

## AKTIVITAS HUMAS POLRESTABES SURABAYA DALAM MENGELOLA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN ENGAGEMENT KEPADA MASYARAKAT

<sup>1</sup>Abdillah Bagis, <sup>2</sup>Teguh Priyo Sadono, <sup>3</sup>Irmasanthi Danadharta

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[Abdillahbagis1@gmail.com](mailto:Abdillahbagis1@gmail.com)

### **Abstract**

*This research aims to find out how the Surabaya police public relations department manages its Instagram social media to build engagement with the community. What is done in this case is related to providing a social media platform which is used by police members as a forum for disseminating information aimed at the community. . This research uses a qualitative approach, where in qualitative research, conceptualization, categorization and description are developed on the basis of "events" obtained during field activities. After the researcher analyzed the management of Surabaya police public relations social media in building engagement using observation, interview and documentation techniques, he described that there were several stages carried out in using Instagram social media related to disseminating information in order to achieve success in building engagement with the community. By disseminating information online or digitally, researchers chose Regina Luttrell's theory of the model with four stages: Share, Optimize, Manage, Engage. The research results show that Polrestabes public relations has implemented four stages in building engagement through Instagram social media. These four stages include, the first, namely the share determination stage carried out by the Surabaya Police Public Relations, namely determining the platform for disseminating information to the public, as well as determining the content of the information that will be disseminated widely. The second stage is the optimization stage, how public relations provides optimism in disseminating information with optimal message content to get a response from the public. The next stage that is carried out is the stage of managing settings in receiving public messages, providing messages in real time. The final stage carried out by the Surabaya Police Public Relations is the engage stage after communicating from the previous stages and can be seen from the response given by the Surabaya Police Public Relations in its consistency in providing information that continues to involve police members and the community. With this, the public always responds well through the Instagram social media comments column.*

**Keywords:** PR Activities, Social Media, Engagement

### **Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pihak humas polrestabes Surabaya dalam melakukan pengelolaan media sosial instagramnya untuk membangun engagement kepada masyarakat, hal yang dilakukan dalam hal ini terkait penyediaan platform media sosial yang di jadikan oleh ke anggotaan polisis sebagai wadah penyebaran informasi yang di tujukan kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Setelah peneliti menganalisis pengelolaan media sosial humas polrestabes Surabaya dalam membangun engagement dengan teknik observasi, wawancara, dan juga dokumentasi ia menggambarkan bahwa ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam penggunaan media sosial instagram terkait penyebaran informasi agar mencapai keberhasilan untuk membangun engagement kepada masyarakat. Dengan penyebaran informasi yang dilakukan secara online atau digital

peneliti memilih teori *the model of some* Regina Luttrell dengan empat tahapan: *Share, Optimize, Manage, Engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas polrestabes telah menerapkan empat tahap dalam membangun engagementnya melalui media sosial instagram. Empat tahapan ini meliputi, yang pertama yaitu tahap penentuan *share* yang dilakukan oleh humas polrestabes Surabaya yaitu melakukan penentuan platform guna untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, serta menentukan isi informasi yang akan disebarluaskan. Tahapan kedua yaitu tahap *optimize* bagaimana humas memberikan keoptimisannya dalam menyebarkan informasi dengan isi pesan yang optimal untuk mendapatkan respon dari masyarakat. Tahapan selanjutnya yang dilakukan merupakan tahapan *manage* pengaturan dalam menerima pesan masyarakat, memberikan pesan secara *real time*. Tahapan terakhir yang dilakukan oleh humas polrestabes Surabaya yaitu tahap *engage* setelah mengkomunikasikan dari tahapan yang dilakukan sebelumnya dan sudah bisa dilihat dari respon yang diberikan oleh pihak humas polrestabes Surabaya dalam konsistensinya memberikan informasi yang terus melibatkan keanggotaan polisi dengan masyarakat, dengan hal itu selalu diberikan respon yang baik oleh masyarakat melalui kolom komentar media sosial instagramnya.

**Kata kunci:** Aktivitas Humas, Media Sosial, Engagement

## Pendahuluan

Media sosial menjadi bagian dari media baru, di mana media ini memiliki tingkat interaktif yang tinggi, Dengan begitu media sosial akan menjadi media yang digunakan secara aktif oleh penggunanya, hal ini dilakukan sebagai cara lain agar individu tetap dapat berinteraksi satu sama lain (Satyanandani et al., 2023). media sosial menjadi media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dalam hal berbagi, bekerja sama, berinteraksi, berkomunikasi dengan para pengguna lain untuk membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, memiliki tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial di antaranya pengenalan, komunikasi dan kerjasama. (Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, n.d.).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digemari di Indonesia. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia hampir ratusan juta orang. Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97,17 terakhir pada 2022. Jika dibandingkan pada bulan sebelumnya mengalami penurunan sedikitnya 0,10% sebesar 97,07 juta pengguna. Kemudian dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya jumlah pengguna Instagram mengalami peningkatan 5,01%. Pada Desember 2022, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 92,53 juta pengguna. Melihat tren jumlah pengguna Instagram di Indonesia terpantau mencapai puncaknya sebanyak 108,9 juta orang, pada Mei 2022.

Dengan banyaknya pemberitaan yang buruk terkait tentang instansi kepolisian, pihak kepolisian pun terus menerus memberikan upaya dalam pendekatan kepada masyarakat untuk kembali membangun citra baik instansi dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian, bahwa pihak kepolisian tetaplah menjadi pelayanan terbaik untuk masyarakatnya dan siap siaga dalam memberantas kejahatan yang sedang menimpah masyarakatnya.

Polrestabes Surabaya sendiri memiliki motto “Melindungi, Mengayomi, dan Melayani Masyarakat”, motto tersebut sebagai wadah kepolisian terhadap pelayanan untuk masyarakat. Dimana kepercayaan masyarakat kepada kepolisian menjadi cerminan baik atau buruknya kinerja kepolisian dalam melayani masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian terbentuk atas dasar kinerja kepolisian yang baik, sehingga memberikan citra baik terhadap instansi kepolisian. Salah satu hal yang dilakukan oleh humas polrestabes dalam berupaya untuk berinteraksi kepada masyarakatnya yaitu melalui media sosial instagram

@humaspolrestabessurabaya, dimana humas terus meningkatkan engagementnya untuk bisa berinteraksi secara baik dengan masyarakat seperti memberikan berita yang informatif dan selalu aktif memberikan pelayanan yang terbaik.

Penulis tertarik melakukan penelitian mengenai Peran humas Polrestabes Surabaya dalam membangun engagement melalui media sosial instagram pada masyarakat dikarenakan telah terjadi dan menurunnya image kepolisian kepada masyarakat. Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini untuk memberitahukan dan menjawab dari permasalahan yang telah disebutkan, bagaimana peran humas dalam meningkatkan engagementnya kepada masyarakat melalui media sosial instagramnya, namun penelitian ini juga memberikan beberapa manfaat secara teoritis dan praktis.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penelitian terdahulu, penelitian terdahulu yang pertama berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram @Lldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV” yang diteliti oleh Nadine Chaya Fatharani, Renata Anisa memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan media sosial instagram dalam penyebaran informasi kepada public, yang ke dua berjudul “Peranan Online Engagement, Konten, dan Intensitas Update Konten Pada Instagram Terhadap Citra Perusahaan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional I” yang diteliti oleh Gusti Ngurah Agung Bisma Prabanata, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan mengenai engagement dengan konten di instagram, yang ke tiga “Pola Komunikasi Simetris Dua Arah: Strategi Perusahaan Membangun Engagement Melalui Media Sosial” yang diteliti oleh Chyntia Novy Girsang, Dorien Kartikawang, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan membangun engagement melalui media sosial, yang ke empat “Implementasi Komunikasi Digital untuk Meningkatkan Online Engagement Instagram @Temanbakat” yang diteliti oleh Edo Ilham Gumelar, Dedeh Fardiah, memiliki persamaan dengan peneliti terkait pembahasan meningkatkan online engagement pada instagram, yang ke lima “Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy Dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul” yang diteliti oleh Rusti Nur Anggraini, memiliki persamaan dengan peneliti terkait objek penelitian yang sama-sama menggunakan Instansi kepolisian, dan memiliki perbedaan dalam penggunaan teori penelitian.

Peneliti memilih untuk menggunakan teori dari Regina Luttrell dalam buku Media Sosial *How to Engage, Share, and Connect* tahun 2015 menyebutkan The Circular Model of Some bahwa terdapat beberapa tahap yang perlu diperhatikan dalam mengelola media sosial. Terdapat empat aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing, tetapi bersama-sama aspek ini memungkinkan strategi yang solid. Ketika sebuah perusahaan/instansi berbagi (*sharing*) sesuatu mereka juga dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan bahkan mengoptimalkan (*optimize*) pesan mereka secara bersamaan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak mungkin dipisahkan satu sama lain (Rijali, 2018). Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada hasil pengamatan peneliti, peneliti sebagai instrument, kunci kehadiran dan keterlibatan peneliti di lapangan lebih memungkinkan untuk menemukan makna dan temuan dari obyek penelitian di bandingkan dengan penggunaan kuisioner. Objek penelitian ini adalah dari instansi kepolisian polrestabes Surabaya dalam akun instagram humas polrestabes surabaya, tujuan peneliti memilih akun instagram humas polrestabes surabaya menjadi sebuah objek penelitian untuk

membedah terkait pengelolaan akun media sosial instagram humas polrestabes Surabaya dalam meningkatkan engagement kepada masyarakat.

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif, karena melalui keabsahan data kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai, oleh karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Dalam penelitian ini peneliti melakukan teknik analisis dari konsep Miles dan Huberman, yang memiliki tiga (3) tahap, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan verifikasi dan kesimpulan, penelitian ini juga melakukan teknik triangulasi untuk mendapatkan keabsahan data yang dibutuhkan, Moleong (2012), mendefinisikan triangulasi sebagai suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain untuk pengecekan atau perbandingan (Putriana, 2020).

Menurut (Sriwijaya, 2020) triangulasi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menghilangkan keraguan tersebut, walaupun tidak sedikit yang masih belum mengetahui makna sesungguhnya dan apa tujuan dari triangulasi di dalam sebuah perisetan, triangulasi bisa dikategorikan bagaikan metode pengecekan keabsahan informasi yang menggunakan suatu yang lain. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Pada konteks penelitian ini, uji validitas data yang digunakan penulis adalah triangulasi sumber dimana peneliti meminta pertimbangan pihak lain atas permasalahan yang sedang diteliti. Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan data yang diperoleh peneliti melalui berbagai sumber. Data yang diperoleh akan dideskripsikan, dikategorikan peneliti melalui berbagai sumber. Data yang diperoleh akan di deskripsikan, dikategorikan antara pandangan yang sama dan pandangan yang berbeda. Data yang telah di peroleh akan di analisis dan akan menghasilkan kesimpulan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Humas Polrestabes Surabaya merupakan salah satu divisi yang berada didalam instansi polrestabes. Menurut temuan di web yang dimiliki oleh polrestabes Surabaya yang berisi tentang sejarah profil dari polrestabes Surabaya bahwa kantor kepolisian ini yang sempat berpindah beberapa kali yang disebut dengan Hoofdbureau. Setelah masa revolusi kemerdekaan kepolisian di Surabaya mengalami perubahan dari nama maupun struktur organisasi. Berawal dari nama, Kepolisian Karesidenan Surabaya (1949-1964), Komando Daerah Inspeksi Kepolisian 101 Surabaya (1964-1968), Kamtares Kepolisian 101 Surabaya (1971-1978), Polriltabes Surabaya (1978-2010), dan Polrestabes Surabaya (2010-sekarang).

Platform media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya mulai aktif sejak tahun 2015 hingga sekarang, sebelum berada di era media sosial ini humas polrestabes menggunakan media yang sederhana saat ingin menyampaikan informasi kepada masyarakat, melalui media cetak yang kemudian dikemas dalam bentuk klipng. Dengan kemajuan teknologi saat ini divisi humas polri sangatlah mengikuti perkembangan teknologi.

Dalam mendapatkan informasi, penulis telah mengidentifikasi dan memilih Agung hidayat sebagai informan. Sumber informan ini mencakup pada individu dalam menyediakan data yang akurat dan relevan dalam mendukung penelitian ini. Pemeliharaan Agung hidayat sebagai informan dirasa menurut penulis mempunyai kapabilitas dan kompeten dalam menyediakan informasi yang ingin penulis dapatkan. Hal ini dikarenakan Agung hidayat memiliki posisi yang strategis di humas polrestabes Surabaya dan juga telah lama berada di humas polrestabes Surabaya sehingga tahu seluk beluk humas Surabaya dari dulu hingga sekarang.

Setelah menganalisa hasil pengelolaan media soisial instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun engagement nya kepada masyarakat bisa dijelaskan bahwa keberadaan zaman di era globalisasi ini sangat memberikan kemudahan bagi seluruh aktivitas masyarakat salah satunya mudah dalam memberikan kepercayaan

melalui informasi yang didapat di media sosial pemberitaan yang di konsumsi di media sosial membuat instansi kepolisian turut aktif dalam penggunaan media sosialnya dan memanfaatkannya untuk membangun engagement nya kepada masyarakat dengan memberikan pemberitaan yang fakta sehingga hal ini memberikan hal yang menguntungkan untuk instansi kepolisian untuk mendapatkan kepercayaan seutuhnya dari masyarakat dengan melakukan pengelolahn yang cukup efektif dari beberapa tahapan yang di terapkan nya dalam mengelola instagram nya, ada empat tahapan yang digunakan oleh anggota humas polrestabes dalam pengelolaan instagram nya dalam membangun engagement nya , tahapan yang digunakan *The circular model of some Regina Luttrell, Share, Optimize, Manage, Engage.*

*Share* merupakan salah satu tahapan awal atau perencanaan komunikasi penyebaran isi konten atau informasi terkait pemberitaan suatu peristiwa langkah pertama untuk ditentukan, seperti mendiskusikan konten apa yang ingin disampaikan konsep seperti apa yang harus di sajikan dimana media yang tepat untuk menyebarkan informasi dengan menyesuaikan masyarakat nya yang aktif dalam mengakses media sosial apa, namun pihak humas polrestabes setelah mengkomunikasikan dan memutuskan platform media sosialnya yaitu instagram yang akan digunakannya dalam menyebarkan seluruh konten yang beris itentang informasi pemberitaan suatu peristiwa ter *update*, seputar kegiatan kepolisian, serta informasi tentang program yang sedang diadakan anggota keploisian untuk masyarakat, penentuan penggunaan media sosial instagram ini untuk memperkuat relasi antara anggota kepolisian dengan masyarakat yang bertujuan untuk membangun engagement kepada masyarakat dengan media pendukung melalui keaktifan instagram @humaspolrestabessurabaya yang akan memberilan respon yang baik dari masyarakat.

Kemudian tahapan selanjutnya yaitu masuk dalam tahap *optimize*, merupakan kegiatan komunikasi dalam keputusan untuk keoptimisan dalam membangun engagement nya melalui media sosial instagram keoptimisan dalam pengelolaan media sosialnya, keoptimisan dalam memberikan berita informasi yang relevan, keoptimisan dalam memberikan konten secara optimal dengan pesan pesan yang positif, dimana hal ini tidak hanya sekedar untk menyebarkan suatu konten secara bebas tetapi harus di optimalkan secara keseluruhan agar masyarakat terfokuskan tentang apa yang di samapaikan oleh pihak humas polrestbes suarabaya dalam instagramnya, agar pesan yang ingin disampaikan bisa memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk tetap memberikan keprcayaan nya kepada pihak instansi kepolisian yang memang tugasnya sebagai menjaga dan mengayomi masyarakatnya, bentuk Upaya peng optimalan yang dilakukan agar engagement yang diabngun terus terjaga pihak humas polrestabes suarabaya menjadikan inspirasi dari berbagai hal seperti melibatkan keanggotaan dengan komunitas agar mengetahui secara langsung apa inforrmasi yang sedang terjadi di masyarakat yang kemudian akan diberitakan melalui media sosialnya sehingga pesan informasinya cukup akurat, lalu mengikut pelatihan seperti, pelatihan fotografi, videografi, penulisan narasi, hal ini diikutinya, untuk menhasilakn konten yang menarik akurat secara optimal sehingga memberikan daya tarik yang lebih kepada masyarakat, selain itu pihak humas polrestabes juga memberikan informasi yang berisi tentang penanganan penanganan pengaduhan yang menjadi keluh kesah masyarakat, dan konten ini cukup memberikan pengaruh yang baik kepada masyarakat, dengan melihat dan membacanya tentang penyebaran informasi ini membuat masyarakat bisa mengetahui bahwa pihak kepolisian sudah sangat optimal dalam menyelesaikan pengaduhan yang mereka buat dan juga secara optimal pihak humas polrestabes saat menyampaikan informasi tersebut. Tahpan ini dijadikan sebagai bentuk ke optimisan pihak humas polrestabes dalam membangun engagement nya kepada msyarakat melalui media sosial instagram nya @humaspolrestabessurabaya.

Namun setelah itu masuk pada tahap *manage*, merupakan tahapan dalam mengatur pengelolaan media sosial dalam melakukan penerimaan pesan kepada pengikut instagramnya untuk membangun engagement nya dan juga mengatur informasi pesan nya agar terus mengikuti pemberitaan secara real time, sehingga pesan yang di sampaikan juga terlihat efektif meskipun penyebarannya hanya melalui media sosial instagram, mereka mengatur pengelolaan media sosial itu dengan memberikan respon yang cukup cepat terkait hal yang sedang viral di tengah masyarakat, serta memberikan tanggapan tentang hal sedang membahayakan masyarakat dalam bentuk penyebaran informasi yang berisi tentang penanganan, sehingga hal ini membuat masyarakat merasa aman, selain itu memberikan informasi secara real time guna mendapatkan hasil konten yang akurat pihak humas juga melibatkan untuk menggunakan beberapa cara agar mereka mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang sedang terjadi dilapangan.

Tahapan ke empat yaitu *engage*, merupakan aktivitas yang di tahapan terakhir dengan tujuan utama yaitu melibatkan pihak lain dalam memberikan suatu yang bermanfaat bagi sebuah instansi, dalam memberikan keterlibatannya kepada pihak lain ada tujuan yang ingin di milikinya yang berdampak positif bagi instansi, dengan melalui media sosial yang sudah jelas memiliki tujuannya dalam membangun engagement nya kepada masyarakat, humas Polrestaes terus berupaya dalam memberikan hal hal baik untuk dapat dilihat masyarakatnya sehingga mereka mendapatkan respon yang sangat positif dari masyarakat, seperti memberikan konten yang relevan, informasi terkait kepedulian kepada masyarakat sehingga bisa membentuk opini masyarakat bahwa anggota kepolisian sudah memenuhi harapan yang telah mereka inginkan, selain itu untuk terus melibatkan perannya kepada masyarakat pihak humas Polrestaes juga mengutamakan pesan dari kolom komentar yang diberikan masyarakat untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat itu sendiri. Dengan adanya sikap yang cukup tanggap akan kepeduliannya yang diberikan walaupun melalui media sosial humas Polrestaes telah berhasil dalam membangun engagement nya kepada masyarakat melalui media sosial instagram nya yang tidak sedikit pengikut nya dan juga tidak sedikit yang masyarakat yang memberikan komentar baik dengan konten konten yang informatif.

Konsep tahapan dari *the model of some* Regina Luttrell ini cukup memberikan keuntungan bagi humas Polrestaes Surabaya dalam mengelola media sosialnya untuk membangun engagementnya kepada masyarakat, memberikan hasil yang cukup baik dalam perencanaan pengelolannya yang bisa membuat akun instagram ini masih aktif hingga sekarang dengan berbagai tahapan yang harus di fokuskan agar tujuan dalam membangun engagementnya mampu mencapai titik keberhasilan sehingga menimbulkan citra baik untuk instansi kepolisian.

Dan pengelolaan media sosial yang seperti ini juga bisa mengurangi resiko pengabaian yang begitu saja dari masyarakat nya. Dan konsep regina ini juga membuat pesan yang ingin disampaikan oleh pihak humas Polrestaes Surabaya bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat terutama pada pengikut akun instagram @humaspolrestabessurabaya. Tetapi ada juga kelemahan dari konsep ini seperti hambatan dalam memahami pesan dengan baik dari masyarakatnya karena, maka dari itu hal ini harus dilakukan se efektif mungkin agar penerapan engagement yang di bangun melalui media sosial ini terwujud dengan baik.

## Penutup

Bedasarkan hasil analisa data dan penggambaran yang dijelaskan pada bab bab sebelumnya yang berkaitan dengan rumusan masalah maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut. Kegiatan pengelolaan media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun engagement kepada masyarakat dari implementasi elemen teori *the circular*

*model of some* Regina Luttrell yang terdiri dari empat tahap, *share, optimize, manage, engage*.

Pada Penentuan tahapan *share* dilakukan oleh pihak humas polrestabes surabaya dalam memilih platform media sosial sebagai tempat peyebaran informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat, yang pada akhirnya memilih instagram, lalu humas polrestabes juga melakukan tahap *optimize* untuk memberikan pesan secara optimal agar informasi tersebut berhasil tersampaikan kepada masyarakat, setelah mengoptimalkan pesan nya mereka melakukan tahap *manage* pengaturan penerimaan pesan dan penyampaian pesan secara *real time* melalui media sosialnya hal ini untuk membrikan hasil bahwa apa yang mereka sampaikan benar ada nya dan bentuk respon mereka terkait hal yang sedang terjadi, di tahap terkahir *engage* melibatkan orang yang dijadikan sebgai tujuan yang memberikan dampak positif kepada instansinya agar membangun engagement ini mencapai keberhasilan yang ditujukan oleh masyrakat mereka terus memberikan konten yang relevan dan terus melibatkan keanggotaannya kepada beberapa hal agar tujuan baik ini terus terjaga hingga sekarang dengan memiliki respon yang cukup baik melauai kolom komentar dengan pengikut akun sintagram yang tidak sedikit juga.

Teori *the cilcular model of some* Regina Luttrell ini memiliki peran dan tujuan paling utama dalam memberikan informasi kepada tentang pengelolaan media sosial instagram @humaspolrestabessurabaya dalam membangun engagement nya kepada masyarakat dengan isi konten yang menarik dan relevan serta optimal yang telah direncanakan melalui empat tahapan yaitu, *share, optimize, manage, engage*.

#### Daftar Pustaka

- Dong, Z. (2012). No TitleФормирование парадигмальной теории региональной экономики. *Экономика Региона, IV*(Kolisch 1996), 49–56.
- Fatharani, N. C., & Anisa, R. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @Lldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV*. 2(8), 3964–3975.
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern: Company Strategy to Build Engagement Through Social Media. *Jurnal Komunikasi, 13*(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11191>
- Gumelar, E. I., & Dr. Dedeh Fardiah, Dra., M.Si. (2023). Implementasi Komunikasi Digital untuk Meningkatkan Online Engangement Instagram @Temanbakat. *Bandung Conference Series: Public Relations, 3*(2), 763–772. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9204>
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh, 16*(1), 119–138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK Karier. *Quanta, 4*(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Putriana, S. (2020). *MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MARCOMM (Studi Kasus Investor Relations Perusahaan Pan Arcadia Capital)*. August, 0–17.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Sriwijaya, U. (2020). *SENI MENGELOLA DATA : PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK , SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL*. 5(2), 146–150.