

## ABSTRAK

Media sosial telah menjadi wajah bagi sebuah institusi. Wajah tersebut harus dikelola sedemikian rupa agar bisa menggambarkan ‘siapa’ dan ‘apa’ dibelakangnya. Banyaknya pengguna Instagram dimanfaatkan oleh DTHV SV UG dalam menyebarkan informasi karena banyak khalayak mencari tahu segala bentuk informasi melalui Instagram. Pengelolaan manajemen media sosial Instagram sangatlah penting. Oleh karena itu diperlukan pengelolaan manajemen sosial media untuk menjadi sarana komunikasi untuk DTHV SV UG dan siapapun yang ingin mencari tahu mengenai informasi tentang DTHV SV UG.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui teori pengelolaan media sosial dan pengelolaan media sosial pada akun Instagram DTHV SV UG. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan landasan konsep teori *The Circular model of SOE* oleh Regina Luttrell. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara langsung kepada manajemen sosial media Instagram @dthv.sv.ug, salah satu follower dari @dthv.sv.ug, dan salah satu panitia PB (Penerimaan mahasiswa Baru) serta dilengkapi oleh studi pustaka dari jurnal pendukung. Setelah data terkumpul, data akan dianalisis melalui aspek ‘share’, ‘optimize’, ‘manage’, dan ‘engage’ dalam Instagram @dthv.sv.ug.

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram DTHV SV UG melalui aspek ‘share’, ‘optimize’, ‘manage’, dan ‘engage’. melalui aspek ‘share’, DTHV SV UG dapat mengidentifikasi pemilihan media sosial Instagram sebagai media utamanya. Aspek ‘optimize’, konten telah dibuat kemudian didukung dan divalidasi oleh rasa penasaran audiens dan hasilnya konten yang telah diunggah telah menjawab rasa penasaran audiens. Aspek ‘manage’ berfungsi pada konten mana yang paling disukai yaitu mengenai informasi- informasi di DTHV SV UG dan konten yang sedikit disukai, yaitu mengenai informasi lain selain tentang DTHV SV UG. Kemudian, aspek ‘engage’ berfungsi ketika manajemen mengevaluasi konten yang diunggah di platform lain dan audiens merespons, tidak hanya menyadari tetapi juga mengambil tindakan seperti suka, berkomentar, dan berlangganan. Sehingga, melalui aspek-aspek tersebut pengelolaan media sosial akun Instagram dapat diketahui.

***Kata kunci: Analisis, DTHV SV UG, Instagram, manajemen media Sosial***

## ABSTRACT

Social media has become the face of an institution. The face must be managed in such a way as to describe 'who' and 'what' behind it. The number of Instagram users is used by DTHV SV UG in information dissemination as any people seek information through Instagram. The management of social media management of Instagram is very important. Therefore, social media content management is essential as a communication tool for DTHV SV UG and anyone who seeks information about DTHV SV UG.

The aims of this study are to know the theory of social media management and the social media management of DTHV SV UG. This study uses descriptive research method with qualitative approach and uses The Circular model of SOE by Regina Luttrell as the theoretical basis. This study uses data collection techniques with direct interviews with @dthv.sv.ug Instagram manager, one of the followers of @dthv.sv.ug, and one of the PB (*Penerimaan Mahasiswa Baru*) committee and is complemented by literature studies from supporting journals. After the data were collected, the data were analyzed through the aspects of 'share', 'optimize', 'manage', and 'engage' in @dthv.sv.ug Instagram account.

The results of this study are to determine the management of social media Instagram of DTHV SV UG through the aspects of 'share', 'optimize', 'manage', and 'engage'. The 'share' aspect, DTHV SV UG was able to identify the selection of Instagram as the social media. In the 'optimize' aspect, the content has been created then supported and validated by the curiosity of the audience and as a result the uploaded content has answered the audience's curiosity. The 'manage' aspect works on which content receives the most likes, which is about information about DTHV SV UG and what content receives the least likes, which is about information other than about DTHV SV UG. Then, the 'engage' aspect works when the management evaluates content uploaded on other platforms and people respond to it, not only viewing it but also taking actions such as liking, commenting, and subscribing. Through these aspects, the social media management of DTHV SV UG Instagram account can be identified.

***Keywords: Analysis, DTHV SV UG, Instagram, Social media management***