



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI RRI YOGYAKARTA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @rri__yogyakarta DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

Gunawan Wisnu Pramudya
5211711060

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi RRI Yogyakarta di media sosial Instagram @rri__yogyakarta dalam meningkatkan citra perusahaan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan model The Circular Model of SOME oleh Regina Luttrell. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RRI Yogyakarta menerapkan strategi SOME dalam empat tahap: *Share* dengan membagikan konten terpercaya dan menarik, *Optimize* melalui interaksi dengan audiens untuk meningkatkan relevansi konten, *Manage* dengan monitoring performa serta respons cepat, dan *Engage* melalui fitur interaktif seperti *Live* dan *Reels* untuk meningkatkan keterlibatan audiens, selain itu, kolaborasi dengan influencer turut memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan publik. Secara keseluruhan, strategi ini efektif dalam memperkuat citra RRI Yogyakarta dan menjadikannya lebih adaptif di era digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, RRI Yogyakarta, Instagram, Citra, Humas, SOME

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF RRI YOGYAKARTA ON INSTAGRAM @rri_yogyakarta IN ENHANCING CORPORATE IMAGE

*Gunawan Wisnu Pramudya
5211711060*

This study aims to analyze RRI Yogyakarta's communication strategy on Instagram (@rri_yogyakarta) to enhance its corporate image. The research employs a qualitative method with a descriptive approach, utilizing the Circular Model of SOME developed by Regina Luttrell. Data was collected using triangulation techniques, including observation, interviews, and documentation. The findings indicate that RRI Yogyakarta implements the SOME strategy in four stages: Share by distributing reliable and engaging content; Optimize through audience interaction to enhance content relevance; Manage by monitoring performance and providing prompt responses; and Engage through interactive features such as Live and Reels to boost audience participation. Additionally, collaborations with influencers help to expand the reach and build public trust. Overall, this strategy effectively strengthens RRI Yogyakarta's corporate image and enhances its adaptability in the digital era.

Keywords: *Communication Strategy, RRI Yogyakarta, Instagram, Image, Public Relations, SOME.*