

ABSTRAK

Era globalisasi ini teknologi semakin maju, tidak dapat dipungkiri internet semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, transportasi, pendidikan, bisnis, dan lain lainnya. Instagram mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi sebuah perusahaan yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses tata kelola media sosial @keretaapikita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan pelayanan informasi khususnya dibidang media sosial instagram @keretaapikita, selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui; data primer: wawancara mendalam, dan data sekunder melalui: studi kepustakaan, dokumentasi yang bersumber pada buku, literatur, dokumen-dokumen, arsip, jurnal, dan internet. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi (sumber & metode). Hasil penelitian ini yaitu bahwa proses tata kelola media social @keretaapikita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan pelayanan informasi menerapkan pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check and Action*).

Dalam proses komunikasi yang dijalankan ditemukan 2 (dua) hambatan pertama keterbatasan anggaran, keterbatasan sumber daya manusia dan hambatan komunikasi internal. Solusi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengatasi hambatan yang ada antara lain dengan melakukan rapat internal, menggunakan fasilitas pribadi, mengadopsi literasi yang telah ada sebagai konten media social Instagram @keretaapikit, penugasan tim tata kelola media social dari berbagai bidang dan juga pembuatan desain untuk tampilan konten media social instagram @keretaapikita.

Kata Kunci: Tata Kelola, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), Instagram @keretaapikita

ABSTRACT

In this era of globalization, technology is increasingly advanced, it is undeniable that the internet is increasingly needed in everyday life, both in socialization activities, transportation, education, business, and others. It is undeniable that Instagram has a huge influence on a company that starts out small but can grow big with social media, or vice versa.

The purpose of this study is to find out how the social media governance process @keretaapikita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in improving information services, especially in the field of social media Instagram @keretaapikita, besides that this research aims to find out the obstacles.

In this study, researchers used qualitative research methods using a constructivist paradigm with a descriptive research type. The method used is a case study. Data collection techniques in this study were obtained through; primary data: in-depth interviews, and secondary data through: literature studies, documentation sourced from books, literature, documents, archives, journals, and the internet. The data validity checking technique used is triangulation (source & method). The results of this study are that the social media governance process @keretaapikita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in improving information services applies the PDCA (Plan, Do, Check and Action).

In the communication process that was carried out, 2 (two) obstacles were found, firstly budget constraints, limited human resources and generational differences. The solution made by PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in overcoming existing obstacles, among others by holding internal meetings, using private facilities, adopting existing literacy as social media content Instagram @keretaapikit, assigning social media management teams from various fields and also making designs for display Instagram social media content @keretaapikita.

Keywords: *Governance, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), Instagram @keretaapikita*