

## ABSTRAK

### **Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Image Kampung Inggris Bandung EPLC**

**Wulan Putri Adhyanti**  
**NIM. 1503180123**

Dalam ranah PR, media sosial biasa disebut dengan istilah media humas digital yang menjadi alat komunikasi modern untuk mengakses segala jenis informasi. Salah satu lembaga pendidikan yang aktif menggunakan media sosial adalah Kampung Inggris Bandung EPLC. Peran praktisi PR sangat dibutuhkan untuk membangun *brand image* melalui pengelolaan media sosial yang menarik dan informatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada instagram @Kampunginggrisbdg. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Inggris Bandung EPLC memiliki dua bentuk strategi pengelolaan media sosial. Pertama strategi umum, meliputi strategi perencanaan untuk menentukan target audience, pemilihan media sosial dan perencanaan konten. Pengimplementasian konten pada instagram feed dengan memperhatikan tata bahasa dan pesan pada caption, serta pengelolaan interaksi melalui instagram story. Optimalisasi untuk meningkatkan performa pengelolaan media sosial melalui aktifitas monitoring, penggunaan SEO serta pemanfaatan *tools* analisis. Kedua, strategi khusus yang menitikberatkan pada perkembangan tren media sosial yakni dengan menggunakan strategi *one day one post*, kecepatan, ketepatan, sharing dan rekomendasi. Dengan digunakannya strategi tersebut, tentunya berdampak positif terhadap terbangunnya *brand image* yang unik dan kuat melalui aktifitas media sosial Kampung Inggris Bandung EPLC. ***Kata Kunci: Strategi Pengelolaan Media Sosial, Instagram Kampung Inggris Bandung EPLC, Brand Image***