

ABSTRAK

Telkom Jawa Barat memilih memanfaatkan beberapa media sosial sebagai strategi dalam membangun perspektif masyarakat. Ini juga menjadi salah satu alasan penulis untuk meneliti strategi media sosial yang digunakan oleh Telkom Jawa Barat karena menggunakan strategi yang berbeda dengan pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mencari informasi lebih dalam lagi terkait strategi yang digunakan oleh Telkom Jawa Barat dalam memanfaatkan media sosial akun Instagram (akun resmi: @telkomjabar) dalam membangun perspektif masyarakat terhadap perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk memakai metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis masalah dan kebiasaan yang ada di dalam masyarakat dengan situasi tertentu, termasuk interaksi kegiatan, tindakan, sudut pandang, tahapan yang sedang berlangsung, dan dampak dari suatu kejadian. Penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan pada teori Proses Manajemen *Public Relations* oleh Cutlip, Center, dan Broom dalam buku *Handbook Of Public Relations* (pengantar komprehensif) (2000: 341) yaitu analisis situasi, perencanaan dan program, mengambil tindakan dan mengkomunikasikannya, dan evaluasi program. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi penggunaan media sosial Instagram @telkomjabar dalam membangun perspektif masyarakat sudah dilakukan dengan baik oleh Telkom Jawa Barat melalui program konten-konten menarik yang telah dipublikasikan oleh Telkom Jawa Barat melalui media sosial. Hal tersebut juga mendapatkan tanggapan baik dari masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Instagram, Media sosial, Perspektif Masyarakat.