

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti mengenai strategi Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kota Surabaya dalam pengelolaan konten di Instagram @Surabaya. Kota Surabaya di tahun 2024 mendapatkan nilai “cukup informatif” berdasarkan penilaian terhadap ketersediaan dan pelayanan informasi publik yang mencakup pengelolaan Instagram @Surabaya oleh Dinkominfo Kota Surabaya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Four Pillars Media Social Strategy oleh Lon Safko dan David K. Brake yang terdiri dari *communication*, *collaboration*, *education*, dan *entertainment* sebagai acuan untuk memaparkan strategi pengelolaan konten Instagram @Surabaya sehingga data penelitian didapatkan dengan wawancara informan, observasi Instagram @Surabaya, dan studi dokumen serta literatur berdasarkan topik yang serupa. Selain itu, dalam eksplorasi secara terstruktur strategi pengelolaan konten di Instagram @Surabaya oleh Dinkominfo Kota Surabaya, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menemukan bahwa Dinkominfo Kota Surabaya mengelola konten dengan pilar komunikasi berdasarkan segmentasi audiens di Instagram @Surabaya serta monitoring komentar sebagai salah satu indikator untuk ide konten baru dan penyaluran keluhan masyarakat terhadap dinas terkait. Dinkominfo Kota Surabaya melakukan kolaborasi dengan Dinkes Kota Surabaya, Disbudporapar Kota Surabaya, dan sebagainya sebagai salah satu upaya diseminasi informasi dan meningkatkan *awareness* terhadap fungsi dan tugas dari dinas yang sedang berkolaborasi. Adanya kolaborasi dengan dinas-dinas di Kota Surabaya, menjembatani Dinkominfo Kota Surabaya dalam pengemasan konten edukasi yang menggunakan narasumber terpercaya dari Organisasi Perangkat Daerah lain di Kota Surabaya. Konten di Instagram @Surabaya dikemas dengan cara yang ringan sebagai salah satu konten hiburan namun tetap memperhatikan citra dari Kota Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan serta bahan evaluasi Dinkominfo Kota Surabaya dalam meningkatkan interaksi dengan audiens di kolom komentar sebagai upaya membangun hubungan antara instansi pemerintah dengan masyarakat.

Kata Kunci: *Informasi Publik, Instagram, Strategi Konten.*