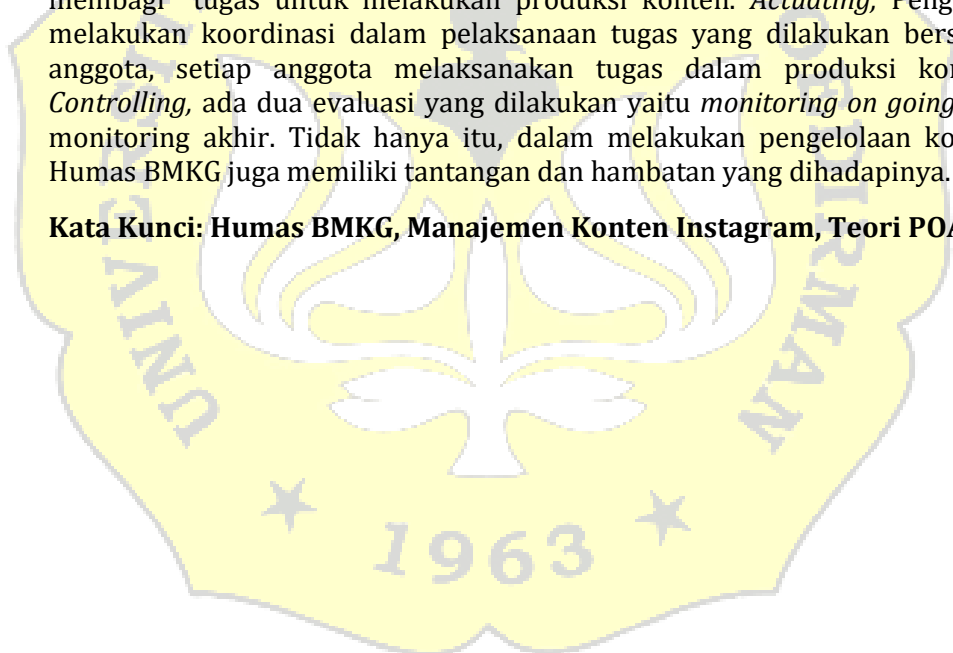


ABSTRAK

Humas BMKG merupakan suatu bidang lembaga pemerintahan yang memiliki tugas untuk memberikan informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Salah satunya adalah melalui konten yang dibagikan di media sosial khususnya Instagram @infobmkg. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cakupan manajemen konten yang dilakukan oleh Humas BMKG dalam memberikan informasi dan komunikasi secara cepat dan akurat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) oleh George Robert Terry. Teknik pengambilan data dengan Observasi, dokumentasi, dan wawancara kepada tiga informan yaitu Koordinator Humas BMKG, Sub Koordinator Hubungan Pers dan Media dan staf pengelola media sosial Humas BMKG. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dianalisis dengan teori POAC bahwa pada tahap *planning* pengelola melakukan riset pasar hingga menentukan konten yang akan dibuat dengan tujuan yang telah ditetapkan. *Organizing*, pengelola akan membagi tugas untuk melakukan produksi konten. *Actuating*, Pengelola melakukan koordinasi dalam pelaksanaan tugas yang dilakukan bersama anggota, setiap anggota melaksanakan tugas dalam produksi konten. *Controlling*, ada dua evaluasi yang dilakukan yaitu *monitoring on going* dan monitoring akhir. Tidak hanya itu, dalam melakukan pengelolaan konten Humas BMKG juga memiliki tantangan dan hambatan yang dihadapinya.

Kata Kunci: Humas BMKG, Manajemen Konten Instagram, Teori POAC.



ABSTRACT

Public Relations BMKG is a government institution that has the task of providing information and communication to the public. One of them is through content shared on social media, especially Instagram @infobmkg. This study aims to determine the scope of content management carried out by BMKG Public Relations in providing information and communication quickly and accurately so that it can increase public trust. This study uses the Constructivism Paradigm with a qualitative approach. The theory used in this study is the POAC Theory (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) by George Robbert Terry. Data collection techniques with Observation, documentation, and interviews with three informants, namely the BMKG Public Relations Coordinator, Sub Coordinator of Press and Media Relations and BMKG Public Relations social media management staff. Based on the results of the study analyzed with the POAC theory, at the planning stage the manager conducts market research to determine the content to be created with the stated goals. Organizing, the manager will divide the tasks to produce content. Actuating, the manager coordinates in carrying out tasks carried out with members, each member carries out tasks in content production. Controlling, there are two evaluations carried out, namely ongoing monitoring and final monitoring. Not only that, in managing BMKG Public Relations content, there are also challenges and challenges that it faces.

Keywords: *Public Relation BMKG, Management Content Instagram, Theory POAC*

