

STRATEGI DIGITAL PUBLIC RELATIONS MELALUI AKUN INSTAGRAM @gembiraloka.zoo

SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DI GEMBIRA LOKA ZOO YOGYAKARTA

Savira Aulia Fadhilah

NIM : 210710177

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi komunikasi yang pesat, saat ini telah mengubah cara sebuah instansi dalam membangun interaksi komunikasi dan hubungan dengan publik. Gembira Loka Zoo Yogyakarta memanfaatkan adanya media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas, meningkatkan interaksi serta memelihara citra yang positif bagi lembaga. Penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan media sosial dan audiens cenderung memilih informasi yang lebih praktis sehingga lembaga perlu mengelola akun digital secara strategis agar pesan yang disampaikan lebih efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi digital public relations melalui akun instagram @gembiraloka.zoo sebagai media publikasi di gembira loka zoo Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan empat tahap *public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, and Broom yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi, dan evaluasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap defining the problem, Gembira Loka Zoo telah melakukan identifikasi audiens melalui fitur Instagram Insight dan monitoring terhadap sebuah tren dan juga perilaku pengguna Instagram untuk dapat menentukan strategi komunikasi dan publikasi. Tahap planning and programming, tim menyusun sebuah content plan dengan menggunakan kalender konten yang berisi tema, jadwal unggahan, jenis konten yang akan dipublikasikan, serta strategi visualnya. Tahap taking action and communicating, pelaksanaan strategi dilakukan melalui produksi konten kreatif, penggunaan fitur Instagram secara maksimal, penerapan komunikasi dua arah yang responsive, serta kolaborasi dengan pihak eksternal. Tahap akhir yaitu evaluating the program, Gembira Loka Zoo melakukan evaluasi secara rutin menggunakan data Insight dan umpan balik public untuk menilai efektivitas publikasi dan menentukan perbaikan strategi kedepannya. Kesimpulan secara keseluruhan, implementasi strategi digital public relations pada akun @gembiraloka.zoo sudah terukur dan berhasil dengan teori yang digunakan, dibuktikan dengan peningkatan jumlah interaksi audiens dan tayangan berdasarkan Instagram Insight yang digunakan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi; Digital Public Relations, Media Sosial, Gembira Loka Zoo

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has changed the way an agency builds communication interactions and relationships with the public. Gembira Loka Zoo Yogyakarta utilizes social media to reach a wider audience, increase interaction, and maintain a positive image for the institution. This research is based on the increasing use of social media and audiences tend to choose more practical information, so institutions need to manage digital accounts strategically so that the messages delivered are more effective. The purpose of this study is to determine how the digital public relations strategy through the Instagram account @gembiraloka.zoo as a publication medium at Gembira Loka Zoo Yogyakarta. This study uses a qualitative method with a constructivist paradigm. The data collection process is carried out through observation, interviews, and documentation. The theory used in this study uses the four stages of public relations proposed by Cutlip, Center, and Broom, namely problem identification, planning, action and communication, and evaluation. The results of this study indicate that at the defining the problem stage, Gembira Loka Zoo has identified the audience through the Instagram Insight feature and monitored trends and Instagram user behavior to be able to determine communication and publication strategies. In the planning and programming phase, the team developed a content plan using a content calendar containing themes, upload schedules, types of content to be published, and visual strategies. In the taking action and communicating phase, the strategy was implemented through creative content production, maximizing Instagram features, implementing responsive two-way communication, and collaborating with external parties. In the final phase, evaluating the program, Gembira Loka Zoo conducted regular evaluations using Insight data and public feedback to assess publication effectiveness and determine future strategy improvements. Overall, the implementation of the digital public relations strategy on the @gembiraloka.zoo account was measurable and successful, consistent with the theory used, as evidenced by the increase in audience interactions and views based on Instagram Insight.

Keywords: *Communication Strategy; Digital Public Relations, Social Media, Gembira Loka Zoo*