

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi saluran penting bagi lembaga pelayanan publik dalam membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat. BPJS Ketenagakerjaan sebagai lembaga jaminan sosial memanfaatkan media sosial Instagram sebagai kanal utama untuk menangani keluhan pelanggan secara langsung dan responsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi public relations BPJS Ketenagakerjaan dalam menangani keluhan pelanggan layanan jaminan sosial melalui media sosial Instagram @bpjs.ketenagakerjaan. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini mengacu pada model strategi public relations dari Cutlip, Center, dan Broom yang mencakup empat sub-analisis: identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan menjalankan strategi komunikasi digital secara terstruktur melalui monitoring keluhan, klasifikasi isu, penyusunan konten edukatif, serta evaluasi berkala berbasis sentimen publik. Respons yang dilakukan tidak hanya solutif secara personal, tetapi juga bersifat edukatif dan preventif untuk menjaga citra lembaga serta meningkatkan kepuasan peserta. Dengan strategi ini, BPJS Ketenagakerjaan menunjukkan peran aktif dalam membangun hubungan positif dengan publik di ruang digital.

Kata Kunci: Public Relations, Strategi, Keluhan Pelanggan, Instagram.