**BAB III**

**PENYAJIAN & ANALISIS DATA**

Guna untuk melengkapi data penelitian, maka penulis melakukan wawancara dengan beberapa informan. Teknik wawancara menggunakan teknik Indepth Interview, yaitu wawancara mendalam terkait tema penelitian, yaitu bagaimana penggunaan sosial media sebagai bagian strategi komunikasi kehumasan UNS dan apa saja peranan sosial media sebagai bagian strategi komunikasi kehumasan UNS. Pemilihan Informan berdasarkan pada tingkat kebutuhan data, selain wawancara penulis juga melakukan observasi data dan refrensi.

Wawancara tersebut dilakukan sesuai dengan kesedian waktu Informan. Wawancara pada Informan 1 ( kunci) sebagai Deputi Humas yaitu Dr. Andre N. Rahmanto, S.Sos.,M.Si. pada hari Kamis, 26 April 2018, Pukul 12.00 WIB. Wawancara tersebut bertempat di kantor Humas. Wawancara tersebut dilakukan penulis dengan membacakan interview guidge sebagai pedoman wawancara. Suasana di kantor Humas sangat hening, hanya ada beberapa staff Humas dan pak Andre sebagai narasumber. pertanyaan yang diajukan pada Informan 1 mengenai penggunaan sosial media sebagai strategi kehumasan UNS,. Wawancara pada Informan 2 dilakukan pada hari Rabu, 25 April 2018, Pukul 12.00 WIB. Wawancara dengan pembina Data dan Informasi yaitu Harmadi Subiatmoko, S.Sos., M.Ikom bertempat di Gedung IKA UNS. Suasana wawancara sangat sepi hanya ada Informan dan penulis, wawancara berlangsung dengan penulis membacakan daftar pertanyaan kepada narasumber. Penulis mencatat point-point jawaban yang disampaikan pada narasumber. Wawancara pada Informan 3 pada Informan 3 sebagai adminn sosial media yaitu Dejun, pada hari Kamis, 26 April 2018, Pukul 14.00 WIB. Wawancara tersebut bertempat di Perpus Pusat, suasana saat wawancara sangat ramai, banyak orang yang keluar masuk perpus. Wawancara pada Informan 4 sebagai Staff Humas yaitu Haryono, pada hai Rabu 25 April 2018, Pukul 13.15 WIB, wawacara tersebut bertempat di kantor Humas Pusat, ruangan tersebut sangat ramai banyak staff-staff Humas di ruangan tersebut. Wawancara pada Informan 5 sebagai Jurnalis kampus yaitu Irin Khairina, pada hari Rabu 25 April 2018, Pukul 11.30 WIB, bertempat di kantor Humas Pusat, suasana wawancara banyak staff Humas di ruangan tersebut. wawancara berlangsung dengan penulis membacakan pertanyaan-peranyan dari Interview guide, dan penulis mecatat point-point jawaban dari Informan.

1. **Profil Informan**

Nama Lengkap: Dr. Andre N. Rahmanto, S.Sos.,M.Si.

NIP : 197707152005011002

TTL : Bojonegoro, 15 Juli 1977

Jurusan/Prodi : Pend. IPS / Pend. Administrasi Perkantoran

Email : [andreyuda@yahoo.com](mailto:andreyuda@yahoo.com)

Website : <http://andrerahman.staff.uns.ac.id>

Riwayat Pendidikan:SI : FISIP UNS, 2001

Bidang Ilmu: Ilmu Komunikasi

S2 : FISIP UNS, 2009

Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi

S3 : Ilmu Komunikasi Padjadjaran, 2014

Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi

Keahlian : Manajemen Komunikasi

Judul Desertasi :Komunikasi Pemerintah dalam mengontruksi Citra Kota Solo sebagai Kota Budaya dan Pariwisata

Nama Lengkap : Harmadi Subiatmoko, S.Sos., M.Ikom

NIK : 197210242002121002

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir : Sukoarjo, 24-10-1972

Agama : Islam

Pendidikan Tertinggi :S2

Jenis Staff : Staff Kependidikan PNS

Fakultas/Unit Kerja : Kantor Pusat

Prodi/ Sub.Unit Kerja : Bagian Data dan Informasi

Golongan Ruang : IV A

Pangkat : Pembina

Jab Fungsional : -



Nama Lengkap : DEDE JUN SAPUTRA

Pendidikan : SDN Sukamarga 01 ( 2001-2007)

SMP Smart Ekselensia ( 2007-2010)

SMA Ekselensia ( 2010-2012)

UNS- Pendidikan Informatika ( 2012- sekarang)

Pengalaman Kerja: Graphic Designer ( Timwork, 2016-2017 )

Hobi& kesukaan : Desain, Futsal, Musik, Sosial media, muncak

Event & Organisasi : Tim Data & Informasi Uns 2017 ( admin sosial media)

Jebres Festiva l 2016 ( acara )

BEM UNS 2015( Staf Media & Informasi)

Pekan Mahasiswa UNS 2014 ( Ketua Acara)

Nama lengkap : HARYONO

NIK : 198704820080301

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat lahir : Boyolali

Agama : Islam

Tanggal Lahir : 08-04- 1987

Pendidikan Tertinggi : SMU/SLTA

Jenis Staf : Staf Kependidikan Non PNS

Fakultas/ Unit Kerja : UPT. Layanan Internasional dan Humas



Nama Lengkap : Irin Khairina

Pendidikan : Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan

Universitas Padjajaran Bandung, Indonesia

Pengalaman : editor, bertanggung jawab membuat konten,

mengedit, dan menerbitkan media UNS

Seminar & Worksop: Pembicara & pelatihan Jurnalistik, LPM Fakultas Pertaniaan UNS,

2015

Pembicara & Instruktur di Pelatihan Jurnalistik, LPM Fakultas Pertanian,

UNS, 2015

Penyelenggara Seminar Pengasuhan oleh Yayasan Kita dan Buah Hati

( 2014)

Penyelenggara Seminar Pengasuhan oleh Yayasan Kita dan Bua Hati

(2015)

1. **Analisis Data**

Untuk menganalisa penelitian ini, penulis memilih jenis penelitian Deskriptif Kualitatif, dengan teknik analisis Interaktif. Adapun cara mendapatkan data, penulis menggunakan teknik Indepth Interview, dan Observasi. Lebih lanjut, untuk memudahkan proses analisis data, maka penulis membagi menjadi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (Miles dan Habermas dalam Bungin, 2003: 229).

1. Reduksi Data

Pada tahap ini akan dipusatkan pada data lapangan yang telah terkumpul. Data lapangan itu, kemudian dipilih, untuk dilihat relevansinya terhadap tujuan penelitian. Berbagai data yang yang terpilih, disederhanakan, diklasifikasikan serta dijabarkan atas dasar tema untuk merekomendasikan data tambahan. Kemudian hasilnya akan diuraikan secara singkat dalam bentuk ringkasan.

2. Tahap Penyajian Data (Display)

Pada tahap ini penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif terlebih dahulu. Hasil teks naraatif tersebut diringkas dalam bentuk uraian sederhana yang menggambarkan alur proses perubahan cultural, dari monokultaris ke interkulturalitas. Masing- masing komponen dalam uraian merupakan abstraksi dari teks naratif di lapangan. Penyajian informasi hasil penelitian dilakukan berdasarkan susunan yang telah diabstraksikan dalam uraian tersebut.

3. Verifikasi (Kesimpulan)

Tahap ini akan dilakukan uji kebenaran dari setiap makna yang muncul pada data penelitian. Di samping menyandarkan pada klarifikasi data, perlu juga memfokuskan perhatian pada abstraksi data yang tertuang dalam uraian. Setiap data yang menunjang komponen uraian diklasifikasikan kembali, baik dengan informan di lapangan melalui diskusi- diskusi dengan rekan. Apabila hasil klarifikasi memperkuat simpulan atas data, maka pengumpulan data untuk komponen tersebut siap dihentikan

Dari urutan analisis data diatas penulis membagi 2 kategorisasi sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu bagaimana strategi kehumasan UNS, dan bagaimana penggunaan serta tata kelola sosial media sebagai bagian Strategi Kehumasan UNS.

**B.1 . Strategi Kehumasan UNS**

Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi kehumasan UNS, maka penulis menggunakan model strategi komunikasi yang dicetuskan oleh Marhaeni Fajar. Dimana strategi komunikasi ditujukan untuk: mengetahui khalayak, merumuskan pesan, memilih metode penyampaian pesan, menyampaikan pesan, dan mengevaluasi (Fajar, 2009 : 183 ).

1. **Khalayak**

Dijelaskan bahwa khalayak memiliki kekuatan penangkal yang bersifat psikologi dan sosial bagi setiap pengaruh yang berasal dari luar diri dan kelompoknya. Disamping itu khalayak tidak hanya dirangsang oleh hanya satu pesan saja melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh-pengaruh dari pesan-pesan lain yang datang dari sumber (komunikator) lain dalam waktu yang sama, maupun sebelum dan sesudahnya. Dengan emikian pesan yang disampaikan dapat menimbulkan efek atau perubahan pada khalayak bukanlah satu-satunya “ kekuatan”, melainkan, hanya satu diantara semua kekuatan pengaruh yang bekerja dalam proses komunikasi, untuk mencapai efektivitas.

Jadi efek lain dari paduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. Justru itu, maka pesan sebagai satu-satunya kekuatan yang dimiliki ole komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Dalam hal ini maka perencanaan dan perumusan strategi dalam proses komunikasi. Terutama dalam komunikasi inovasi, public relation, komunikasi internasional dan sebagainya, semakin jelas diperlukan. Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif, bahwa telah dijelaskan dalam proses komunikasi dengan khalayak tidak pasif, melainkan aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan saling mempengaruhi, bukan hanya saling berhubungan, tetapi komunikator dapat dipengaruhi oleh khalayak.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018). Informan I menjelaskan jika pihaknya sudah membuat road map, sebagai panduan strategi komunikasi kehumasan, baik untuk jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Dan semuanya itu diterapkan dalam kurun waktu 5 tahun. Sedangkan yang menjadi acuan dari Road Map itu adalah Visi dan Misi UNS. Dimana, yang menjadi target khalayak strategi komunikasi, terbagi menjadi dua, yaitu kalangan internal yang meliputi tenaga pengajar, tenaga pendidik, dan mahasiswa. Sedangkan untuk khalayak eksternalnya diantaranya adalah mitra kerja UNS, pemerintah, dan masyarakat umum.

“ Strategi secara umum sudah ada road map, dibuat untuk selama lima taun kdepan untuk jangka panjang disesuaikan dengan Visi Misi UNS yaitu, strateginya menuju kesana,” (wawancara, 26 April 2018).

Senada dengan informan 1, Haryono, selaku koordinator jurnalis kehumasan UNS (Informan 4) mengatakan, jika informasi kehumasan itu juga diakses oleh wartawan media massa eksternal. Fungsinya, selain sebagai informasi awal, juga bisa dijadikan sebagai acuan dalam proses peliputan.

“Wartawan butuh informasi dari humas, sebagai pertimbangan dalam memilih tema liputan. Juga menjadi acuan mereka dalam proses peliputan itu sendiri,” (Wawancara, 25 April 2018).

Pernyataan informan 4 tersebut, dibenarkan oleh Khairina, selaku jurnalis UNS. Khairina yang selanjutnya disebut sebagai informan 5, mengatakan, bahwa sebelum melakukan liputan, dirinya selalu memantau terlebih dahulu perkembangan informasi yang diberikan oleh humas. Dirinya merasa sangat terbantu akan hal tersebut, karena bisa memetakan isu dan informasi sebagai bahan peliputan.

“Sebelum liputan, biasanya saya membuka akun sosmed UNS terlebih dahulu, untuk memantau, mencari tahu informasi, dan membandingkan isu yang terjadi di UNS,” (Wawancara, 25 April 2018).

1. Merumuskan Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.

Selektivitas pesan untuk merumuskan pesan, materi yang disampaikan sebagai Strategi Komunikasi Kehumasan UNS di sosial media yang berhubungan dengan berita-berita yang terkait dengan UNS, prestasi-prestasi Mahasiswa UNS, Kerjasama UNS dengan pihak luar. Hal tersebut dibuktikan penulis lewat Observasi sosial media ( Instagram, Facebok, Twitter).

Facebook 3 bulan terakhir dari bulan Januari –Maret periode 2018 contohnya ada,. Event selanjutnya event lomba lari untuk memperingati dies natalis ke-42 Universitas Sebelas Maret ( UNS), tanggal upload 14 Maret 2018. Selanjutnya event jalan sehat untuk meramaikan dies natalis UNS, tanggal upload 8 Maret 2018.Informasi yang mengenai tentang kerjasama UNS dengan pihak luar pada postingan yang di Facebook ada, tanda tangan nota kesepahaman awali kerja sama UNS dengan Pertamina Hulu Energi (PHE), tanggal upload 19 Maret 2018. Informasi yang mengenai tentang prestasi mahasiswa UNS. mahasiswa yang berprestasi ada dua mahasiswa UNS bawa pulang medali Emas dari Negeri gajah Putih, postingan tersebut pada tanggal 13 Februari 2018.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018)

“Berita-berrita yang biasanya di upload di sosial media menyangkut tentang UNS, prestasi-prestasi mahasiswa UNS ada selingan infografis, ada kerjasama pihak uns dengan pihak luar.” Informan 3 berpendapat, “Informasi yang di posting biasanya tentang mahasiswa berprestasi, infografis, kerjasama UNS dengan pihak luar, yang berhubungan dengan Universitas,” Informan 5 berpendapat, “ Materi yang diposting berisi kegiatan-kegiatan dan prestasi-prestasi anak-anak UNS. Karena sosial media menjadi gerbang, dimana banyak informasi yang bisa di dapat .’’

1. Memilih metode

Dalam dunia komunikasi pada metode penyampaiannya/ mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu : menurut cara pelaksanaaya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaanya dengan melepaskan perhatian dari isi pesanya. Sedang yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

Dalam pemilihan metode penyampaian pesan Strategi Komunikasi kehumasan terbagi menjadi 2, yaitu menggunakan media konvensional, dan sosial media, khusus untuk menyampaikan pesan di sosial media hanya informasi-informasi awal, Informasi yang secara detail menggunakan media konvensional ( koran 11 Maret ).

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018)

“ Paling efektif yaitu sosial media, jika untuk membangun image media konvensional atau cetak yaitu koran, dan tv mempunyai konstribusi.’’ Informan 3 berpendapat, “Facebook, instagram, website, youtobe, twitter dari segi informasi yang pling efektif facebook, karena tidak terbaas oleh karakter, dapat memberikan info dan kasih, karena sekarang paling banyak mnggunakan instagram yang paling banyak sekarang yang digunakan instagram.” Informan 4 berpendapat, “ Akun sosial media Yang paling efektif di akses itu web UNS, Instagram.” Informan 5 berpendapat, “ Instagram, facebok, dan twitter .’’

1. Seleksi dan penggunaan media ( menyampaikan pesan)

Penggunaan medium sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat. Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif, dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun, harus demikian pula.

Akun sosial media yang paling efektif digunakan untuk menyampaikan informasi- informasi kepada khalayak yaitu Facebook dan Instagram, karena berkaitan dengan generasi muda saat ini yang sudah berali penggunaan New media untuk mengakses informasi yang dibutuhkan.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018).

**“** akun sosial media yang paling efektif digunakan yaitu Facebook dan Instagram, Humas sangat peduli dengan memanfaatkan media baru, karena suatu perkembangam teknologi komunikasi saat ini yang memaksakan orang harus selalu tahu informasi yang terjadi di sekitar dan selalu update, jika tidak memakai media baru akan tertinggal jauh, karena keterkait dengan generasi muda saat ini banyak yang menggunakan media baru dalam keseharianya dalam mencari informasi apapun.” Informan 3 berpendapat, dari segi informasi yang pling efektif facebook, karena tidak terbaas oleh karakter, dapat memberikan info dan kasih, karena sekarang paling banyak mnggunakan instagram yang paling banyak sekarang yang digunakan instagram.” Informan 4 berpendapat, “ Akun sosial media Yang paling efektif di akses itu web UNS, Instagram.”

1. Mengevaluasi

Kegiatan dan tujuan harus diawasi dan dievaluasi secara teratur dengan tujuan untuk pertanggungjawabkan dan penerusan perbaikan. Langkah terakhir dalam proses ini yaitu melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, hasil dari program, penyesuaian akan tetap dilaksankan sebagai program diimplementasikan dan didasarkan pada evaluasi atas feedback mengenai bagaimana progrma tersebut telah berjalan. Masing-masing diatas tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Langkah-langkah tersebut berkelanjutan, bersifat siklis dan diaplikasikan dalam pengaturan yang dinamis.

Monitoring dilakukan untuk mengontrol segala sesuatu jika ada informasi yang berkaitan dengan UNS. Bentuk monitoring yaitu untuk mengamati/ mengetahui perkembangan sauatu aktifitas berkaitan dengan Informasi berkaitan dengan Universitas. jika terjadi suatu kesalahan yang tidak diinginkan. Fungsi monitoring Menjaga kebijakan sesuai yang ingin di implementasikan sesuai Strategi Komunikasi yang berkaitan dengan sosial media.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018).

“Humas harus selalu memantau, jika ada berita negatif berkaitan dengan UNS, Humas harus mencaritahu tentang informasi benar atu tidaknya berita tersebut, itu salah satu bentuk monitoring yang dilakukan oleh Humas, harus tahu terkait monitoring , yaitu memantau staff-staff yang bekerja dibawah humas, yang ditugaskan belum secara detail melakukan tugas dan pekerjaan.” Informan 2 berpendapat, “ Memonitoring data statistik, jika tidak ada monitoring tidak bisa menampilkan data statistik. Contohnya pada berita tentang UNS menjadi USM berita dari Kompas, dan ada bentuk interaksi adminn sosial media dalam menindaklanjuti isu tersebut.”

**B.2 Tata Kelola Sosial Media**

1. Pemanfaatan/ Penggunaan Sosial Media

Pemanfaatan sosial media bagi Humas merupakan bagian dari Strategi Komunikasi Kehumasan, dengan memanfaatkan media baru yaitu sosial media karena suatu perkembangan teknologi komunikasi saat ini yang memaksakan orang harus selalu tahu Informasi sekitar.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018).

**“** Humas sangat peduli dengan memanfaatkan media baru, karena suatu perkembangam teknologi komunikasi saat ini yang memaksakan orang harus selalu tahu informasi yang terjadi di sekitar dan selalu update, jika tidak memakai media baru akan tertinggal jauh, karena keterkait dengan generasi muda saat ini banyak yang menggunakan media baru dalam keseharianya dalam mencari informasi apapun.” Informan 2 berpendapat, “ Sosial media pasti dimanfaatkan sebaik mungkin, karena fungsi sosial media sebagai no live sharing dalam memanfaatkan manajemen publikasinya diperkuat.’’Informan 4 berpendapat, “ Sudah, ketika teman wartawan mereka mencari kabar terbaru UNS, watawan melihat Web UNS, keika melihat berita langsung konfirmasi di Humas berita tersebut benar atau tidak, jika benar wartawan langsung meliput berita tersebut. ’’

1. Seleksi Informasi

Informasi yang berkaitan dengan sosial media ang menjadi bagian Strategi Komunikasi Kehumasan UNS yaitu berkaitan dengan di sosial media yang berhubungan dengan berita-berita yang terkait dengan UNS, prestasi-prestasi Mahasiswa UNS, Kerjasama UNS dengan pihak luar. Dan ada selingan Infografis.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018)

“Berita-berrita yang biasanya di upload di sosial media menyangkut tentang UNS, prestasi-prestasi mahasiswa UNS ada selingan infografis, ada kerjasama pihak uns dengan pihak luar.” Informan 3 berpendapat, “Informasi yang di posting biasanya tentang mahasiswa berprestasi, infografis, kerjasama UNS dengan pihak luar, yang berhubungan dengan Universitas,” Informan 5 berpendapat, “ Materi yang diposting berisi kegiatan-kegiatan dan prestasi-prestasi anak-anak UNS. Karena sosial media menjadi gerbang, dimana banyak informasi yang bisa di dapat .’’

1. Monitoring

Monitoring dilakukan untuk mengontrol segala sesuatu jika ada informasi yang berkaitan dengan UNS. Bentuk monitoring yaitu untuk mengamati/ mengetahui perkembangan sauatu aktifitas berkaitan dengan Informasi berkaitan dengan Universitas. jika terjadi suatu kesalahan yang tidak diinginkan. Fungsi monitoring Menjaga kebijakan sesuai yang ingin di implementasikan sesuai Strategi Komunikasi yang berkaitan dengan sosial media.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018).

“Humas harus selalu memantau, jika ada berita negatif berkaitan dengan UNS, Humas harus mencaritahu tentang informasi benar atu tidaknya berita tersebut, itu salah satu bentuk monitoring yang dilakukan oleh Humas, harus tahu terkait monitoring ,yaitu memantau staff-staff yang bekerja dibawah humas, yang ditugaskan belum secara detail melakukan tugas dan pekerjaan.” Informan 2 berpendapat, “ Memonitoring data statistik, jika tidak ada monitoring tidak bisa menampilkan data statistik. Contohnya pada berita tentang UNS menjadi USM berita dari Kompas, dan ada bentuk interaksi admin sosial media dalam menindaklanjuti isu tersebut.”

1. Evaluasi

Kegiatan dan tujuan harus diawasi dan dievaluasi secara teratur dengan tujuan untuk pertanggungjawabkan dan penerusan perbaikan.

Seperti yang diutarakan oleh Informan 1 ( kunci ), sebagai Deputi Humas UNS yaitu : Dr Andre N. Rahmanto, S.Sos., M.Si ( 26 April 2018).

Target yang ingin dicapai secara teknik followers semakin bertambah, dalam postingan informasi lebih menarik, seingga tidak akan kalah saing dengan sosial media yang non resmi UNS.

“Target yang ingin dicapai, secara teknis followers semakin banyak, konsisten dalam postingan, mampu menyajkan konten-konten yang menarik, ide-ide harus lebih kreatif yang bisa membuat followers suka, target tahun ini harapanya jadi alat yang mewakili UNS, menjangkau sampai publik melaui sosial media yang paling efektif, sehingga tidak akan kalah saing dengan akun UNS yang tidak resmi.” Informan 2 mengatakan, “ mempertahankan dalam menjalin sinergi, mempertahankan yang sudah dirah bersama-sama humas, berharap bisa naik lebih tinggi dari apa yang sudah dicapai sebelumnya. Dampak media sosial bisa disepakati, diyakini, bahwa media tersebut sudah profesional, informasi publikasinya sudah benar.” Informan 3 mengatakan, “Karena ini menyangkut kredibilitas yang memang mengerti seluk beluk media sosial universitas, harus ada sosmed yang strategis, masalah admin sosial media bisa banyak, harus ada otaknya di dalam pengelolaan sosial media yang memimpin, selalu mngecek sebagai media sosial, dibandingkan admin sosial media yang tugasnya simple, sedangkan sosial media yang strategis harus ada sosial media yang strategis untuk membawa sosial media UNS satu tahun kedepan mau dibawa kemana.” Informan 4 mengatakan, “ Akun media sosial harus selalu update apapun kegiatanya, harus selalu memberikan informasi terbaru dan lebih menarik untuk dikemas, dan menambah SDM ( sumber daya manusia ) karena media dan webnya hanya beberapa orang yang menangani,’’ Informan 5 mengatakan, “ harapan terkait dengan sosial media lebih aktif, melibatkan banyak mahasiswa, postingan di dalam mengapload sosial media harus lebih menarik, info- info harus lebih menarik, sehingga tidak akan kalah saing dengan akun sosial media yang tidak resmi. ’’