



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DIY MELALUI INSTAGRAM @dinaskebudayaandiy UNTUK MEMPUBLIKASIKAN KEGIATAN BUDAYA

Wendysca Melcyana Cendy
5211711165

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar pada pola komunikasi, saat ini di era modernisasi komunikasi lebih condong pada komunikasi digital, salah satunya dengan media sosial Instagram menjadi media publikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan DIY menggunakan teori *The Circular Model of SOME for Social Communication* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi untuk pengambilan data. Hasil penelitian menunjukkan, tahap *Share* Dinas Kebudayaan DIY mengupload konten yang berkualitas, aktual, yang berisi kegiatan budaya, Dinas Kebudayaan DIY juga membangun koneksi dengan *followers*. Tahap *Optimize*, memantau isu yang berkaitan dengan ranah kerjanya yakni kebudayaan dan terlibat dalam percakapan dengan audiens. Tahap *Manage*, melakukan pengelolaan akun, memberikan respon yang baik, serta terlibat dalam komunikasi *real-time*. Tahap *Engage*, strategi melibatkan influencer, memahami keberadaan audiens, serta melibatkan audiens dalam konten.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Publikasi, SOME

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF DIY CULTURAL SERVICE THROUGH INSTAGRAM @dinaskebudayaandiy TO PUBLISH CULTURAL ACTIVITIES

Wendysca Melcyana Cendy
5211711165

The development of information technology has brought major changes to communication patterns. Currently, in the era of modernization, communication is leaning more towards digital communication, one of which is the social media Instagram as a publication medium. This study aims to determine the communication strategy of the DIY Cultural Service using the theory of the Circular Model of SOME for Social Communication developed by Regina Luttrell. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Interview and documentation techniques were used for data collection. The results of the study show that Service during the Share stage, the DIY Cultural Service uploads high-quality, actual content featuring cultural activities. The DIY Cultural Service also builds connections with followers. The Optimize stage, monitors issues related to its work area, namely culture and engages in conversations with the audience. The Manage stage, manages accounts, provides good responses, and engages in real-time communication. The Engage stage, a strategy to involve influencers, understand the existence of the audience, and involve the audience in content.

Keywords: Social Media Instagram, Publication, SOME