

ABSTRAK

Nama	: Tasya Aprilia
NIM	: 4421901034
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Reputasi Universitas Mercu Buana Sebagai Instansi Pendidikan Melalui Promosi di Media Sosial di Instagram (Analisis Framing)
Pembimbing	: Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

Untuk membangun citra yang positif sekaligus media promosi, Universitas Mercu Buana (UMB) menggunakan media sosial yaitu instagram sebagai media komunikasinya. UMB memiliki dua akun instagram yang dikelola oleh dua tim berbeda, yaitu akun instagram @univmercubuana yang dikelola oleh tim marketing dan akun instagram @humas_univmercubuana yang dikelola oleh tim humas. Penelitian ini bertujuan untuk melihat citra positif yang dibangun oleh UMB melalui postingan instagram @univmercubuana dan @humas_univmercubuana. Pada penelitian ini, menggunakan konsep framing model Gamson dan Modigliani dimana framing dinilai dari unsur media package nya. Menggunakan Paradigma interpretif dengan metode framing, pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan akun instagram @univmercubuana dan @humas_univmercubua sebagai objek penelitian, menggunakan teknik analisis framing Gamson dan Modigliani, dengan total unit analisis 6 postingan. Hasil penelitian menyatakan adanya perbedaan pada konsep postingan sampai media package, seperti perumpamaan, penggunaan kata/kalimat konotatif dan denotatif sampai jargon yang digunakan. Kesimpulan dari penelitian bahwa kedua akun instagram memiliki media package yang berbeda dalam membingkai informasi di Instagram. Reputasi yang dibangun oleh akun instagram @univmercubuana adalah sebagai kampus impian dengan banyaknya beasiswa yang ditawarkan. Reputasi yang dibangun oleh akun instagram @humas_univmercubuana adalah sebagai kampus impian yang memiliki banyak prestasi.

Kata kunci: Instagram, Framing, Promosi, Marketing, Humas

ABSTRACT

Name : Tasya Aprilia
NIM : 44219010034
Study Program : *Communication Scient*
Title Final Exam Report : Reputasi Universitas Mercu Buana
Sebagai Instansi Pendidikan Melalui
Promosi di Media Sosial di
Instagram (Analisis Framing)
Counsellor : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

To build a positive image as well as promotional media, Universitas Mercu Buana (UMB) uses social media, Instagram as its communication medium. UMB has two Instagram accounts managed by two different teams, the @univmercubuana Instagram account managed by the marketing team and the @humas_univmercubuana Instagram account managed by the PR team. This study aims to see the positive image built by UMB through @univmercubuana and @humas_univmercubuana Instagram posts. Used the concept of framing the Gamson and Modigliani models where framing was judged from the elements of the media package. In addition, the author uses an interpretive paradigm with descriptive qualitative research methods, using @univmercubuana and @humas_univmercubua Instagram accounts as research objects. Used Gamson and Modigliani framing analysis techniques, with a total of 6 posts of analysis units. The results of the study stated that there were differences in the concept of posts to media packages, such as parables, the use of connotative and denotative words / sentences to the jargon used. The conclusion of the study is that the two Instagram accounts have different media packages in framing information on Instagram. The reputation built by @univmercubuana Instagram account is as a dream campus with many scholarships offered. The reputation built by @humas_univmercubuana Instagram account is as a dream campus that has many achievements.

Keyword: Instagram, Framing, Promotion, Marketing, PR Team