

ABSTRAK

Nadia Damayanti : Aktivitas *Digital Public Relations* Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) melalui Media Sosial Instagram @selasarsunaryo dalam Menyampaikan Informasi

Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) merupakan sebuah ruang dan institusi seni yang mendukung perkembangan seni dan budaya, khususnya seni kontemporer di Indonesia yang berorientasi terhadap interaksi dan edukasi kepada masyarakat. Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) melalui divisi *Communication, Education and Marketing* melakukan kegiatan aktivitas *digital public relations* di sosial media Instagram pada akun @selasarsunaryo. Platform Instagram digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *digital public relations* yang dilakukan Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) melalui media sosial Instagram pada akun @selasarsunaryo dalam menyampaikan sebuah informasi dengan menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yaitu konsep *The Circullar Model of Some for Social Communocations*. Konsep ini meliputi empat tahapan diantaranya *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalisasi), *manage* (mengelola) dan *engage* (mengikutsertakan).

Penelitian ini menerapkan paradigma konstruktivistik dan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang dipilih adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan secara rinci fenomena yang terjadi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan juga observasi partisipatif secara pasif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) telah melaksanakan aktivitas *digital public relations* melalui sosial media Instagram pada akun @selasarsunaryo yang didasarkan pada konsep *The Circullar Model of Some for Social Communication* oleh Regina Luttrell yang memiliki empat tahapan: (1) *Share* atau membagikan informasi pesan atau informasi melalui konten yang berfokus pada aspek partisipasi, koneksi dan membangun kepercayaan publik. (2) *Optimize* atau mengoptimalkan pesan atau informasi yang berfokus pada aspek perencanaan konten, visual konten dan *copywriting*. (3) *Manage* atau mengelola pesan atau informasi yang berfokus pada aspek *quick response* dan *media monitoring*. (4) *Engage* atau melibatkan publik yang berfokus pada aspek pemanfaatan fitur dan juga *collaboration relations*.

Kata Kunci: *Digital Public Relations, Keterlibatan Publik, Kepercayaan Publik*

ABSTRACT

Nadia Damayanti : *Digital Public Relations Activities of Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) on Social Media Instagram @selasarsunaryo in Delivering Information*

Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) is an art space and institution that supports the development of arts and culture, especially contemporary art in Indonesia, which is oriented towards interaction and education for the public. Selasar Sunaryo Art Space (SSAS), through its Communication, Education, and Marketing division, conducts digital public relations activities on the Instagram social media account @selasarsunaryo. The Instagram platform is used as a means of delivering messages and information to the public.

This study aims to determine the digital public relations activities carried out by Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) through the Instagram social media account @selasarsunaryo in delivering information using the concept proposed by Regina Luttrell, namely the Circular Model of Some for Social Communications. This concept consists of four stages: share, optimize, manage, and engage.

This research applies a constructivist paradigm and uses a qualitative approach. The method chosen is descriptive, which aims to explain in detail the phenomena that occur. Data collection was carried out through in-depth interviews and passive participant observation.

The results of this study show that Selasar Sunaryo Art Space (SSAS) has carried out digital public relations activities through the Instagram social media account @selasarsunaryo based on the Circular Model of Some for Social Communication proposed by Regina Luttrell, which has four stages: (1) Share or share information or messages through content that focuses on aspects of participation, connection, and building public trust. (2) Optimize or optimize messages or information that focuses on aspects of content planning, visual content, and copywriting. (3) Manage or manage messages or information that focuses on aspects of quick response and media monitoring. (4) Engage or involve the public that focuses on the use of features and collaboration relations.

Keywords: *Digital Public Relations, Public Engagement, Public Confidence*