



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan media Instagram sebagai media branding untuk meningkatkan *engagement* dari Departemen Teknik Elektro dan Informatika, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan dari Departemen Teknik Elektro dan Informatika memilih Instagram sebagai media branding, jenis-jenis konten yang digunakan untuk meningkatkan *engagement*, penggunaan Instagram sebagai media branding yang dikelola oleh staff dari Departemen Teknik Elektro dan Informatika yang dibantu oleh mahasiswa paruh waktu, dan pendapat dari staff Departemen Teknik Elektro dan Informatika mengenai Instagram yang telah di-branding. Penulis menggunakan metode observasi secara langsung untuk mengumpulkan data selama tiga bulan ketika melakukan magang sejak 13 September hingga 3 Desember 2022. Penulis juga melakukan wawancara dengan pengawas dari Departemen Teknik Elektro dan Informatika, dokumentasi kegiatan, dan studi literatur melalui buku elektronik, jurnal, artikel, dan website. Penulis menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis hasil penelitian. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa Departemen Elektro dan Informatika menggunakan Instagram sebagai media branding karena Instagram dinilai menjadi media sosial yang digunakan oleh banyak orang terutama kalangan muda sehingga memudahkan untuk menjangkau target pasar yaitu anak muda khususnya siswa/i dari SMA/SMK sederajat agar tertarik untuk melanjutkan studinya di Departemen Teknik Elektro dan Informatika. Pembuatan konten dengan desain yang menarik dinilai efektif dalam meningkatkan daya tarik yang cukup tinggi. Selain itu, Instagram dapat menjangkau mahasiswa/i dan civitas dari Departemen Teknik Elektro dan Informatika khususnya, dan civitas UGM pada umumnya, untuk mendapatkan informasi terkait Departemen Teknik Elektro dan Informatika. Departemen Teknik Elektro dan Informatika juga menggunakan Instagram sebagai media branding dengan tujuan untuk meningkatkan *follower* dan daya tarik bagi Instagram Departemen Teknik Elektro dan Informatika secara umum.

**Kata Kunci:** Departemen Teknik Elektro dan Informatika, Konten Instagram, Branding, Instagram



## ABSTRACT

This research was conducted to find out the utilization of Instagram as a branding media to increase engagement from the Department of Electrical Engineering and Informatics, Vocational College, Universitas Gadjah Mada. This research aims to find out the reasons why the Department of Electrical Engineering and Informatics chose Instagram as a branding media, the types of content used to increase engagement, the use of Instagram as a branding media managed by staff from the Department of Electrical Engineering and Informatics assisted by internship students, and the opinions of the staff of the Department of Electrical Engineering and Informatics regarding Instagram that has been branded. The writer used the direct observation method to collect data for three months while doing an internship from September 13<sup>th</sup> to December 3<sup>rd</sup>, 2022. The writer also conducted interviews with supervisors from the Department of Electrical Engineering and Informatics, documentation of activities, and literature studies through electronic books, journals, articles, and websites. The writer used qualitative method to analyze the results of the research. The results of the study state that the Department of Electrical Engineering and Informatics uses Instagram as a branding media because Instagram is considered to be a social media used by many people making it easier to reach the target market, which is young people, especially high school students to be interested in continuing their studies at the Department of Electrical Engineering and Informatics. Content creation with an attractive design is considered effective in increasing attractiveness. In addition, Instagram can reach students and people from the Department of Electrical Engineering and Informatics in particular, and the UGM community in general, to get information related to the Department of Electrical Engineering and Informatics. The Department of Electrical Engineering and Informatics also uses Instagram as a branding media with the aim of increasing followers and attractiveness for the Department of Electrical Engineering and Informatics Instagram in general.

**Keywords:** Department of Electrical Engineering and Informatics, Instagram Content, Branding, Instagram