

## ABSTRAK

Pertamina Call center menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana untuk memberikan informasi terkait layanan *call center* yang dimiliki oleh Pertamina kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pengelolaan konten yang dilakukan oleh tim *Creative Content* Pertamina Call Center pada akun media sosial Instagram @pertamina.135. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of SoMe for Social Communication* dari Regina Lutrell (2015), yang mencakup empat komponen yaitu *Share, Optimize, Manage, dan Engage* guna menganalisis pengelolaan konten pada akun Instagram @pertamina.135. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi, serta studi dokumen. Dalam proses pengambilan data, peneliti melakukan wawancara dengan ketua tim *Creative Content* Pertamina Call Center (informan kunci), *Senior Social Media Specialist* (informan ahli), dan pelanggan Pertamina sekaligus pengikut akun Instagram @pertamina.135 (informan pendukung). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pertamina Call Center melakukan pengelolaan konten melalui empat (4) tahap, yaitu perencanaan, optimalisasi, pengelolaan, serta pelibatan. Target audiens dari akun Instagram @pertamina.135 adalah laki-laki umur 24-34 tahun yang diukur berdasarkan data dari *professional dashboard* Instagram @Instagram.135. Konten dipublikasi oleh *Tim Creative Content* secara berkala setiap harinya dengan mengacu kepada *time plan* dan *editorial plan*. Keunikan dari jenis kontennya adalah menggunakan strategi *soft-selling* dengan menyisipkan *product knowledge* agar dapat memengaruhi sekaligus mengedukasi audiens terkait dengan layanan Pertamina Call Center.

**Kata Kunci:** Instagram, Media sosial, Pengelolaan konten, Pertamina Call Center