

ABSTRAK

PERAN PUBLIC RELATION UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA DALAM MEMBENTUK CITRA UNIVERSITAS LEWAT SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Public Relation (PR) memiliki peran penting dalam manajemen lembaga karena manajemen lembaga tidak akan berjalan dengan baik tanpa praktisi Public Relation (PR). Seorang praktisi Public Relation (PR) harus mempunyai kemampuan pemahaman teknologi yang baik karena ia dituntut membangun relasi yang baik dengan sosial media yang dikelola oleh pihak Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Sumber data penelitian ini yaitu, informan terutama Public Relation (PR) Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Public Relation (PR) UMS telah melakukan perannya dengan baik sebagai penghubung antara kelompok masyarakat dengan lembaga. Peran sebagai corporate image merupakan peran paling dominan. Hal ini dapat diamati dari unggahan Public Relation (PR) di laman Instagram @umsofficialid yang menonjolkan Kerjasama antara UMS dengan pihak lain. Sementara, peran sebagai Back Up Management merupakan peran yang kurang dominan. Adapun citra positif dapat dihasilkan dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Kata kunci: public relation, citra universitas, sosial media

ABSTRACT

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS MUHAMMADIYAH SURAKARTA UNIVERSITY IN BUILDING THE UNIVERSITY IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Public relations is essential in institutional management because institutional management will not run properly without Public relations practitioners. Public relations practitioners must have good technological skills because they are required to build good relations with social media managed by Muhammadiyah Surakarta University (UMS). This study used a qualitative methodology.

The data source is the Public relations of Muhammadiyah Surakarta University. Data collection techniques implemented observation, interviews, documentation and literature study. Data analysis techniques cover data reduction, presentation, and conclusions. The results showed that UMS public relations had performed a good role between community groups and institutions. The corporate image is the most dominant role. It can be observed from public relations uploads on the Instagram page @umsofficialid, which highlight collaboration between UMS and other parties. Meanwhile, backup management is a less dominant role. The positive image has been resulted and in accordance with the expectations of society.

Keywords: Public Relations, University Image, Social Media

