



ABSTRAK

Tugas akhir ini memiliki 3 tujuan, yaitu untuk menjelaskan profil dari Global Engagement Office (GEO) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) UGM, melakukan analisis peran kehumasan pada media sosial GEO, dan menjelaskan analisis SWOT dari media sosial GEO. Penulis selanjutnya melakukan studi lapangan dan studi pustaka untuk mengumpulkan data. Sebagai bentuk studi lapangan, penulis melakukan program magang di GEO mulai Januari hingga Maret 2019, melakukan wawancara kepada karyawan dan manager GEO, dan juga melakukan dokumentasi selama program magang. Sementara itu, untuk studi pustaka, penulis membaca beberapa buku, jurnal, dan artikel internet untuk mendukung hasil penelitian tugas akhir ini. Penulis menggunakan Public Relations Handbook oleh Alison Theaker sebagai referensi utama tugas akhir ini. Penulis selanjutnya menganalisa data menggunakan metode deskriptif dan membagi data berdasarkan objektif. Data tersebut kemudian disajikan secara deskriptif menggunakan bahasa Inggris dan dilengkapi dengan gambar untuk mendukung penjelasan. GEO memiliki 4 akun media sosial, yaitu Facebook, Instagram, Line dan LinkedIn. Berdasarkan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa GEO menggunakan media sosialnya sebagai alat kehumasan, yaitu sebagai media untuk menyebarkan informasi, media untuk mempromosikan acara yang diselenggarakan oleh GEO, dan media untuk meningkatkan citra GEO. Hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang dapat dikategorikan sebagai karakter positif dan negatif dari media sosial GEO yang berasal dari faktor internal dan eksternal. Penulis menyusun hasil penelitian tersebut menggunakan analisis SWOT untuk membantu GEO mengelola media sosialnya secara lebih baik sehingga GEO dapat memberikan pelayanan yang lebih baik melalui media sosialnya. Penulis kemudian memberikan beberapa saran untuk GEO agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik melalui media sosialnya.

Kata Kunci: Global Engagement Office, Media Sosial, Hubungan Masyarakat, Analisis SWOT

ABSTRACT

This graduating paper has three objectives, which are to explain the profile of Global Engagement Office (GEO) Social and Political Science Faculty (FISIPOL) UGM, analyze the social media of GEO as its public relations tools, and explain the SWOT analysis of GEO social media. The writer used field study and library research to collect the data. The writer conducted her internship in GEO starting from January to March 2019, interviewed the staff and manager of GEO, and also did documentation while doing her internship as the field study and read several books, journals, and internet sources as the library research. The writer used Public Relations Handbook by Alison Theaker as the main reference for this graduating paper. The writer analyzed the data using descriptive method and classified them based on the objectives of study. The data then presented descriptively in English and accompanied by pictures that supported by the explanation. GEO has 4 social media accounts, which are Facebook, Instagram, Line, and LinkedIn. Based on the research findings, the writer concluded that GEO uses its social media as public relations tools, such as media to disseminate information, promote event organized by GEO, and improve the reputation of GEO. The research results also show that there are several elements that can be concluded as positive and negative characteristics of GEO social media that come from internal and external factors. The writer then classified the results using SWOT analysis. During the explanation of SWOT analysis, the writer also gave several suggestions for GEO staffs to give better services through its social media.

Keywords: Global Engagement Office, Social Media, Public Relations, SWOT Analysis