

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan instagram unit *corporate communication* PT. Realfood Winta Asia dalam menciptakan citra positif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dengan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam terkait judul penelitian, eksplorasi dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan teori menurut Cutlip, Center dan Broom (2006,320) merupakan proses seorang *public relations* selalu berhubungan dengan penelitian dan berakhir pada evaluasi dengan mendefinisikan *problem (Fact Finding)*, Perencanaan dan pemrograman (*Planning*), mengambil tindakan dan berkomunikasi (Pelaksanaan), serta mengevaluasi program. Berdasarkan penelitian pengelolaan instagram yang dilakukan *corporate communication* PT. Realfood Winta Asia yaitu: (1) Divisi *corporate communication* mempunyai tanggung jawab melakukan riset sebelum membuat konten instagram. (2) Divisi *corporate communication* memiliki tim konten serta admin sosial media untuk membuat perencanaan. (3) Melaksanakan publikasi konten yang telah disetujui oleh kepala divisi *corporate communication* dan melakukan monitoring. (4) Evaluasi hasil monitoring sebagai tolak ukur keberhasilan dalam pengelolaan instagram. Kesimpulan dari penelitian ini adalah PT. Realfood Winta Asia menggunakan instagram sebagai media menciptakan citra positif perusahaan yang memberikan informasi secara meluas, baik secara dari segi pelanggan dan masyarakat umum. Pemilihan instagram dianggap sangat membantu dan mempermudah pelanggan dan masyarakat dalam menemukan informasi terkait kegiatan-kegiatan perusahaan atau berita terkini.

Kata Kunci: Citra Positif, *Corporate Communication*, Pengelolaan Instagram