

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengelolaan media sosial instagram pada akun @infobandungkota. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi tim media sosial @infobandungkota dalam memperoleh informasi, mengolah informasi, menyebarkan informasi,, dan melakukan Evaluasi.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi yaitu dengan mengamati akun @infobandungkota, wawancara secara mendalam dengan informan kunci, studi pustaka yaitu dengan mengambil informasi dari 5 jurnal nasional yang memiliki kesamaan, dan dokumentasi dengan mengambil foto dari instagram @infobandungkota dan insight akun. Menggunakan Teori Paramitha 2012 mengenai pengelolaan media sosial.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan, yaitu : (1) Akun @infobandungkota memperoleh informasi dengan menentukan Target audiens, menetapkan komunikator, dan menetapkan tema. (2) Akun @infobandungkota mengolah dan menyebarkan informasi dengan membuat konten, membuat caption, memilih jadwal posting, dan menyebarluaskan konten/informasi. (3) Akun @infobandungkota dalam melakukan Evaluasi dengan memantau feedback, views, dan insight akun.

**Kata kunci :** Komunikasi, Strategi Komunikasi, Instagram

## **ABSTRACT**

*The research was conducted to find out Instagram's social media management strategy on the @infobandungkota account. The objective of this research is to find out how the social media team's strategy is in obtaining information, processing information, disseminating information, and conducting evaluations.*

*The research method used is the descriptive qualitative method. The data collection technique is observation by observing the @infobandungkota account, in-depth interviews with key informants, library studies by taking information from 5 national journals that have similarities, and documentation by taking photos from instagram and insight accounts. Using the 2012 Paramitha Theory on social media management.*

*From the results of the research can be drawn conclusions, namely: (1) The @infobandungkota account obtains information by defining the Target Audience, setting the communicator, and setting the theme. (2) The @info-cities account processes and disseminates information by creating content, creating headlines, choosing schedules for posts, and spreading the content/information. (3) The @info account is involved in carrying out the Evaluation by monitoring the feedback, views, and insights of the account.*

**Keywords :** *Communucation, Communication Strategy, Instagram*