

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan konten Youtube Swargaloka sebagai upaya meningkatkan *branding engagement*. Swargaloka, yang dikelola oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, berfungsi sebagai media informasi untuk menyampaikan layanan administrasi kependudukan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis data Miles and Huberman, yang mengembangkan model analisis dari tiga tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten yang efektif melalui penerapan *The Circural Model of SOME*, yang mencakup aspek *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*, Swargaloka hanya berhasil menerapkan 2 aspek dari SOME yaitu *share*, dan *manage*. Dari Penelitian ini juga terdapat beberapa alasan masih belum meningkatnya *engagement* pada beberapa konten yang ada di Youtube @swargalokasby, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Oleh karena itu, disarankan agar Swargaloka terus berinovasi dalam pengembangan konten, meningkatkan kolaborasi dengan *influencer*, dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi.

Kata Kunci: Pengelolaan Konten, *Branding Engagement*, Youtube Swargaloka, Administrasi Kependudukan, *The Circural Model of SOME*

ABSTRACT

This research aims to analyze Swargaloka's Youtube content management strategy as an effort to increase branding engagement. Swargaloka, which is managed by the Surabaya City Population and Civil Registration Office, functions as an information media to deliver population administration services. The research method used is qualitative with Miles and Huberman data analysis, which develops an analysis model from three stages, namely data collection, data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. The results of this study show that effective content management through the application of The Circural Model of SOME, which includes aspects of share, optimize, manage, and engage, Swargaloka only managed to implement 2 aspects of SOME, namely share and manage. From this research, there are also several reasons for the lack of engagement on some of the content on Youtube @swargalokasby, such as limited human resources and lack of understanding of digital marketing strategies. Therefore, it is recommended that Swargaloka continue to innovate in content development, increase collaboration with influencers, and utilize social media to expand the reach of information.

Keywords: Content Management, Branding Engagement, Youtube Swargaloka, Population Administration, The Circural Model of SOME

