

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial yang masif dan cepat membuatnya menjadi suatu hal yang melekat pada masyarakat sehingga mengubah berbagai bidang dalam komunikasi, salah satunya ialah bidang hubungan masyarakat. Perusahaan maupun organisasi dituntut untuk mampu menggunakan dan mengelola media sosial secara tepat dan efektif untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik. Museum pun tidak terkecuali. Museum-museum menggunakan media sosialnya untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan menarik perhatian terhadap koleksi dan *event* yang diadakan.

Penelitian ini membahas mengenai proses pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Museum Sonobudoyo di DI Yogyakarta. Museum Sonobudoyo menggunakan empat media sosial (Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube) untuk menjalin hubungan dengan publik, mengedukasi, dan mempromosikan kegiatan mereka. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan menggunakan metode studi kasus untuk melihat proses pengelolaan media sosial Museum Sonobudoyo. Dalam proses pengelolaan media sosialnya, Museum Sonobudoyo telah menjalankan empat tahapan pengelolaan, yaitu 1) *defining the value proposition* 2) *segmentation, targeting, and positioning* 3) *operations and delivery process* 4) *measurements and feedbacks*.

Kata kunci: studi kasus, pengelolaan media sosial, hubungan masyarakat, Museum Sonobudoyo

## **ABSTRACT**

The massive and rapid development of social media has made it into something that is inherent in society that it changes various fields of communication, one of which is the field of public relations. Companies and organizations are required to be able to use and manage social media appropriately and effectively to establish good relations with the public. Museums are no exception. Museums use social media to communicate with the public and draw attention towards their collections and events.

This study discusses the social media management process carried out by Sonobudoyo Museum in DI Yogyakarta. Sonobudoyo Museum uses four social media (Twitter, Facebook, Instagram, and YouTube) to connect with the public, educate, and promote their activities. This research was conducted qualitatively and used a case study method to see the process of managing social media at Sonobudoyo Museum. In the process of managing its social media, Sonobudoyo Museum has carried out for stages of management, namely 1) defining the value proposition 2) segmentation, targeting, and positioning 3) operations and delivery process 4) measurements and feedbacks.

**Keywords:** case study, social media management, public relations, Sonobudoyo Museum