



ABSTRAK

STRATEGI PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @DINASKEBUDAYAANDIY SEBAGAI MEDIA INFORMASI DALAM MENINGKATKAN KETERTARIKAN MASYARAKAT TENTANG KEBUDAYAAN DI YOGYAKARTA

Anisa Ayu Angraeni
5201711348

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemanfaatan Instagram dalam mendukung pelestarian budaya Yogyakarta. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dalam kerangka paradigma postpositivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada teori The Circular of SOME serta Teori Komunikasi Persuasif dari Prof. Effendy. Hasil dari penelitian ini adalah informasi yang sebelumnya belum tersampaikan secara rata dan menyeluruh sehingga masyarakat tidak mengetahui informasi yang sebelumnya tidak dapat berpartisipasi dalam event kebudayaan tersebut, maka dengan adanya media sosial instagram informasi dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat secara menyeluruh. sehingga masyarakat dapat menikmati event event kebudayaan dan bahkan ikut berpartisipasi dalam event kebudayaan yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan DIY serta membangun koneksi yang kuat dengan masyarakat, menjaga kepercayaan publik melalui informasi yang akurat, dan menciptakan interaksi yang memperkuat hubungan dengan audiens melalui penerapan Teori Komunikasi Persuasif secara efektif sehingga berhasil membangun kredibilitas, menyampaikan pesan yang jelas dan menarik, serta memahami audiens dengan baik melalui platform Instagram.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan, Media Sosial, Instagram, Kebudayaan

ABSTRACT

@DINASKEBUDAYAANDIY INSTAGRAM ACCOUNT MANAGEMENT STRATEGY AS INFORMATION MEDIA IN INCREASING PUBLIC INTEREST IN CULTURE IN YOGYAKARTA

Anisa Ayu Angraeni
5201711348

This research aims to understand the use of Instagram in supporting the preservation of Yogyakarta culture. This research applies a qualitative approach with descriptive methods within the framework of the postpositivism paradigm. Data collection techniques were carried out through triangulation, which included observation, interviews and documentation. This research also refers to the theory of The Circular of SOME and the Theory of Persuasive Communication from Prof. Effendy. The results of this research are information that previously had not been conveyed evenly and thoroughly, so people did not know the information and were previously unable to participate in the cultural event; so, with the social media Instagram, information can be received by all levels of society as a whole. So that people can enjoy cultural events and even participate in cultural events organized by the DIY Culture Service as well as build strong connections with the community, maintain public trust through accurate information, and create interactions that strengthen relationships with the audience through the consistent application of Persuasive Communication Theory effectively so that it succeeds in building credibility, conveying clear and engaging messages, and understanding the audience well through the Instagram platform.

Keywords: Management Strategy, Social Media, Instagram, Culture