

**PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN INSTAGRAM @fikomm.umby
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI DI FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI & MULTIMEDIA UNIVERSITAS MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Fransisca Dena

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : fransiscadena14@gmail.com^a

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam mengenai pengelolaan dan pemanfaatan Instagram @fikomm.umby sebagai media informasi & komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskripsi analisis dan dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dapat memberikan penjelasan terkait pengelolaan dan pemanfaatan Instagram @fikomm.umby sebagai media informasi & komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Adapun hasil dari penelitian ini menggunakan teori Circular Model of Some for Social Communications: Share, Optimize, Manage, Engage dari (Regina Luttrell, 2015) yakni elemen share atau membagikan, dimana pihak pengelola memiliki peranan penting dalam membagikan informasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Elemen optimize atau mengoptimalkan dalam strategi publikasi konten. Elemen manage atau mengelola, yang dimana terdapat pengelolaan konten, desain konten, dan sosialisasi dan peningkatan followers. Elemen engage atau interaksi, terkait minimnya interaksi, pandangan mahasiswa tentang interaksi, dampak layanan alternatif, dan strategi peningkatan interaksi. Pihak pengelola tetap konsisten dalam pembuatan konten, perencanaan dan pengorganisasian dalam menyebarluaskan informasi kepada khalayak dan berupaya untuk menjaga kualitas konten yang dihasilkan.

Kata kunci: Online Public Relations, media sosial, Instagram

**MANAGEMENT AND UTILIZATION OF INSTAGRAM @fikomm.umby AS A
MEDIA OF COMMUNICATION AND INFORMATION IN THE FACULTY
COMMUNICATION & MULTIMEDIA SCIENCES MERCU BUANA UNIVERSITY
YOGYAKARTA**

Abstract

This research aims to provide a comprehensive overview of the management and utilization of Instagram @fikomm.umby as an information and communication media at the Faculty of Communication Science & Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. The study employs qualitative descriptive analysis using data collection methods including observation, interviews, and documentation, to provide explanations regarding the

management and utilization of Instagram @fikomm.umby. The findings of this research utilize the Circular Model of Some for Social Communications: Share, Optimize, Manage, Engage by Regina Luttrell (2015). The "share" element emphasizes the pivotal role of the administrators in disseminating information from the Faculty of Communication Science & Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. The "optimize" element involves content publication strategies, efforts in account verification, benefits of verification, and the use of additional features. The "manage" element focuses on content management, design, socialization, and increasing followers. The "engage" element addresses interaction aspects, including student perspectives, alternative service impacts, and strategies for enhancing interaction. The administrators of @fikomm.umby optimize their account by utilizing Instagram to publicize faculty information to students or followers. They consistently create content, plan and organize the dissemination of information to the audience, and strive to maintain the quality of the produced content.

Keywords: *Online Public Relations, social media, Instagram*