

ABSTRAK

Kementerian Luar Negeri menempatkan perwakilan-perwakilannya di negara-negara yang dinilai strategis bagi Indonesia guna membangun kerja sama internasional yang dibagi menjadi dua perwakilan, yakni Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI). Selain bertugas untuk meningkatkan aspek tugas-tugas yang dimiliki KBRI agar dapat menjadi lebih baik, KJRI juga menjadi sarana untuk Warga Negara Indonesia (WNI) yang sedang tinggal di negara yang bersangkutan untuk mencari atau mendapatkan informasi serta mengajukan keluhan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, serta dilakukan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Tujuan menganalisis media sosial Instagram @indonesiainla milik Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Los Angeles adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap kualitas hubungan komunikasi dengan masyarakat. Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Los Angeles menggunakan 4 pilar strategi dalam pembuatan kontennya, yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Cara yang digunakan Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Los Angeles untuk menarik perhatian audiensnya yaitu dengan menyajikan konten informatif dan edukatif yang disajikan dalam bentuk konten hiburan.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Komunikasi, Media Sosial