

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi, 13 Februari 2024**

**Lingga Syahid Ramadhan**

**20200110400148**

**AKTIVITAS DIGITAL *PUBLIC RELATIONS* DALAM  
MENGEMBANGKAN REPUTASI UNIVERSTAS MUHAMMADIYAH  
JAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Universitas  
Muhammadiyah Jakarta)**

**ABSTRAK**

Media sosial digunakan oleh perguruan tinggi untuk melakukan kegiatan komunikasi, seperti publikasi, promosi, dan mengembangkan reputasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan media sosial Universitas Muhammadiyah Jakarta oleh Tim Kantor Sekretariat Universitas (KSU). Pengelolaan akun media sosial dikaji melalui *The Circular Model of Some*. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* ditentukan berdasarkan informan yang dinilai relevan dengan permasalahan dan tujuan yang akan diteliti. Metode penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sesuai dengan tahap *share*, tim KSU UMJ memiliki latar belakang dan tujuan yang pasti dari media sosial mereka, mereka memiliki target dari media sosial yaitu meningkatkan citra dan membangun kepercayaan publik mereka menampilkan informasi dan berkolaborasi dengan mahasiswa untuk konten media sosial. Pada tahap *optimize*, tim KSU UMJ terus memantau percakapan secara manual, konten dibuat berdasarkan apa yang saat ini sedang tren tetapi masih mempertimbangkan keinginan *stakeholders*, mereka membuka ruang diskusi bagi pengikut media sosial dan menjaga komunikasi dengan pengikut. Pada tahap *manage*, media sosial *monitoring* dilakukan secara manual dan hanya memanfaatkan fitur pada platform media sosial, respon cepat dan interaksi real-time yang optimal karena tim humas KSU UMJ merespons sesegara mungkin. Dalam proses *engagement*, UMJ melakukan undangan beberapa tokoh publik seperti Adi Hidayat yang dapat menaikkan *insight* media sosial UMJ.

**Kata Kunci** : **Aktivitas Digital Public Relations, Reputasi,**

**Daftar Pustaka** : **10 Buku dan 5 Jurnal**

**Pembimbing** : **Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.**