

ABSTRAK

Jabar Quick Response merupakan kanal aduan kemanusiaan dan kebencanaan yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang diluncurkan pada tahun 2018 oleh Gubernur Jawa Barat yaitu Ridwan Kamil dan Wakilnya yaitu Uu Ruzhanul Ulum. dalam melayani permasalahan yang ada di Jawa Barat, Jabar Quick Response bekerja secara digital melalui Media Sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Pada penelitian ini peneliti memilih Instagram Jabar Quick Response sebagai objek untuk melihat sejauh mana media sosialisasi dan informasi yang telah dilakukan oleh Jabar Quick Response melalui pemanfaatan media social Instagram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara secara langsung dengan informan kunci, informan ahli, dan informan pendukung, serta melalui observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Claire Diaz Ortiz (2019) yaitu Story Brand yang terdiri dari Story, How, Audience, Reach, dan Excellence. Berdasarkan hasil penelitian Instagram Jabar Quick Response memiliki tiga konten yaitu konten infografis, konten gambar, dan konten video serta terdapat konten non regular seperti informasi mengenai kebencanaan, kemudian Instagram Jabar Quick Response memanfaatkan fitur Instagram yaitu Direct Message dan Komentar untuk berinteraksi dan melayani pengikut yang akan melakukan pengaduan secara digital.

Kata Kunci: *Media Sosialisasi, Instagram, Jabar Quick Response.*