

ABSTRAK

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT JASA RAHARJA PERWAKILAN METRO DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI SEBAGAI MEDIA INTERAKSI DENGAN PUBLIK EKSTERNAL

Oleh:

Chairunisa Asyfa Putri

Dalam mengelola suatu instansi perlunya memiliki pengelolaan komunikasi dan interaksi yang baik dengan publik, terutama publik eksternalnya. Media sosial merupakan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan, karena media sosial menjadi salah satu jawaban efektif komunikasi dengan masyarakat guna membangun hubungan yang baik antara publik dan suatu instansi. Pemanfaatan Instagram dalam menyampaikan pesan dan mendapatkan respon baik, salah satunya di PT Jasa Raharja Perwakilan Metro. PT Jasa Raharja Perwakilan Metro untuk berinovasi dengan memanfaatkan media sosial terutama Instagram sebagai sarana penyampaian informasi dan interaksi kepada publik eksternalnya. Humas PT Jasa Raharja Perwakilan Metro memiliki peran penting di era digital. Salah satunya adalah mengelola media sosial yang dimiliki perusahaan, seperti Instagram. Teknik pengumpulan data ini menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram Pt Jasa Raharja Perwakilan Metro Dalam Menyampaikan Informasi Sebagai Media Interaksi Dengan Publik Eksternal.

Berdasarkan hasil temuan, Berita kegiatan atau informasi yang akan di *upload* ke Instagram @jasaraharja.metro merupakan hasil dari media *Blasting* yang bermuara dari *Press Release* penanggung jawab Humas kantor pusat. Dimana *Press Release* tersebut akan disebarkan ke seluruh cabang Jasa Raharja se-Indonesia, dan seluruh cabang wajib mem-*forward* ke media massa rekanan Jasa Raharja untuk diangkat menjadi berita. Humas PT Jasa Raharja Perwakilan Metro dalam pengelolaannya untuk menyampaikan informasi kepada publik eksternalnya melalui Instagram dengan menggunakan cara atau strategi media *Blasting*, di mana berita disebarkan secara bersamaan dan akan menjangkau audiens secara luas. Namun setelah dianalisis cara tersebut belum bisa menjangkau audiens secara luas.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Penyampaian Informasi, Interaksi, Publik Eksternal, Media *Blasting*

ABSTRACT

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT PT JASA RAHARJA REPLYANT METRO IN DELIVERING INFORMATION AS A MEDIA FOR INTERACTION WITH THE EXTERNAL PUBLIC

By :

Chairunisa Asyfa Putri

In managing an agency, it is necessary to have good communication management and interaction with the public, especially its external public. Social media is one of the opportunities that can be utilized, because social media is one of the effective answers to communication with the public in order to build good relationships between the public and an agency. The utilization of Instagram in delivering messages and getting a good response, one of which is at PT Jasa Raharja Metro Representative. PT Jasa Raharja Metro Representative to innovate by utilizing social media, especially Instagram as a means of delivering information and interacting with its external public. Public Relations of PT Jasa Raharja Metro Representative has an important role in the digital era. One of them is managing social media owned by the company, such as Instagram. This data collection technique uses observation, interviews, documentation, and literature methods. The purpose of this research is to find out the Management of Instagram Social Media Pt Jasa Raharja Metro Representative in Conveying Information as a Media Interaction with External Public.

Based on the findings, news of activities or information that will be uploaded to Instagram @jasaharja.metro is the result of media blasting which boils down to the Press Release of the person in charge of Public Relations at the head office. Where the Press Release will be distributed to all branches of Jasa Raharja throughout Indonesia, and all branches are required to forward to the mass media partner of Jasa Raharja to be appointed as news. Public Relations of PT Jasa Raharja Metro Representative in its management to convey information to its external public through Instagram by using a media blasting method or strategy, where news is disseminated simultaneously and will reach a wide audience. However, after being analyzed, this method has not been able to reach a wide audience.

Keywords: Social Media, Instagram, Information Delivery, Interaction, External Public, Media Blasting