



ABSTRAK

STRATEGI HUMAS BALAI BAHASA PROVINSI DIY DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BALAIBAHASAPROVINSIDIY

Eldy Vany Marta Novitasari
5211711355

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis taktik komunikasi digital yang digunakan oleh Hubungan Masyarakat di Balai Bahasa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membangun citra positif melalui media sosial, khususnya Instagram. Metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan paradigma teoretis *he Circular Model of Social Media (SoMe)* oleh Regina Luttrell, yang terdiri dari empat tahap: Bagikan, Optimalkan, Kelola, dan Berinteraksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap Bagikan, konten dikembangkan secara sistematis dan konseptual selama lima hari kerja, mencakup bagian-bagian seperti Senarkita, Sekabaku, dan TTS Jumat, yang menyajikan informasi linguistik secara instruktif dan kreatif. Tahap Optimize melibatkan analisis Instagram Insights, memastikan konsistensi linguistik sesuai dengan KBBI dan PUEBI, serta memodifikasi materi agar sesuai dengan tren sosial kontemporer. Tahap Manage mencakup proses validasi internal yang ketat, manajemen krisis yang cepat, dan organisasi kalender konten. Tahap Engage menekankan penanganan interaksi publik, pembuatan konten partisipatif, dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti komunitas dan magang. Hambatan utama dalam pengelolaan akun adalah keterbatasan sumber daya manusia, namun, hal ini tidak menghalangi efektivitas rencana komunikasi yang diterapkan. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi hubungan masyarakat digital yang diterapkan efektif dalam membentuk citra institusi yang profesional, inklusif, dan edukatif di ruang digital.

Kata Kunci: Strategi Humas, Media Sosial, Instagram, Citra Positif, Balai Bahasa, Circular Model of SoMe

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF THE DIY PROVINCIAL LANGUAGE CENTER IN BUILDING A POSITIVE IMAGE THROUGH THE SOCIAL MEDIA PLATFORM INSTAGRAM @BALAIBAHASAPROVINSIDIY

*Eldy Vany Marta Novitasari
5211711355*

This study aims to analyze the digital communication tactics used by Public Relations at the Language Center of the Special Region of Yogyakarta in building a positive image through social media, particularly Instagram. The methodology used is descriptive qualitative, with data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation. This study employs Regina Luttrell's Circular Model of Social Media (SoMe) as theoretical paradigm, which consists of four stages: Share, Optimize, Manage, and Engage. The results of the study indicate that in the Share stage, content is developed systematically and conceptually over five working days, covering sections such as Senarkita, Sekabaku, and TTS Friday, which present linguistic information in an instructive and creative manner. The Optimize stage involves analyzing Instagram Insights, ensuring linguistic consistency in accordance with the KBBI and PUEBI, and modifying content to align with contemporary social trends. The Manage phase includes a rigorous internal validation process, rapid crisis management, and content calendar organization. The Engage phase emphasizes handling public interactions, creating participatory content, and collaborating with external parties, such as communities and interns. The main challenge in managing the account is the limited human resources, but this does not hinder the effectiveness of the implemented communication plan. This study concludes that the digital public relations strategy implemented is effective in shaping a professional, inclusive, and educational institutional image in the digital space.

Keywords: *Public Relations Strategy, Social Media, Instagram, Positive Image, Language Center, Circular Model of SoMe*