



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BKUI UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA DALAM PENGELOLAAN INSTAGRAM @ustjogjaofficial SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PUBLIKASI LEMBAGA

Marisa Lutfiana Azmi
5211711054

Di era digital, kebutuhan publik terhadap akses informasi yang cepat, valid, dan informatif semakin tinggi. Universitas sebagai lembaga pendidikan juga memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang relevan bagi publiknya. Universitas sarjanawiyata Tamansiswa (UST) melalui Biro Kehumasan dan Urusan Internasional (BKUI) mengelola akun @ustjogjaofficial sebagai media utama untuk menyampaikan informasi dan publikasi lembaga. Namun agar fungsi tersebut berjalan efektif, dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar informasi tidak hanya tersampaikan, tetapi juga diterima dan dipahami oleh audiens dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas BKUI UST dalam pengelolaan akun Instagram @ustjogjaofficial sebagai media informasi dan publikasi lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teori *The Circular Model of SOME* dari Regina Luttrell yang terdiri dari empat tahap: *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BKUI UST telah mengimplementasikan strategi komunikasi digital secara sistematis. Pada tahap *Share*, BKUI mampu membangun kepercayaan dan menjalin koneksi dengan audiens melalui konten yang relevan dan informatif. Namun, partisipasi publik masih kurang optimal karena keterlibatan audiens dalam bentuk komentar dan *direct message* masih sedikit. Pada tahap *Optimize*, BKUI secara aktif menyesuaikan komunikasi berdasarkan masukan audiens dan mengembangkan strategi pesan yang lebih efektif. Tahap *Manage* menunjukkan pengelolaan informasi yang kredibel dan sistem respons yang cepat. Sementara itu, pada tahap *Engage*, BKUI telah membangun kolaborasi dengan tokoh berpengaruh atau *influencer*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Instagram, *The Circular Model of SOME*

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS BKUI SARJANAWIYATA TAMANSISWA UNIVERSITY IN MANAGING INSTAGRAM @ustjogjaofficial AS AN INFORMATION AND PUBLICATION MEDIA FOR THE INSTITUTION

*Marisa Lutfiana Azmi
5211711054*

In the digital era, the public's need for fast, valid, and informative access to information is increasing. University as educational institution also have a responsibility to provide relevant information to their public. Sarjanawiyata Tamansiswa University (UST) through the Bureau of Public Relations and International Affairs (BKUI), manages the @ustjogjaofficial account as the main media for conveying information and publications of the institution. However, in order for this function to run effectively, an appropriate communication strategy is needed so that information is not only conveyed, but also received and understood well by the audience. This study aims to determine the communication strategy implemented by the BKUI UST Public Relations in managing the Instagram account @ustjogjaofficial as a medium for information and publication of the institution. This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data collection techniques are carried out through interviews, observations, and documentation. Data analysis uses the theory of the Circular Model of SOME from Regina Luttrell which consists of four stages: Share, Optimize, Manage, and Engage. The results of the study show that BKUI UST has systematically implemented a digital communication strategy. At the Share stage, BKUI was able to build trust and establish connections with the audience through relevant and informative content. However, public participation was still less than optimal because audience involvement in the form of comments and direct messages was still minimal. At the Optimize stage, BKUI actively adjusted communications based on audience input and developed a more effective message strategy. The Manage stage demonstrated credible information management and a fast response system. Meanwhile, at the Engage stage, BKUI had built collaborations with influential figures or influencers.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Instagram, The Circular Model of SOME*