

ABSTRAK

Farisa Nabila Hidayati
F1C018056

Universitas Jenderal Soedirman

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

STRATEGI PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @belanja.cipta.nusantara DALAM MENDUKUNG KAMPANYE GERAKAN NASIONAL BANGGA BUATAN INDONESIA #AROMAMALUKU

Dalam rangka mendukung Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia #AromaMaluku, penggunaan media sosial instagram @belanja.cipta.nusantara dipergunakan dengan maksud sebagai media penyampaian informasi mengenai kampanye tersebut. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan akun instagram @belanja.cipta.nusantara dalam mendukung kampanye Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia #AromaMaluku bagi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan model *The Circular Model of SOME* dari Regina Luttrell. Berdasarkan penelitian, pada tahap *share*, tim pengelola instagram @belanja.cipta.nusantara melakukan strategi dengan memilih media yang digunakan untuk kampanye sesuai target audiens, berusaha berkoneksi dengan audiens melalui konten interaksi, dan membangun kepercayaan audiens melalui penyebaran informasi yang valid. Pada tahap *optimize*, strategi yang dilakukan dengan mendengarkan dan mempelajari apa yang diperbincangkan audiens misalnya melalui terbuka atas kritik dan memanfaatkan fitur instagram serta berupaya terlibat percakapan dengan audiens melalui narasi *call to action* (CTA) dan instagram *live*. Pada tahap *manage*, tim pengelola melakukan evaluasi akun menggunakan fitur *insight*, berupaya memberi respon cepat dan berinteraksi dengan audiens melalui konten interaksi dan instagram *live*. Pada tahap *engage*, tim pengelola melibatkan *influencer* dalam beberapa kegiatan, menentukan audiens berdasarkan tujuan kampanye, dan berupaya meraih audiens melalui konten interaktif. Untuk aspek yang paling maksimal dalam pelaksanaannya adalah aspek *share* dan *engage*.

Kata Kunci: strategi pengelolaan instagram, gerakan nasional bangga buatan indonesia aroma maluku, *the circular model of SOME*, media sosial, komunikasi.

ABSTRACT

Farisa Nabila Hidayati
F1C018056

Jenderal Soedirman University

Faculty of Social and Political

Sciences Communication Studies Program

**STRATEGY FOR MANAGING THE @belanja.cipta.nusantara INSTAGRAM
ACCOUNT TO SUPPORT GERAKAN NASIONAL BANGGA BUATAN INDONESIA
#AROMAMALUKU CAMPAIGN**

In order to support the Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia #AromaMaluku campaign, the use of social media Instagram @belanja.cipta.nusantara is used with the intention of being a medium for conveying information about the campaign. This study aims to find out how the strategy for managing the @belanja.cipta.nusantara Instagram account is to support the Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia #AromaMaluku campaign for the public. This study uses descriptive qualitative methods and the model The Circular Model of SOME from Regina Luttrell. Based on the research, at the share stage, the Instagram @belanja.cipta.nusantara management team carried out a strategy by choosing the media used for the campaign according to the target audience, trying to connect with the audience through interactive content, and building audience trust through the dissemination of valid information. At the optimize stage, the strategy is done by listening to and studying what the audience is talking about, for example by being open to criticism and utilizing Instagram features, and trying to engage in conversation with the audience through a call to action (CTA) narratives and Instagram live. At the manage stage, the management team evaluates the account using the insight, seeks to provide a quick response, and interacts with the audience through interactive content and Instagram live. In the engage, the management team engages influencers in several activities, determines the audience based on campaign objectives, and seeks to reach the audience through interactive content. The most optimal aspect of its implementation is the share stage and engage stage.

Keywords: Instagram management strategy, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia #AromaMaluku, the circular model of SOME, social media, communication.