

ABSTRAK

Pengelolaan media sosial dan aktivitas humas kini memegang peranan krusial dalam penyebaran informasi dan komunikasi perusahaan di era digital. PT Wijaya Karya Beton Tbk (WIKABeton), yang beroperasi di sektor konstruksi dan infrastruktur, merupakan salah satu dari sedikit perusahaan yang bergerak pada lini B2B beton pracetak yang mengadopsi konten edukatif dan solutif melalui platform media sosial seperti Instagram. Meskipun perusahaan ini menunjukkan komitmen untuk menyajikan konten yang bermanfaat dan memiliki visual Instagram yang baik, tantangan utama yang dihadapi adalah meningkatkan interaksi audiens di media sosial. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana WIKABeton dapat mengoptimalkan pengelolaan media sosialnya untuk memperkuat keterlibatan dan memperluas dampak komunikasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram dari PT Wijaya Karya Beton Tbk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini telah mewawancarai empat informan, yang terdiri dari satu informan ekspert, satu informan pendukung, dan dua informan kunci. Proses analisis data pada penelitian ini merujuk kepada konsep pengelolaan media sosial menurut Safko 2009 yang memiliki tiga tahapan yaitu Perencanaan, Aktivasi, dan Optimalisasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengelolaan media sosial Instagram *public relations* PT Wijaya Karya Beton Tbk telah dilakukan secara sistematis pada tahapan-tahapannya dan efisien dalam memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi tujuan perusahaan.

Kata Kunci: hubungan masyarakat, Instagram, Pengelolaan media sosial, PT Wijaya Karya Beton Tbk