

ABSTRAK

PT. Greedy Dust memanfaatkan media sosial sebagai saluran untuk menjalankan komunikasi strategis. Dalam hal ini, *Public Relations* PT. Greedy Dust mengelola media sosial instagram PT. Greedy Dust. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram PT. Greedy Dust. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana pengumpulan data berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan media sosial instagram PT. Greedy Dust, yaitu: 1. Perencanaan untuk menentukan target audience, pemilihan media sosial dan perencanaan konten, 2. Pengimplementasian konten pada instagram dengan didukung oleh perencanaan tata bahasa dan pesan pada caption, serta pengelolahan interaksi melalui instagram story, 3. Optimalisasi untuk meningkatkan performa pengelolaan media sosial instagram melalui kegiatan monitoring, penggunaan SEO serta pemanfaatan *tools* analisis. Dalam pengelolaan media sosial tersebut terdapat faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan sumber daya manusia. Sedangkan, untuk faktor pendukungnya adalah ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung pengelolaan media sosial intagram oleh *Public Relations*.

Kata Kunci: media sosial instagram, strategi pengelolaan media sosial instagram