



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PUSAT PELAYANAN USAHA TERPADU KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (PLUT- KUMKM) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA BADAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Fitri Nur Maghfiroh
5201711213

Media sosial adalah platform atau aplikasi digital yang digunakan sebagai sarana komunikasi bagi publik melalui jejaring sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi PLUT-KUMKM DIY dalam meningkatkan citra instansi melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PLUT-KUMKM DIY belum memiliki perencanaan yang terperinci mengenai strategi komunikasi dalam meningkatkan citra instansi melalui media sosial Instagram. Meskipun demikian PLUT-KUMKM DIY telah berupaya mengimplementasikan pemanfaatan media sosial berbasis konten informatif, interaktif, dan visual yang menarik untuk membangun kepercayaan dengan audiens. Melalui akun Instagram *@plutjogja*, PLUT-KUMKM DIY memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti postingan *feed*, *story*, *reels*, dan *ads* untuk menyampaikan informasi menarik terkait program layanan yang ditawarkan. Selain itu, PLUT-KUMKM DIY juga memanfaatkan fitur kolaborasi antar instansi melalui unggahan konten pada Instagram terutama dengan sesama instansi yang berada di bawah naungan DISKOP UKM DIY. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki respon positif dan perlu konsistensi dalam pengelolaan keberlanjutan guna menjadikan media sosial sebagai alat efektif untuk meningkatkan citra instansi.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Komunikasi, PLUT-KUMKM DIY, Citra Instansi, Instagram

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF THE INTEGRATED BUSINESS SERVICE CENTER FOR COOPERATIVES AND MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (PLUT-KUMKM) OF YOGYAKARTA SPECIAL REGION IN IMPROVING THE IMAGE OF THE INSTITUTION THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

Fitri Nur Maghfiroh
5201711213

Social media is a platform or digital application used as a communication tool for the public through social networks. This study aims to analyze the communication strategy of PLUT-KUMKM DIY in improving the image of the institution through Instagram social media. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that PLUT-KUMKM DIY has not yet developed a detailed plan regarding the communication strategy to enhance the institution's image through Instagram social media. However, PLUT-KUMKM DIY has made efforts to implement social media utilization based on informative, interactive, and visually appealing content to build trust with the audience. Through the Instagram account @plutjogja, PLUT-KUMKM DIY utilizes Instagram features such as feed posts, story, reels, and ads to share engaging information related to the services offered. In addition, PLUT-KUMKM DIY also takes advantage of collaboration features between institutions through content posts on Instagram, particularly with other institutions under the auspices of DISKOP UKM DIY. This study concludes that the utilization of social media has received a positive response and requires consistency in its sustainable management in order to make social media an effective tool for improving the institution's image.

Keywords: *Social Media, Communication Strategy, PLUT-KUMKM DIY, Institutional Image, Instagram*