

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA STRATEGY OF THE INSTAGRAM ACCOUNT @OFFICIAL_UNILA IN MEETING THE INFORMATION NEEDS OF UNIVERSITY OF LAMPUNG STUDENTS

By

ANNISA JUDITH ADITYA

Social media has become the primary channel for universities to disseminate information to students, positioning the official Instagram account @official_unila, managed by the University of Lampung's Public Relations division, as a strategic medium for academic and non-academic communication. This study aims to analyze the social media strategy implemented by the account in fulfilling student information needs. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through in-depth interviews involving three account administrators and three active students, complemented by content observation between January and March 2024. The findings reveal that @official_unila adopts an Active, Creative, Collaborative, and Content Exploration strategy, reinforced by the SMART, PESTEL, and PESO models, and has reached the mature stage within the Social Strategy Cone framework, as evidenced by consistent posting frequency of 9–11 times per week and effective use of features such as Reels, Story, and Live. Students perceive the account as their primary source of academic schedules, campus events, internships, and scholarship information. Therefore, @official_unila functions effectively as both an institutional communication channel and a digital information hub, although further enhancement of two-way interaction and integration with campus information systems is recommended to optimize future digital communication strategies.

Keywords: Digital Communication, Instagram, Social Media Strategy, Student Information Needs, University Public Relations.

ABSTRAK

STRATEGI MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @OFFICIAL_UNILA DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

ANNISA JUDITH ADITYA

Media sosial telah menjadi saluran utama perguruan tinggi dalam menyebarkan informasi kepada mahasiswa, sehingga pengelolaan akun resmi seperti Instagram @official_unila oleh Humas Universitas Lampung memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik dan nonakademik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial yang diterapkan oleh akun tersebut dalam menjawab kebutuhan informasi mahasiswa. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga pengelola akun dan tiga mahasiswa aktif, serta observasi unggahan konten selama periode Januari hingga Maret 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @official_unila menerapkan pendekatan strategi Aktif, Kreatif, Kolaboratif, dan *Explore* Konten yang diperkuat oleh model SMART, PESTEL, dan PESO, serta telah mencapai tahap *mature* dalam kerangka *Social Strategy Cone*, ditandai dengan konsistensi unggahan 9–11 kali per minggu dan pemanfaatan fitur *Reels*, *Story*, dan *Live* secara efektif. Mahasiswa menilai akun ini sebagai sumber informasi utama terkait jadwal akademik, kegiatan kampus, hingga peluang magang dan beasiswa. Dengan demikian, akun @official_unila terbukti efektif sebagai media komunikasi institusional dan pusat informasi digital, meskipun peningkatan interaksi dua arah dan integrasi sistem informasi kampus masih diperlukan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi digital ke depannya.

Kata Kunci: Humas Universitas, Instagram, Kebutuhan Informasi Mahasiswa, Komunikasi Digital, Strategi Media Sosial.