

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengelolaan media sosial Museum Nasional Jakarta melalui aplikasi Instagram. Tujuan pengelolaan Media sosial Museum Nasional Jakarta yaitu untuk melihat dari kondisi yang sedang terjadi atau bisa disebut dengan *tren* untuk melihat dari penilaian masyarakat melalui berita dan komentar dari khalayak di media sosial Museum Nasional Jakarta. Kemudian teori atau konsep yang digunakan yaitu *Share, Optimize, Manage, Engage*. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif karena melalui proses wawancara dan observasi langsung ke Museum Nasional Jakarta. Ada beberapa tahap dilakukan oleh museum nasional yaitu *Planning* yaitu merencanakan konsep untuk konten di Media Sosial. *Action and communication* konten yang sudah dibicarakan sebelumnya kemudian diangkat melalui Media Sosial Museum Nasional Jakarta. *Evaluation* merupakan tahap terakhir yang direkap setiap akhir tahun kemudian dibicarakan apa saja kesalahan dari setiap postingan melalui *insight* dari Media Sosial Museum Nasional Jakarta.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Instagram, Museum, Pengelolaan media sosial.