

**RESPON *NETIZEN* TERHADAP KEGIATAN HUMAS KOTA BANDA
ACEH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

ILHAM MAULANA

NIM. 160401013

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR R-ANIRY**

BANDA ACEH

1442 H / 2021 M

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

ILHAM MAULANA

NIM. 160401013

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D

Fakhruddin, S. Ag., M. Pd.

NIP. 197104132005011002

NIP. 197312161999031003

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**ILHAM MAULANA
NIM. 160401013**

Pada Hari/Tanggal

**Senin, 2 Agustus 2021 M
23 Zulhijjah 1442 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh**

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



**Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D
NIP. 197104132005011002**

Sekretaris,



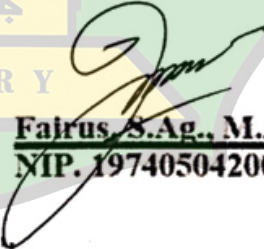
**Fakhruddin. S. Ag., M. Pd.
NIP. 197312161999031003**

Anggota I,



**Drs. Baharuddin, M.Si.
NIP. 196512311993031035**

Anggota II,



**Fajrus S. Ag., M.A.
NIP. 197405042000031002**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry,**



**Dr. Fakhri, S.Sos., MA
NIP. 196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Ilham Maulana

NIM 160401013

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 26 Juli 2021
Yang Menyatakan,



Ilham Maulana
NIM. 160401013

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna.

Dengan izin Allah SWT, berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul ” - **RESPON NETIZEN TERHADAP KEGIATAN HUMAS KOTA BANDA ACEH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada: **R A N I R Y**

1. Yang teristimewa, untuk kedua orang tua tercinta, Ayah Mustafa Kamal dan ibu tersayang Nuraini yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, juga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat serta tak kenal lelah agar anak-

anaknya mendapatkan pendidikan yang layak hingga saya sampai pada titik ini. Begitu juga kepada adik tersayang Siti Fatimah Zahara, keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.Lis selaku Wakil Dekan I, Zainuddin T. M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,M.M. dan Sekretaris Prodi Ibu Anita, S.Ag., M.Hum.
4. Pembimbing I Bapak Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang baik kepada penulis. Bapak Fakhruddin, S. Ag., M. Pd. Sebagai pembimbing II yang selalu memberikan semangat dan arahan bagi penulis sehingga penulis mudah dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Azman, S.Sos., M.I.Kom selaku Penasihat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat bagi penulis selama proses perkuliahan.

6. Ibu Fajri Chairawati, S.Pd.I., MA. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Agama), Ibu Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Keahlian), dan Ibu Rusnawati, S.Pd., M.Si. (Penguji Komprehensif Materi Umum).
7. Para dosen dan asisten dosen, serta pegawai di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Kawan-kawan Angkatan 2016, Irfan Habibi, Chayrul Achyar, Adi Kurniawan, Dian Ellyanda, Khairul Azmi, Maburr, Ahmad Sayuti, Muhammad Widiyan, Akmaluddin, Asrul Mahfud, Zuhra Khairani, Putri Hardini, Talinda Ainil Fitrah, Dhea Kharisna, Riza Zulfa Yanti, Tengku Dhehar, Ahmad Fauzan, Meisy Handayani, Nurkhaliza, Maulana Arifan, Geubrina Fajri, Khaliq Nasution, Samsul Bahri, Burnawi, Irza Ulya, Rahmad Ali dan Ahmad Habibi.
9. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 26 Juli 2021

Penulis,



Ilham Maulana



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBIMBING LEMBAR

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISIv

ABSTRAK vii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah1

B. Rumusan Masalah7

C. Tujuan Penelitian.....7

D. Manfaat Penelitian.....7

E. Definisi Operasional.....8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 11

A. Kajian Terdahulu11

B. Humas.....15

1. Pengertian Humas15

2. Proses Humas16

3. Tujuan Kegiatan Humas.....17

4. Fungsi Humas di Pemerintahan18

5. Konsep Dasar Humas Dalam Al-Qur'an18

C. Media Sosial Instagram21

1. Pengertian Intagram21

2. Fitur-Fitur Intagram22

D. Intagram Sebagai Media Humas Pemerintahan.....24

E. Pengertian Netizen 26

F. Teori S-O-R.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Fokus dan Jenis Penelitian.....	29
B. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
C. Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum	40
1. Sejarah Kota Banda Aceh.....	40
2. Jumlah Penduduk	41
3. Batas Wilayah	42
4. Visi dan Misi	43
B. Isi Pesan Yang Dibagikan di Akun Instagram Humas Kota Banda Aceh	44
C. Bagaimana Respon Netizen Terhadap Kegiatan Humas Kota Banda Aceh di Media Sosial Intagram.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Respon *Netizen* Terhadap Kegiatan Humas Kota Banda Aceh Di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini mengkaji tentang respon *netizen* para pengguna Instagram terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kota Banda Aceh di akun Instagram mereka. Di era yang serba digital dewasa ini, media sosial menjadi alternatif baru untuk bersosial secara maya, ditambah dengan banyaknya fitur menarik yang memudahkan penggunanya untuk bertukar informasi dengan sangat mudah. Salahsatu media sosial yang sangat banyak penggunanya adalah Instagram, Humas Kota Banda Aceh turut memanfaatkan peluang ini dengan membuat sebuah akun Instagram untuk menjangkau publiknya di media ini. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui respon *netizen* terhadap kegiatan Humas Kota Banda Aceh di Instagram mereka serta apa saja isi pesan yang dibagikan akun tersebut. Penelitian ini memperoleh data secara langsung dari responden melalui observasi, dokumentasi dan wawancara yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu kegiatan Humas Kota Banda Aceh di Instagram dan *netizen*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan yang dibagikan akun Humas Kota Banda Aceh bersifat *Selef-Presenting*, Publisitas dan Informasi. Respon *netizen* terhadap kegiatan Humas Kota Banda Aceh di Instagram ada yang positif dan negatif, respon positif mengatakan bahwa akun tersebut sangat aktif dalam mengupload postingan dan terdapat beberapa informasi penting seputaran pelayanan masyarakat, sedangkan respon negatif mengatakan bahwa akun tersebut terlalu banyak mengunggah postingan yang terkesan terlalu menonjolkan sosok Wali Kota Banda Aceh, desain pada postingan masih kurang rapi dan minimnya interaksi yang dilakukan kepada *netizen* sebagai publiknya di media sosial Instagram.

Kata Kunci: Humas, Media Sosial, Respon

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri lagi, berbagai macam inovasi muncul dengan tujuan untuk mempermudah aktivitas manusia. Salah satu hal yang paling berpengaruh adalah sistem komputerisasi dan internet, banyak data dapat disimpan dalam bentuk digital dan secara instan dapat diakses maupun dibagikan kepada perangkat lainnya. Kemajuan ini merambah jauh hingga ke ranah komunikasi, ada banyak teknologi baru yang dibuat sebagai media untuk berkomunikasi yang secara mudah dapat menghubungkan satu orang dengan yang lainnya tanpa batasan jarak dan waktu.

Salah satu produk dari perkembangan teknologi komunikasi ialah media sosial. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content.¹

¹ Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein, Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media. (Business Horizon, 2010.) Hal. 60

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.² Manfaat darimedia sosial tidak hanya dirasakan oleh individu namun juga perusahaanbahkan lembaga pemerintahan ikut merasakan manfaat dari media sosial sebagai media komunikasi baru yang lebih efisien.

Salah satu *platform* penyedia layanan komunikasi berbasis online yangbanyak digunakan adalah Instagram. Kevin systrom dan mike krieger mendefinisikan Instagram sebagai aplikasi yang mendukung fitur saling berbagi foto antar pengguna Instagram lainnya di seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri foto raksasa di mana antara satu pengguna dan pengguna lain bisa saling melihat hasil karya foto dan membangun jaringan pertemanan.³

Instagram telah digunakan oleh 56 juta orang Indonesia dan berada di peringkat keempat pengguna terbanyak di dunia setelah India.⁴ Instagrammenjadi pilihan banyak orang dikarenakan fitur-fitur

² Wilga Secsio Ratsja Putri, R. Nunung Nurwati, & Meilanny Budiarti S, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja, dalam jurnal PROSIDING KS: RISET & PKM, Volume 3 Nomor 1, ISSN: 2442-4480, 2016. Hal. 48

³ Jubile Enterprise, Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif, (Jakarta: Gramedia, 2012), Hal. 2

⁴ Agustin Setyo Wadani, "Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia" <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-danfacebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> (di akses pada 4 september pukul 17.00).

canggih yang dimilikinya seperti *follower*, filter foto, filter video, *geotagging*, serta beberapa fitur umum yang dimiliki oleh *platform* sosial media lainnya seperti dapat mengunggah foto dan video serta memberikan like dan komentar.

Banyaknya jumlah pengguna instagram dan fitur-fitur menarik yang ditawarkan, membuat lembaga pemerintahan tertarik untuk menjadikan instagram sebagai media dalam menjangkau publiknya. Hal ini secara tidak langsung mengarah kepada kegiatan humas berbasis online atau yang biasa disebut dengan *Cyber public relations*.

Cyber public relations adalah inisiatif dari public relations yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. *Cyber public relations* dianggap sebagai alternatif yang tepat untuk menjangkau publik secara lebih luas, oleh karenanya kegiatan ini mulai banyak dilakukan pada perusahaan-perusahaan maupun lembaga pemerintahan.⁵

Sedangkan humas menurut Philip Kitchen “humas atau *public relations* pada dasarnya adalah sebuah fungsi komunikasi, tetapi dengan penekanan pada sifat dua arah dari proses komunikasi, berkaitan dengan cara membangun dan memelihara saling pengertian dan *goodwill* antara organisasi dan kelompok orang tertentu melayani

⁵ Bob Julius Onggo. *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2004). Hal. 23

sebagai fungsi intelijen, menganalisis dan menginterpretasikan kecenderungan dan isu lingkungan yang mungkin mengandung konsekuensi bagi suatu organisasi dan para pemangku kepentingan.”⁶

Umumnya, humas di Lembaga Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk dapat menjadi penghubung antar lembaga pemerintah, lembaga pemerintah dengan lembaga-lembaga non pemerintah, lembaga pemerintah dengan media dan antara lembaga pemerintah dengan aparaturnya serta masyarakat luas. Dalam perannya sebagai jembatan penghubung ini, Humas Pemerintah mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan program/kebijakan, aktivitas dan capaian yang diraih oleh lembaga hingga tanggapan lembaga atas respon, aspirasi dan opini yang berkembang di masyarakat terhadap lembaga tersebut.

Dalam melakukan kegiatan humas menggunakan instagram, pihak humas dituntut untuk menyajikan postingan-postingan yang menarik agar informasi yang ingin disampaikan dapat diterima oleh publiknya. Salah satu fitur yang dapat menjadi indikasi dari efektifitas upaya humas dalam menjangkau publiknya adalah fitur komentar. Fitur tersebut memungkinkan pengguna instagram atau yang biasa disebut dengan istilah *netizen* untuk memberikan komentar pada postingan-

⁶ Sa'diyah, Kriyantono, Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Public Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta. Jurnal ILMU KOMUNIKASI, 15(2), 171–188. 2018

postingan yang ada di instagram. Komentar-komentar itulah yang nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur dari efektifitas kegiatan humas yang dilakukan menggunakan instagram.

Netizen berasal dari gabungan kata internet dan *citizen* (warga, penduduk), *Netizen* adalah pengguna internet, atau juga disebut sebagai penghuni yang aktif terlibat di komunitas online di internet yang diantaranya adalah instagram. Aktifitas yang dilakukan oleh *netizen* bermacam-macam jenisnya, dari sekadar mengobrol dan bersenang-senang sampai aktifitas yang menuntut perubahan di dunia maya atau bahkan dunia nyata.⁷

Meskipun sudah menggunakan teknologi yang canggih, ada saja kelemahan yang terdapat pada praktik kegiatan humas menggunakan instagram ini yang nantinya akan berdampak kepada efektifitas penyampaian informasi dan rendahnya *feedback* yang diberikan oleh publik, hal ini dapat dilihat dari jumlah dan jenis komentar yang diberikan oleh *netizen* pada postingan-postingan yang ada di akun instagram humas tersebut.

Banda Aceh adalah salah satu kota yang sudah aktif melakukan praktik kegiatan humas menggunakan instagram dan memiliki akun dengan nama Humas Kota Banda Aceh. Akun instagram tersebut

⁷ <https://www.kompasiana.com> (diakses 7 September 2020)

menjadi media dalam melakukan kegiatan humas oleh pemerintah kota yaitu dengan mengupload postingan-postingan yang berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan berbagai informasi lainnya yang ingin disampaikan kepada publik.

Kegiatan humas menggunakan instagram merupakan sebuah strategi yang terbilang baru terutama di daerah Aceh sendiri, namun hal ini bukan berarti tidak mungkin untuk dilakukan mengingat bahwa zaman semakin majudan penggunaan media sosial terutama instagram juga semakin ramai di kalangan masyarakat.

Akun instagram Humas Kota Banda Aceh memiliki jumlah pengikut sebanyak 13.200 pengikut, mengikuti sebanyak 320 pengguna dan 1.473 postingan (dikutip pada Minggu, 6 September 2020). Postingan-postingan yang dimuat bersifat informatif di sertai penulisan deskripsi yang detail. Hal tersebut seakan menunjukkan bahwa pihak Humas Kota Banda Aceh sangat siap dalam kegiatan humas dengan metode yang baru ini. Meskipun demikian, kegiatan ini juga tidak terlepas dari berbagai rintangan dalam praktiknya dan juga mendapat berbagai jenis respon dari *netizen*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang “Respon *Netizen* Terhadap Kegiatan Humas Kota Banda Aceh di Media Sosial Instagram”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja isi pesan yang dibagikan di akun instagram Humas Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana respon *netizen* terhadap kegiatan Humas Kota Banda Aceh di media sosial instagram?

C. Tujuan Penelitian

1. Agar mengetahui apa saja isi pesan yang dibagikan di akun instagram Humas Kota Banda Aceh.
2. Agar mengetahui bagaimana respon *netizen* terhadap kegiatan Humas Kota Banda Aceh di media sosial instagram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah:

1. Secara akademis yaitu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pengembangan ilmu pengetahuan terhadap Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan kajian dalam pelaksanaan kehumasan di media sosial.

3. Secara praktis, peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Humas Kota Banda Aceh dan bagi instansi terkait pemerintahan, maupun pihak luar secara umum, dalam hal pelaksanaan kehumasan di media sosial.

E. Definisi Operasional

1. Humas

Jefkins yang dikutip oleh Rachmadi dalam bukunya *Public Relations* dalam Teori dan Praktek menyatakan, humas adalah sesuatu yang menerangkan keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun kedalam antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuannya spesifikasi yang berdasarkan pada saling pengertian.⁸

Konsep humas menurut IPRA (*International Public Relations Association*) adalah fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama.⁹

⁸ F. Rachmadi, *Public Relation Dalam Teori dan Praktek*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1994) Hal. 18

⁹ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. (Jakarta: Rajawali Pers. 1998) Hal. 42

Di zaman serba digital ini kegiatan humas dapat dilakukan menggunakan media dengan teknologi yang canggih seperti media sosial instagram. Kegiatan humas menggunakan media sosial instagram ini telah dilakukan oleh pemerintah humas Kota Banda Aceh di akun instagramnya.

2. Media Sosial Instagram

Kevin systrom dan mike krieger mendefinisikan instagram sebagai aplikasi yang mendukung fitur saling berbagi foto antar pengguna Instagram lainnya di seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri foto raksasa di mana antara satu pengguna dan pengguna lain bisa saling melihat hasil karya foto dan membangun jaringan pertemanan.¹⁰

Menurut Salbino Instagram adalah salah satu media sosial yang populer pada saat ini. Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang memiliki fungsi dimana *usernya* dapat berbagi sebuah foto dan video. Uniknya Instagram ini yaitu pengguna berbagi foto dengan tampilan kotak persegi yang mirip dengan gambar hasil foto polaroid.¹¹

¹⁰ Jubile Enterprise, Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif, (Jakarta: Gramedia. 2012) Hal. 2

¹¹ Sherief Salbino, Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula. (Jakarta: Kunci Komunikasi. 2014) Hal. 47

Dalam hal ini Humas Kota Banda Aceh menjadikan Instagram sebagai media dalam melakukan kegiatan humas dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram untuk membangun komunikasi dengan publiknya.

3. Netizen

Netizen berasal dari gabungan kata internet dan *citizen* (warga, penduduk), *Netizen* adalah pengguna internet, atau juga disebut sebagai penghuni yang aktif terlibat di komunitas online di internet yang diantaranya adalah Instagram. Aktifitas yang dilakukan oleh *netizen* bermacam-macam jenisnya, dari sekedar mengobrol dan bersenang-senang sampai aktifitas yang menuntut perubahan di dunia maya atau bahkan dunia nyata.¹²

Di dalam penelitian ini, *netizen* difokuskan kepada pengguna Instagram yang melakukan aktifitas baik berupa komentar, *like*, *share* atau sekedar mengunjungi akun Instagram Humas Kota Banda Aceh.

4. Respon

Ahmad Subandi mengemukakan respon dengan istilah balik (*feedback*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi.¹³

¹² <https://www.kompasiana.com> (diakses 7 September 2020)

¹³ Ahmad Subandi, Psikologi Sosial, (Jakarta: Bulan Bintang, 1982) Hal. 50