

ABSTRAK

Kemajuan teknologi meningkatkan kebutuhan fungsi *public relations* (PR) lembaga pendidikan, untuk menyebarkan informasi dan menciptakan hubungan digital yang strategis di media sosial. Untuk memastikan penyebaran informasi berlangsung secara efektif, diperlukan strategi dan proses evaluasi untuk mengetahui performansi media sosial secara mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa PR & Analytics Telkom University melakukan proses analisis media sosial dan bagaimana implementasi proses tersebut dilakukan dalam mengelola Instagram @telkomuniversity. Peneliti menggunakan konsep The Nine Steps of Strategic PR oleh Smith (2020) serta konsep Social Media Analytics oleh Fan dan Gordon (2014). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus. Data pada penelitian diperoleh dari hasil wawancara dengan tiga informan kunci, satu informan ahli, dan empat informan pendukung, observasi partisipatif, serta studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR & Analytics Telkom University melakukan empat fase strategi PR, yaitu *formative research*, *strategy*, *tactics*, dan *evaluative research*, dengan proses analisis media sosial pada fase *evaluative research* untuk memperoleh hasil evaluasi yang mendalam. Analisis media sosial yang dilakukan terbagi dalam lima tahapan, yaitu *data crawling*, *analyze*, *summarize*, *present*, dan *content development*, dengan tahapan monitoring yang digunakan untuk memantau pengembangan konten berdasarkan hasil analisis media sosial. Kesimpulan yang diperoleh adalah proses analisis media sosial digunakan untuk mengevaluasi performansi Instagram @telkomuniversity sehingga PR & Analytics Telkom University dapat melakukan pengembangan konten berdasarkan hasil analisis media sosial.

Kata kunci: analisis media sosial; media sosial; perguruan tinggi swasta; strategi hubungan masyarakat