

ABSTRACT

This research is entitled “Communication Strategy of Social Media in Conveying COVID-19 Information (Qualitative Descriptive Study of @musemediaid Instagram Account)” A strategy to communicate a news story that aims to inform its readers by using Instagram social media as a medium to convey it.

The purpose of this research was to find out how the communication strategy conducted by Muse Media ID through Instagram social media. Researchers use New Media Theory as well as The Circular Social Media Model Of SOME by looking at the planning of communication strategies that have several aspects, namely sharing, optimizing, managing, and engaging.

The research method used in this study is qualitative descriptive, which techniques and processes of data collection through literature studies, observations and interviews. The number of informants in this study is 11 (eleven) people including 1 (one) key informant, 1 (one) main informant, 1 (one) academic informant and 8 (eight) supporting informants.

The results of this study are that @musemediaid in preaching information including about COVID-19 are effective enough to attract readers as their audience. In sharing @musemediaid able to analyze the audience that becomes segmentation, so the news it uploads is on target, the use of instagram which focuses on the visuals and simplicity of the editor in accordance with the strategy of optimizing the message set by the @musemediaid for readers who are the majority of young age people, in the management of the use of instagram as an interactive media has been very effective and @musemediaid able to engage the audience that becomes its readers by maximizing the creativity of each content uploaded.

Keywords : Communication Strategy, Strategic Planning, New Media

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Media Sosial Dalam Menyampaikan Informasi COVID-19 (Studi Deskriptif akun Instagram @musemediaid)”. Strategi untuk mengkomunikasikan sebuah berita yang bertujuan untuk menginformasi pembacanya dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk menyampaikannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Muse Media ID melalui media sosial Instagram. Peneliti menggunakan Teori *New Media* juga Model *Social Media The Circular Model Of SOME* dengan melihat berdasarkan perencanaan strategi komunikasi yang memiliki beberapa aspek yaitu membagikan (*share*), mengoptimalkan (*optimize*), mengelola (*manage*), dan melibatkan (*engage*).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang dimana teknik dan proses pengumpulan datanya melalui studi literatur, observasi dan wawancara. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 11 (sebelas) orang meliputi 1 (satu) informan kunci, 1 (satu) informan utama, 1 (satu) informan akademisi dan 8 (delapan) informan pendukung.

Hasil penelitian strategi komunikasi media sosial yang dilakukan oleh @musemediaid dalam memberitakan informasi termasuk mengenai COVID-19 sudah cukup efektif untuk menarik pembaca sebagai audiensnya. Dalam membagikan (*share*) @musemediaid mampu menganalisis audiens yang menjadi segmentasinya sehingga berita yang diunggahnya tepat sasaran, penggunaan instagram yang dimana menitikberatkan pada visual dan kesederhanaan redaksi sesuai dengan strategi mengoptimalkan (*optimize*) pesan yang ditetapkan oleh @musemediaid untuk pembaca yang mayoritas kalangan anak muda, dalam pengelolaan (*manage*) penggunaan instagram sebagai media yang interaktif sudah sangat efektif dan @musemediaid mampu melibatkan (*engage*) audience yang menjadi pembacanya dengan memaksimalkan kreatifitas dari setiap konten yang diunggahnya.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Perencanaan Strategi, New Media

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan "Strategi Komunikasi Media Sosial dina Nepikeun Inpormasi COVID-19 (Panalungtikan Deskriptif tina akun Instagram @musemediaid)". Strategi kanggo nepikeun warta anu gaduh tujuan pikeun nginpokeun ka pamiarsa ngagunakeun média sosial Instagram salaku média pikeun nyebarkeunana.

Panalungtikan ieu gaduh tujuan pikeun nangtoskeun kumaha strategi komunikasi anu dipigawe ku Muse Media ID ngalangkungan média sosial Instagram. Panaliti ngagunakeun Téori New Media ogé Model Social Media The Circular Model Of SOME ku ningali perencanaan strategi komunikasi anu ngagaduhan sababaraha aspek, nyaéta ngabagi (share), ngaoptimalkeun (optimize), ngatur (manage), sareng ngiringan (engage).

Métode panalungtikan anu dianggo dina ieu panalungtikan nyaéta kualitatif déskriptif, anu téknik sareng prosés ngempelkeun data ngalangkungan studi pustaka, obsérvasi sareng wawancara. Jumlah informan dina ieu panalungtikan nyaéta 11 (sabelas) urang kalebet 1 (hiji) informan konci, 1 (hiji) informan utama, 1 (hiji) informan akademik sareng 8 (dalapan) informan pendukung.

Hasil tina panalungtikan stratégi komunikasi média sosial anu dipigawe ku @musemediaid dina nepikeun inpormasi kalebet ngeunaan COVID-19 cukup épéktip pikeun narik minat salaku pamiarsa. Dina ngabagi (share) @musemediaid tiasa nganalisis pamiarsa kana bageanna ku kituna warta anu dimuatna leres-leres sasaran, pamakean Instagram anu fokus kana visual sareng kesederhanaan editorial saluyu sareng strategi ngaoptimalkeun (optimize) pesen anu diatur ku @musemediaid pikeun pamiarsa anu kalolobaanana jalma ngora. Dina ngatur pamakean (manage) Instagram salaku média interaktif, éta parantos épéktip pisan sareng @musemediaid tiasa ngiringkeun (engage) pamirsa anu janten pamiarsa ku ngamaksimalkeun kreativitas unggal eusi anu dimuatna.

Sanggem konci: Strategi Komunikasi, Perencanaan Strategis, New Media