

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi fenomena penting pada era digital seperti saat ini. Beragam penelitian memosisikan media sosial sebagai instrumen strategis. Komunitas Wayang Orang Sriwedari Surakarta menjadi salah satu komunitas yang menggunakan media sosial sebagai alat yang digunakan untuk mendukung kinerja humas. Komunitas Wayang Orang Sriwedari Surakarta merupakan komunitas pelestari kesenian Wayang Orang yang masih eksis hingga saat ini. Akan tetapi, tanpa pemanfaatan media sosial, cakupan penonton yang dimiliki masih cukup terbatas pada kalangan tertentu. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam membantu kinerja humas yang dilakukan oleh komunitas Wayang Orang Sriwedari melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam mempromosikan wayang orang. Penelitian akan menggunakan teori yang dijelaskan oleh Broom dan Sha (2013) dalam bukunya *Cutlip & Center's Effective Public Relation* yaitu *four-step public relations process*. Metode penelitian yang digunakan merupakan studi kasus dengan paradigma kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian adalah dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Model Miles dan Huberman dan peneliti juga menggunakan teknik triangulasi sumber dengan mengecek data yang diperoleh melalui tiga atau lebih sumber. Melalui hasil temuan data dan analisis data, diketahui bahwa Wayang Orang Sriwedari telah menerapkan penggunaan Instagram dalam tingkatan makro dan mikro. Di samping itu, dalam hal perencanaan kinerja humas, Wayang Orang Sriwedari telah menjalankan seluruh tahapan pada "*four-step public relations process*" meski belum maksimal khususnya pada tahap *fact finding*. Walaupun telah melakukan analisa lapangan sebelum merancang strategi, peneliti melihat bahwa terdapat beberapa indikator yang tidak terpenuhi.

Kata Kunci: Humas, Kesenian Wayang Orang, Media Sosial

ABSTRACT

Social media has become an important phenomenon in today's digital era. Various studies position social media as a strategic instrument. The Wayang Orang Sriwedari Surakarta Community is one of the communities that uses social media as a tool used to support public relations performance. The Wayang Orang Sriwedari Surakarta Community is a Wayang Orang art preservation community that still exists today. However, without the utilization of social media, the viewer coverage is still quite limited to certain circles. The purpose of the research is to find out the use of social media in assisting the performance of public relations carried out by the Wayang Orang Sriwedari community through the use of Instagram in promoting wayang orang. The research will use the theory described by Broom and Sha (2013) in their book Cutlip & Center's Effective Public Relations, four-step public relations process. The research method used is a case study with a qualitative paradigm. The data collection techniques used by researchers in the study were in-depth interviews, observation, and documentation studies. The data analysis used in this research is the Miles and Huberman Model analysis technique and researchers also use source triangulation techniques by checking the data obtained through three or more sources. Through the results of data findings and data analysis, it is known that Wayang Orang Sriwedari has implemented the use of Instagram at the macro and micro levels. In addition, in terms of public relations performance planning, Wayang Orang Sriwedari has carried out all stages in the "four-step public relations process" although not maximized especially at the fact finding. Although it has conducted a field analysis before designing the strategy, the researcher sees that there are several indicators that are not fulfilled.

Keywords: Public Relations, Social Media, Wayang Orang Art