



## ABSTRAK

Proyek Akhir ini membahas tentang penerapan Metode *POST* oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Semarang dalam mengelola akun Instagram resmi @imigrasi.semarang. Metode *POST* yang tercipta berdasarkan teori *Groundswell* oleh Charlene Li dan Josh Bernoff menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan atau institusi dapat mengelola konten di media sosial dan menjalin hubungan baik dengan para audiens dan target pasar. Metode *POST* menekankan pentingnya mengenal audiens media sosial (*People*), objektif atau tujuan pembuatan suatu konten (*Objectives*), strategi membuat konten agar menarik atensi audiens (*Strategy*), dan teknologi praktis yang digunakan dalam membuat konten (*Technology*). Kantor Imigrasi Kelas I TPI Semarang memiliki target audiens lokal maupun internasional dengan umur dan preferensi yang berbeda. Maka, konten yang diunggah dalam akun resmi Instagram pun ada yang dibuat berdasarkan tren atau kebutuhan kategori audiens tertentu. Penulis memberi 1 sampai 3 contoh dari konten yang diunggah melalui Instagram @imigrasi.semarang sebagai konten yang merepresentasikan penerapan setiap aspek Metode *POST*. Penulis juga melakukan wawancara kepada salah satu staff Kantor Imigrasi Kelas I TPI Semarang yang bertanggung jawab mengelola konten akun Instagram @imigrasi.semarang. Melalui wawancara dan analisis contoh konten yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa ada beberapa jenis konten berbeda yang dibuat berdasarkan penerapan Metode *POST*. Dalam mengelola konten untuk @imigrasi.semarang, Metode *POST* diterapkan sebelum konten dibuat. Setelah konten diunggah, diharapkan akan ada tanggapan dan interaksi positif dari audiens, sehingga citra Kantor Imigrasi Kelas I TPI Semarang menjadi semakin baik.

**Kata kunci:** kantor imigrasi, keterlibatan audiens, konten Instagram, manajemen konten, media sosial, metode *POST*



## ABSTRACT

This final project discusses the application of the POST Method by the Immigration Office of Semarang in managing the official Instagram account @imigrasi.semarang. The POST Method, developed from the Groundswell theory by Charlene Li and Josh Bernoff, explains how a company or institution can manage content on social media and build good relationships with audiences and target markets. The POST Method emphasizes the importance of understanding the social media audience (People), setting objectives or goals for content creation (Objectives), building strategies to make content appealing to the audience (Strategy), and utilizing practical technology in content creation (Technology). The Immigration Office of Semarang targets both local and international audiences with varying ages and preferences. The content uploaded to the official Instagram account is sometimes created based on trends or specific audience needs. The author provides 2 to 3 examples of content uploaded on Instagram @imigrasi.semarang that represent the application of each aspect of the POST Method. I also conducted an interview with one of the staff members responsible for managing the Instagram account @imigrasi.semarang. Through the interview and analysis of the content examples, it was found that there are different types of content were created based on the application of the POST Method. In managing content for @imigrasi.semarang, the POST Method is applied before content is created. After the content is uploaded, positive responses and interactions from the audience are expected, the image of the Immigration Office of Semarang as the trust and awareness from the audience might increase.

**Keywords:** audience engagement, content management, immigration office, Instagram content, POST Method, social media