

## ABSTRAK

**Della Kurnia Putri**, Pengelolaan Media Sosial Instagram @Finansialku\_com dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif pada PT Solusi Finansialku Indonesia).

Perkembangan zaman yang semakin canggih membuat media sosial seringkali dimanfaatkan oleh lembaga atau perusahaan dalam penyebaran informasi, meningkatkan interaksi, dan membangun *branding*. PT Solusi Finansialku Indonesia (Finansialku) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perencanaan keuangan yang memiliki Tim *Social Media* sebagai fasilitator komunikasi yang memberikan edukasi dan hiburan kepada masyarakat mengenai fenomena keuangan yang terjadi melalui konten-konten menarik mengenai perencanaan keuangan sebagai bentuk aktivitas komunikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran proses pengelolaan media sosial Instagram dalam membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh Finansialku melalui instagram @finansialku\_com. Peneliti menggambarkan proses pengelolaan media sosial mulai dari pencarian fakta, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Penelitian ini menggunakan konsep *four step public relations* dari Cutlip, Center, dan Broom. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah konstruktivisme. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengelolaan media sosial Instagram @finansialku\_com dalam membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh Tim *Social Media* Finansialku telah melalui empat proses utama. *Pertama*, proses pencarian fakta dan data yaitu dengan melakukan riset informal yang meliputi *internet searching* dan diskusi tim. *Kedua* proses perencanaan pengelolaan Instagram dengan menentukan konten yang kemudian akan melibatkan tujuan konten, serta publik sasaran. *Ketiga* proses aksi dan komunikasi dengan melaksanakan kerjasama tim, *digital activity*, dan *monitoring* media sosial. *Keempat*, proses evaluasi yaitu dengan menggunakan metode *objective key result*, fitur *insight*, dan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan komunikasi yang dilakukan Finansialku.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Finansialku telah melakukan kegiatan *online public relations* dan pembentukan citra perusahaan melalui pengelolaan media sosial Instagram @finansialku\_com dengan konsep *four step public relations*.

**Kata Kunci:** Pengelolaan Media Sosial, Instagram, PT Solusi Finansialku Indonesia

## **ABSTRACT**

*Della Kurnia Putri, Instagram @Finansialku\_com Social Media Management in Building Company Image (Descriptive Study at PT Solusi Finansialku Indonesia).*

*The development of an increasingly sophisticated era makes social media often used by institutions or companies in disseminating information, increasing interaction, and building branding. PT Solusi Finansialku Indonesia (Finansialku) is a company engaged in financial planning that has a Social Media Team as a communication facilitator who provides education and entertainment to the public regarding financial phenomena that occur through interesting content regarding financial planning as a form of communication activity.*

*This study aims to describe the process of managing Instagram social media in building a corporate image carried out by Finansialku through Instagram @finansialku\_com. The researcher describes the social media management process starting from fact finding, planning, implementation, and evaluation.*

*This study uses the four-step public relations concept from Cutlip, Center, and Broom. The paradigm used in this research is constructivism. The approach used is qualitative. The method used in this research is descriptive analysis. Data collection techniques used were in-depth interviews, passive participant observation, and documentation.*

*The results of the research explain that the management of Instagram @finansialku\_com social media in building the company's image carried out by the Financial Media Social Team has gone through four main processes. First, the process of finding facts and data by conducting informal research which includes internet searching and team discussions. Second, Instagram management planning process by determining content which will then involve the content objectives, as well as the target public. Third, the process of action and communication by implementing teamwork, digital activities, and monitoring social media. Fourth, the evaluation process is by using the objective key result method, the insight feature, and the impact of the communication activities carried out by Finansialku.*

*Based on these results, it can be concluded that Finansialku has carried out online public relations activities and the formation of corporate image through the management of social media Instagram @finansialku\_com with the four step public relations concept.*

**Keywords:** *Social Media Management, Instagram, Finansialku*