

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi berbasis omni-channel dijalankan oleh Indonesiana TV dalam mengelola media sosial sebagai sarana penyampaian pesan kebudayaan kepada publik. Indonesiana TV, sebagai kanal budaya yang dikelola oleh Balai Media Kebudayaan di bawah Kementerian Kebudayaan, memanfaatkan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, X, dan Website untuk menjangkau audiens, khususnya generasi muda. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggali proses integrasi lintas platform yang dilakukan tim media sosial Indonesiana TV serta makna yang dibangun dalam praktik komunikasi mereka. Temuan menunjukkan bahwa implementasi strategi omni-channel tidak hanya menjadi sarana distribusi konten, tetapi juga membentuk narasi budaya yang terstruktur dan melibatkan interaksi emosional antara institusi dan audiens. Proses koordinasi antardivisi, pemanfaatan data analitik, serta pemaknaan terhadap media sosial sebagai ruang edukasi menjadi bagian penting dalam strategi ini. Kendati menghadapi kendala teknis dan koordinatif, Indonesiana TV berhasil menempatkan media sosial sebagai ruang dialog budaya yang dinamis dan inklusif.

Kata Kunci: Budaya, Indonesiana TV, Komunikasi digital, Media sosial, Omni-channel.