

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi penggunaan media sosial *Instagram* oleh Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Bandung dalam upaya pencegahan stunting. Selama dua tahun terakhir, terjadi penurunan signifikan angka stunting di Kota Bandung yang sejalan dengan optimalisasi pengelolaan konten di akun *Instagram* @dppkb.bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Four Pillars Media Social Strategy dari Lon Safko dan K. Brake untuk menjelaskan strategi pengelolaan konten media sosial *Instagram* DPPKB Kota Bandung. Penelitian dilakukan dengan sumber utama hasil wawancara pada informan penelitian, observasi media sosial pada akun *Instagram* @dppkb.bandung, wawancara, serta studi dokumen dan literatur dari berbagai buku dan jurnal dengan topik diskusi serupa. Dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana strategi konten yang terencana, kolaborasi lintas instansi, serta interaksi aktif dengan audiens melalui media sosial *Instagram* berkontribusi pada angka penurunan stunting di Kota Bandung. Hasil penelitian menemukan bahwa integrasi strategi komunikasi yang melibatkan penyuluh keluarga berencana, rubrikasi konten, dan promosi langsung melalui kegiatan lapangan, telah meningkatkan efektivitas penyebaran pesan dan keterlibatan masyarakat dalam pencegahan stunting. Hasil ini memberikan wawasan baru tentang pengelolaan media sosial sebagai alat komunikasi kesehatan yang signifikan di era digital. Melalui pendekatan ini, DPPKB Kota Bandung berupaya membangun pemahaman masyarakat Kota Bandung terhadap pencegahan stunting melalui Media Sosial *Instagram*.

Keywords: manajemen media sosial, strategi komunikasi, media sosial