ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang memiliki fokus pada pengembangan dan pengelolaan properti dan teknologi, PT. Graha Sarana Duta (TELKOM PROPERTY) memanfaatkan media sosial sebagai alat publikasi mengenai perusahaan. Terutama pada platform Instagram *@telkomproperty* yang menyajikan berbagai macam konten seputar perusahaan melalui pendekatan *millennials* yaitu dengan materi konten yang *relatable* dan informatif bagi *audience* nya. Hal tersebut dilakukan melalui pengelolaan konten yang dilakukan oleh TELKOM PROPERTY bersama mitra pengelola media sosial perusahaan yakni LINIKINI. Pengelolaan konten dilakukan demi memberikan konten yang berkualitas dan bermanfaat sehingga publikasi pada *@telkomproperty* dapat menarik *audience* serta *client* untuk bekerjasama dengan TELKOM PROPERTY. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan konten yang dilakukan oleh TELKOM PROPERTY pada Instagram perusahaan sebagai strategi *public relations* serta untuk mengetahui perencanaan dan pemanfaatan Instagram *@telkomproperty*. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan paradigma konstuktivisme. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten pada Instagram yang dilakukan oleh *Team Corporate Communication* TELKOM PROPERTY dalam pengenalan produk perusahaan yang mengacu pada aspek *Share, Optimize, Manage, Engage* efektif dalam meningkatkan *engagement* dan penyampaian pesan pada *audience*.

Kata Kunci: Pemanfaatan Instagram, Pengelolaan Konten, Strategi *Public Relations*