



INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana interaksi keterlibatan media sosial dan konten preferensi berpengaruh terhadap akun Instagram resmi Departemen Bahasa, Seni dan Manajemen Budaya. Kegiatan observasi dan pengambilan data dilakukan selama tiga setengah bulan periode magang yang dilakukan sejak 15 Januari hingga 28 April 2018 di DBSMB SV UGM. Selama melakukan kegiatan kuliah lapangan, penulis bertanggungjawab terhadap kegiatan peliputan dan dokumentasi yang kemudian hasilnya diunggah ke akun Instagram DBSMB, @dbsmb.svugm.

Dalam pelaksanaannya, penulis menemukan bahwa ketiadaan konten berpengaruh terhadap rendahnya tingkat interaksi antara pengikut Instagram DBSMB baik dalam bentuk *like* maupun komentar. Pada awal tahun ini, akun Instagram DBSMB belum memiliki jadwal pengunggahan konten berkelanjutan yang berpengaruh terhadap komunikasi dengan akun sejenis dari departemen lain.

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah metode kuantitatif. Penulis mendata tingkat interaksi pengikut Instagram DBSMB sebelum dan sesudah diterapkannya jadwal postingan berkala. Data lainnya didapat dari survei *anonym* yang dilakukan menggunakan pesan langsung dan pranala yang disebar melalui postingan konten.

Hasil survei ditampilkan dalam bentuk tabel yang menunjukkan kenaikan rata-rata pengikut akun @dbsmb.svugm dalam tempo tiga setengah bulan, peningkatan berkala tingkat interaksi juga preferensi konten yang nantinya bisa dikembangkan.

Kata Kunci: DBSMB SV, DBSMB Instagram, Preferensi Konten, Interaksi Sosial Media



ABSTRACT

This graduating paper aims to explain how continuous posting impacted Departemen Bahasa, Seni dan Manajemen Budaya official Instagram account growth. Observation and data collection were done through three and half month of internship, started from 15 January to 28 April 2018 in DBSMB SV UGM. During her internship, writer was responsible in documenting and helping the publication of event in DBSMB Instagram account, @dbsmb.svugm. The lack of content resulting in the low level of engagement between DBSMB Instagram account and its followers. It also made it harder to understand what kind of content that followers want to see.

The methods writer used for this graduating paper was quantitate research. Followers interaction was tracked with manual sheet and interview were also conducted with DBSMB PR staff. Anonymous survey was done through personal messages and shared link. The surveys result was presented in a table which used to analyze the growth @dbsmb.svugm followers, social media engagement increasing level and content preference.

The result of the research shows that the scheduled posting helped DBSMB Instagram account increasing the engagement level and tracking the content preference from their followers. With the steady 47-50 new followers for each month and higher likes for environment, staff introduction and achievement appreciation posts, DBSMB Instagram account could develop better scheduled posting for each week and make a highlight for each month.

Key words: DBSMB SV, DBSMB Instagram, Content Preference, Social media engagement