

ABSTRAK

Humas Purbalingga menggunakan media sosial Instagram untuk memaparkan informasi dalam bentuk konten Instagram. Tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram Humas Purbalingga. Penelitian menggunakan acuan dalam pengelolaan sosial media pemerintahan menurut kominfo (2018) yang terdiri dari empat tahapan yaitu penyusunan program media, pembuatan konten, distribusi konten dan evaluasi kegiatan media sosial lembaga. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data yang diperoleh peneliti dengan cara wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Melalui hasil penelitian yang dilakukan dipaparkan melalui poin-poin mulai dari poin yang terdapat pada tahap penyusunan program media yaitu, tujuan, *share*, partisipasi publik, kolaborasi, penanggulangan resiko, *audiens*, *strategi*, teknologi, pada tahap pembuatan konten terdapat poin perencanaan *editorial*, pengumpulan data, batasan konten masing-masing kanal media, konten unggulan masing-masing media sosial, dan produksi konten, pada tahapan distribusi konten terdapat poin, persiapan akun, waktu dan frekuensi konten, optimalisasi kata kunci, tagar, *caption*, *ads*, *endorsement*, dan kolaborasi, Pada hasil penelitian yang didapat, pastinya diharapkan untuk pengelolaan konten pada akun media sosial Instagram Humas Purbalingga supaya dapat memaksimalkan dalam memberikan infomasinya.

Kata Kunci: Humas Purbalingga, Instagram, Konten Media Sosial, Pengelolaan Media Sosial.

ABSTRACT

Purbalingga Public Relations uses Instagram social media to present information in the form of Instagram content. The purpose of the researcher is to find out how to manage content on Instagram social media accounts Purbalingga Public Relations. Research uses references in the management of government social media according to the Ministry of Communication and Information (2018) which consists of four stages, namely preparing media programs, creating content, distributing content and evaluating institutional social media activities. The research uses qualitative methods with descriptive research types. Collecting data obtained by researchers by means of interviews, observation, and documentation studies. Through the results of the research conducted, it is presented through points starting from the points contained in the media program preparation stage, namely, objectives, shares, public participation, collaboration, risk management, audience, strategy, technology, at the content creation stage there are editorial planning points, gathering data, content limits for each media channel, featured content for each social media, and content production, at the content distribution stage there are points, account preparation, content time and frequency, optimization of keywords, hashtags, captions, ads, endorsements, and collaboration. Based on the research results obtained, it is certainly expected that content management on the Purbalingga Public Relations Instagram social media account can maximize the sharing of information.

Keywords: *Purbalingga Public Relations, Instagram, Social Media Content, Social Media Management.*