

ABSTRAK

Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi telah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi seputar kesehatan dan layanan rumah sakit. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan Instagram Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan mengacu pada konsep *The Circular Model of SOME* oleh Lutrell (2015), yang mencakup empat aspek utama yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* dan teori pengelolaan media sosial Paramitha (2011). Dari hasil penelitian, Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi dengan mengunggah konten jadwal dokter dan konten edukasi dalam aspek *Share*. Pada aspek *Optimize* Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi secara rutin mengunggah konten pada *feeds* dan *reels* Instagram serta merespons komentar dari masyarakat. Dalam aspek *Manage*, Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi melakukan pemantauan melalui *Google Business* dan belum sepenuhnya terlibat langsung dengan media sosial Instagram dalam proses ini. Dalam aspek *Engage* target audiens yang dituju adalah masyarakat umum dari berbagai kelompok usia. Dari hasil penelitian ini, disarankan agar pengelola Instagram Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi lebih memaksimalkan penggunaan fitur Instagram dan alat dalam pengelolaan Instagram Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi.

Kata Kunci: *Instagram, Media Sosial, Pengelolaan, Penyebaran Informasi, Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi.*