

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengelolaan akun Instagram IndiHome Telkom Tangerang oleh tim digital marketing. Dalam hal ini, media online dan media sosial Instagram dianggap sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut karena dapat dijangkau oleh pengguna atau pelanggan setia dari Indihome Telkom Tangerang. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi langsung. Selain itu, peneliti juga akan melakukan wawancara dengan anggota tim digital marketing untuk memperoleh informasi yang lebih detail tentang strategi dan taktik yang mereka gunakan. Metode penelitian yang diterapkan dalam kajian ini adalah pendekatan berbasis kualitatif. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi. Penelitian ini mendasarkan konsepnya pada empat tahap proses kerja *public relations* berdasarkan Teori Cutlip yang dikenal sebagai *four step public relations*, yang mencakup langkah-langkah seperti pengumpulan informasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Fokus dari penelitian ini akan ditujukan pada analisis pengelolaan akun Instagram Indihome Telkom Tangerang, termasuk strategi dan taktik yang diimplementasikan oleh tim digital marketing dan hubungan masyarakat mereka guna membentuk reputasi yang positif melalui media sosial Instagram. Penelitian juga akan mencakup analisis terhadap feedback atau tanggapan yang diberikan oleh pengguna atau pelanggan setia, untuk melihat apakah pengelolaan yang baik dapat memberikan reputasi yang baik pada perusahaan. Dari penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan informasi yang berguna tentang pengelolaan media sosial Instagram sebagai alat dalam membangun reputasi perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain yang ingin menggunakan media online dan media sosial sebagai alat untuk membangun reputasi mereka di mata publik.

Kata Kunci : hubungan masyarakat, instagram, media sosial, reputasi