



ABSTRAK

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ANAK PANAH KOPI BIZZ JOGJA MENGGUNAKAN *CIRCULAR MODEL OF SOME*

Yuliana Hartati
5211711309

Penelitian ini berjudul "Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Anak Panah Kopi Bizz Jogja Dengan Menggunakan Circular Model Of Some. tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan media sosial Instagram pada akun Anak Panah Kopi Bizz Jogja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell, serta teknik tahapan analisis data pada penelitian ini diawali dengan pengumpulan data, penyusunan data dan menginterpretasi atau penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan media sosial Instagram Anak Panah Kopi Bizz Jogja memiliki empat tahapan yakni: 1) Tahap membagikan (*share*) informasi terdiri dari a) berpartisipasi dengan audiens, menentukan media sosial, dan target audiens b) menjalin hubungan dengan audiens agar informasi dapat tersampaikan, menganalisis konten yang dibagikan, menanggapi respon audiens, melakukan kolaborasi, dan pemantauan konten yang dipublikasikan c) membangun kepercayaan audiens, jadwal publikasi konten, membagikan profil yang jelas, menggunakan akun *creator* secara profesional 2) Tahap mengoptimalkan (*optimize*) informasi yang dibagikan yakni: a) mengamati, mendengarkan dan menelaah isu atau topik di media sosial Instagram oleh tim Anak Panah Kopi Bizz Jogja, menentukan konsep pembuatan konten, meningkatkan efektifitas penggunaan fitur media sosial Instagram b) membuat konten yang autentik 3) Tahap mengelola (*manage*) informasi terdiri dari a) memantau perkembangan informasi dengan *Media monitoring* pada media sosial Instagram, b) *quick responses* di media sosial Instagram dengan merespon komentar dan pertanyaan audiens, c) memanfaatkan fitur media sosial Instagram untuk berkomunikasi secara *real time* dengan audiens. 4) Tahap melibatkan audiens (*engage*) dengan cara bekerja sama dengan *influencer* untuk memperluas *engagement*

Kata Kunci: Media Sosial, Pengelolaan, Circular Model of Some

ABSTRACT

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT STRATEGY OF ANAK PANAH KOPI BIZZ JOGJA USING CIRCULAR MODEL OF SOME

Yuliana Hartati
5211711309

This study is entitled "Instagram Social Media Management Strategy of Anak Panah Kopi Bizz Jogja Using Circular Model of SoMe. The purpose of this study itself is to determine the Instagram social media management strategy on the Anak Panah Kopi Bizz Jogja account. This study uses a qualitative descriptive method. Data collection was through interviews, observations, and documentation. The analysis model used in this study is The Circular Model of Some from Regina Luttrell, and the data analysis stage technique begins with data collection, data compilation and interpreting or drawing conclusions. The results of this study can be concluded that the Instagram social media management strategy of Anak Panah Kopi Bizz Jogja has four stages, namely: 1) The stage of sharing information consists of a) participating with the audience, determining social media, and target audience b) establishing relationships with the audience so that information can be conveyed, analyzing shared content, responding to audience responses, collaborating, and monitoring published content c) building audience trust, content publication schedule, sharing clear profiles, using creator accounts professionally 2) The stage of optimizing the information shared, namely: a) observing, listening to and reviewing issues or topics on Instagram social media by the Anak Panah Kopi Bizz Jogja team, determining the concept of content creation, increasing the effectiveness of using Instagram social media features b) creating authentic content 3) The stage of managing information consists of a) monitoring the development of information with Media monitoring on Instagram social media, b) quick responses on Instagram social media by responding to audience comments and questions, c) utilizing Instagram social media features to communicate in real time with the audience. 4) The stage of involving the audience (engage) by working with influencers to expand engagement.

Keywords: *Social Media, Management, Circular Model of Some*

