun info yang sudah diberikan melalui akun *@ppsdm_migas*. Pada evaluasi konten tersebut dilaksanakan dengan cara rapat internal apakah konten yang selama ini disajikan sudah sesuai dengan tujuan institusi atau belum.
3. Jika di tahap pengoptimalan (*optimize*) pada akun *@ppsdm_migas*, Humas PPSDM Migas telah paham akan hal yang terjadi di media sosial perihal yang dibicarakan oleh publik. Akibatnya di tahap *SOME* ini dalam mengelola (*manage*) wajib dilakukannya media monitoring terlebih dahulu supaya Humas PPSDM Migas mengerti tentang hal yang dijelaskan dan dapat merencanakan penanganan dengan baik dan tepat (Luttrell, 2015). Oleh sebab itu perencanaan dilakukan di awal tahun dengan melalui proses-prosesnya, yaitu:
 - a. Menentukan strategi *marketing*.
 - b. Mempelajari *audience* yang dimiliki.
 - c. *Benchmarking* dengan institusi lain yang memiliki tugas/fungsi yang sama.
 - d. Mencari inspirasi untuk konten media sosial di tempat lain.
 - e. Dan membuat kalender isi media sosial dan evaluasi.
4. Dalam memberikan pesan atau info ke media sosial lebih baik mengikutsertakan khalayak. Hal tersebut dijelaskan oleh Luttrell bahwa dalam meningkatkan *engagement* di media sosial Humas PPSDM Migas dalam tahap *engage* ini mengikutsertakan alumni Migas. Salah satunya ingin menyampaikan pesan bahwa PPSDM Migas merupakan terciptanya pekerja dunia *migas* yang kompeten dengan adanya sertifikasi kompetensi melalui LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) PPSDM Migas (Nova, 2014). Namun tak

hanya melalui sertifikasi, tetapi dengan melalui pelatihan sektor migas, kunjungan lapangan, layanan PKL (praktek kerja lapangan) serta jasa laboratorium pengujian. Alumni Migas juga dapat dikatakan sebagai salah satu indikator untuk merumuskan pesan, karena dengan adanya alumni tersebut, jaminan layanan PPSDM Migas dapat di-*share* untuk masyarakat. Maka dari itu instansi/lembaga harus betul-betul mengerti sasaran target komunikasinya.

Humas PPSDM Migas sebagai pengelola akun *@ppsdm_migas* telah melakukan perancangan konten yang sesuai dengan masalah yang ditemukan pada proses penggalian ide, yaitu melakukan penyusunan dan perencanaan dengan merumuskan tahap *SOME*, yaitu *share, optimize, manage, engage*. Hal ini menunjukkan apa yang dilakukan oleh Humas PPSDM Migas telah sesuai dengan tahapan-tahapan *SOME* yang dikemukakan oleh (Luttrell, 2015). Setelah melalui proses tahap penggalian ide dan perancangan konten, langkah berikutnya yaitu melakukan evaluasi. Setelah melakukan kegiatan, Humas PPSDM Migas melakukan evaluasi untuk mengetahui seberapa optimal penggunaan media sosial *Instagram*, terutama di pengelolaan yang diberikan oleh PPSDM Migas dalam upaya pemenuhan isu bagi publik.

Humas PPSDM Migas merasa sudah menyampaikan informasi seoptimal mungkin buat menjadikan akun *@ppsdm_migas* sebagai jendela informasi bagi masyarakat. Begitu juga dengan media sosial lainnya yang dimiliki oleh PPSDM Migas. Evaluasi mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan akibat sebagai acuan Humas PPSDM Migas dalam pengelolannya supaya bisa menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan publiknya.

Tahap evaluasi pada *manage* dan *engage* Humas PPSDM Migas yaitu mengadakan penilaian terhadap hasil yang dicapai dari program-program kerja yang dilakukan oleh Humas PPSDM Migas yang sudah dilaksanakan. Untuk memilih apakah program yang dilakukan Humas PPSDM Migas berjalan sesuai yang diharapkan, jadi setelah melakukan rapat dalam mengelola media sosial *Instagram*, peneliti dalam melakukan wawancara mendalamnya mendapat informasi terkait evaluasi yang dilakukan oleh Humas PPSDM Migas mengenai pengelolaan akun *@ppsdm_migas* yang sudah berjalan selama hampir lima tahun ini. Menurut temuan kajian yang dilakukan peneliti dengan informan, Humas PPSDM Migas dievaluasi setelah melakukan dan berkomunikasi pada kegiatan pertemuan humas melalui media sosial *@ppsdm_migas* dalam upaya memberikan informasi kepada masyarakat. Program kehumasan seperti lingkaran karena merupakan proses (siklus) yang berkesinambungan.

Hasil dari tahap evaluasi juga merupakan bagian dari tahapan proses kerja PR sebelumnya. Metode evaluasi Humas PPSDM Migas dimulai dari perencanaan program, pelaksanaan program, dan hasil yang dicapai Humas PPSDM Migas. Hal ini sejalan dengan apa yang ditulis Cutlip, Center, dan Broom tentang evaluasi program mengenai manajemen PR atau proses PR (Evaluating the Program) (Fajar, 2008). Langkah terakhir ini mencakup penilaian dan evaluasi terhadap persiapan, pelaksanaan, dan hasil program. Setelah menjawab pertanyaan bagaimana kita mengimplementasikannya, penyesuaian dan perbaikan tindakan atau komunikasi yang telah dilakukan dapat dilaksanakan berdasarkan umpan balik yang diterima.

Tahap evaluasi pada *manage* dan *engage* penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu konten dan sumber daya manusia (SDM). Tim pengelola media sosial *@ppsdm_migas* menyelenggarakan pertemuan untuk membahas dan mengevaluasi tema, kegiatan, dan informasi yang sangat menarik yang digunakan sebagai bahan pembuatan konten, serta SDM. Salah satu kejadian yang terjadi dan dievaluasi dengan sigap oleh pengelola media sosial *@ppsdm_migas* adalah SDM dalam mengelola akun *@ppsdm_migas*, sehingga pengelolaan kurang efektif dan maksimal.

Langkah evaluasi yang dilakukan oleh Humas PPSDM Migas yaitu mengajak langsung Kepala Umum PPSDM Migas. Ternyata setelah dianalisis lebih jauh yang jadi masalah yaitu minimnya SDM yang bertugas dalam mengelola dan menjadi bagian pengelola media sosial, teknik perencanaan, dan teknik evaluasi sehingga belum ada teknik khusus dalam permasalahan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Humas PPSDM Migas sangat membutuhkan SDM yang mumpuni yang dapat diandalkan dalam mengelola media sosial @ppsdm_migas.

Metode evaluasi Humas PPSDM Migas untuk pengelolaan media sosial *Instagram* dilakukan secara bertahap, dengan tujuan untuk menghindari hal-hal yang dapat menimbulkan kesulitan. Setiap tahunnya, rapat redaksi diadakan pada tingkat evaluasi ini yang mencakup *likers*, *followers*, *IG reels*, *live IG*, *DM (Direct Message)*, dan komentar pada konten yang diunggah di akun @ppsdm_migas selama satu tahun ke belakang semuanya dibahas dalam pertemuan tersebut. Rancangan taktik konten untuk tahun mendatang juga diulas pada rapat ini. Selain pertemuan tersebut pengelola media sosial @ppsdm_migas dan Kasubbag Humas PPSDM Migas menggelar rapat koordinasi dengan tujuan untuk memberikan laporan pertanggungjawaban atas setiap konten yang diunggah di akun @ppsdm_migas sebagai pemenuhan kebutuhan informasi publik.

Tujuan dari langkah evaluasi ini tidak hanya untuk melacak perkembangan akun media sosial @ppsdm_migas, tetapi juga untuk memberikan masukan kepada PPSDM Migas. PPSDM Migas telah membuat hal-hal yang harus dievaluasi sebagai masukan yang bermanfaat untuk pengelolaan media sosial @ppsdm_migas selanjutnya. Langkah peninjauan ini sebaiknya diselesaikan secara bertahap, akibatnya perencanaan dan evaluasi konten dimulai pada tahap penggalian ide.

Humas adalah sebuah program yang melibatkan pemantauan dan penilaian untuk perbaikan di masa mendatang, serta mengevaluasi jumlah pencapaian hasil kerja. Hal ini menurut Nor Hadi, evaluasi dan monitoring kegiatan sosial juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tujuan program telah tercapai dan apakah ada kekurangan yang perlu diperbaiki, khususnya untuk *PR multi-year* (sepanjang tahun) (Ardianto, 2011). Tujuan evaluasi PR untuk mencapai tujuannya sebagai berikut:

1. Memperoleh umpan balik untuk tujuan pengembangan program kegiatan.
2. Memperoleh hasil pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan dilanjutkan atau tidaknya program PR.
3. Mendapat umpan balik tentang inisiatif yang ditujukan untuk memperbaiki situasi.
4. Mendapat umpan balik tentang tantangan implementasi program.
5. Mendapat masukan untuk perbaikan.
6. Memperoleh umpan balik dan menyampaikan laporan kepada para donatur.

Menetapkan tujuan program *PR* dengan evaluasi pengelolaan media sosial *Instagram* menggunakan alat penilaian untuk mengetahui kinerja tujuan yang dicapai dalam penelitian ini. Beberapa aspek seperti jumlah konten yang diunggah, jumlah *likers*, grafik peningkatan *followers*, dan respons pengguna *Instagram* di setiap postingan di akun @ppsdm_migas diukur dan ditinjau menurut indikasinya masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, proses pengelolaan humas dimulai dari tahap perencanaan dan diakhiri dengan evaluasi. Karena hasil evaluasi digunakan untuk merancang rencana program selanjutnya, proses ini diulang beberapa kali.

SIMPULAN

Humas PPSDM Migas dalam mengelola kontennya sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh khalayak. Humas memilih *Instagram* untuk membagikan informasi, serta membentuk komunikasi dua arah antara lembaga dengan khalayak atau *followers*. Konten yang dibagikannya pun sangat inovatif dan actual. Dengan konten yang menarik akan membuat *followers* aktif memberikan *like*, saran ataupun kritikan di kolom komentar.

Humas PPSDM Migas pun juga menyampaikan data yang valid dan *real*. Namun dalam pengelolaan media sosial *Instagram* ini bukan hanya sekedar membagikan informasi saja, tetapi juga mengajak masyarakat dalam program-program serta kegiatan yang telah dibuat guna untuk mengedukasi tentang hal-hal baru dalam sektor migas maupun nonmigas. Secara tak langsung, hal tersebut dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

Pada perancangan konten media sosial *Instagram @ppsdm_migas* ini selalu mengutamakan konten yang menarik dan informatif, sesuai dengan konten yang diinginkan khalayak. Humas PPSDM Migas juga memaparkan informasi yang *real* dan terpercaya serta melakukan media monitoring untuk meyakinkan khalayak bahwa setiap program yang ada di PPSDM Migas adalah program yang dapat mengedukasi dan mengembangkan SDM sebagai Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak dan Gas Bumi di subsektor minyak dan gas bumi yang unggul, berkarakter, dan diakui internasional.

Humas PPSDM Migas juga telah perancangan konten dalam menyampaikan pesan. Pesan tersebut dikemas dan dibagikan untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat yang diikutsertakan Alumni Migas yang menjadi salah satu indikatornya, dengan melalui sertifikasi kompetensi LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) PPSDM Migas, dan juga ada pelatihan sektor migas seperti kunjungan lapangan, PKL (Praktek Kerja Lapangan). Dari pesan-pesan tersebut dapat berupa konten foto/gambar, videografis, dan infografis. Selain itu juga Humas PPSDM Migas dalam melakukan perancangan konten ini telah melibatkan tahapan-tahapan *SOME* (*share, optimize, manage, dan engage*)

Dalam setiap pengelolaan media sosial *Instagram* tentunya selalu dilakukan dengan evaluasi dan evaluasi ini dilakukan setiap satu tahun sekali dan dilakukan rapat untuk *review* pengelolaan media sosial *@ppsdm_migas*. Dalam evaluasi ini ditemukan kekurangan-kekurangan seperti kurangnya SDM dalam mengelola akun *@ppsdm_migas*. Hal ini akan berdampak pada pengelolaan yang kurang maksimal. Humas PPSDM Migas sangat membutuhkan SDM yang mumpuni yang bisa diandalkan dalam mengelola media sosial *@ppsdm_migas*.

Selain itu belum dilakukannya membuat *reels instagram*, lebih ditingkatkan lagi dalam *instagram live* guna untuk membangun relasi dengan khalayak ataupun *followers*, dan tentunya dalam evaluasi ini selain untuk memonitoring keberhasilan media sosial *@ppsdm_migas* juga serapan bagi PPSDM Migas, dan dilakukan sedikit demi sedikit. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan pencapaian tujuan dan program. Seperti yang telah dibahas dalam penelitian pada pengelolaan akun *@ppsdm_migas* oleh Humas yang diawali dengan tahap penggalian ide dan diakhiri dengan evaluasi dengan proses yang berulang, sebab evaluasi ini akan dijadikan bahan untuk merancang rencana program-program selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of public relations: pengantar komprehensif / penulis*. Simbiosis Rekatama Media.
- Fajar, M. (2008). *Manajemen public relations : Strategi menjadi humas profesional*. Kencana Prenada Media Group.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nova, F. (2014). *PR War: Pertarungan mengalahkan krisis, menaklukkan media dan memenangi simpati publik*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nugraha, G. (2015). *Panduan Pemeriksaan Laboratorium Hematologi Dasar*. Trans Info

Sumber Lain

- Kriyantono, R. (2015). Public Relations and Corporate Social Responsibility in Mandatory Approach Era in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 320–327. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>
- Putra, N. A. (2017). Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi Volume 47. Nomor 2. Desember 2017*, 47(2), 271. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.17235>