

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk melihat praktik pengelolaan Stakeholders Relations Indmira di Instagram dan bagaimana reaksi, pembelajaran, dan perilaku stakeholders Instagram @Indmira terhadap hal tersebut. Penelitian ini menggunakan Strategic Management yang digagas oleh Freeman (1984) dan Social Media Content yang disampaikan oleh Men & Tsai (2013) untuk melihat praktik pengelolaan Stakeholder Relations di Instagram. Proses evaluasi pada penelitian ini menggunakan konsep Kirkpatrick (2009) untuk melihat Reaction, Learning, dan Behavior stakeholders Instagram @Indmira. Konsep ini pada akhirnya mempertemukan Return Of Expectations (ROE) Divisi Komunikasi Indmira pada 3 stakeholders Instagram @Indmira yaitu Pelajar/Mahasiswa, Pekerja Pertanian, dan Ibu Rumah Tangga. Penelitian ini menemukan poin-poin ketidaksesuaian Return of Expectation (ROE) yang terjadi antara tujuan Indmira, praktik pengelolaan, dengan hal yang dirasakan dan diharapkan para stakeholders.

**Kata kunci:** Strategic Management, Stakeholder Relations, Media daring, Instagram.

## ABSTRACT

This study manage to seek Instagram @Indmira practices on Stakeholder Relations and see stakeholder's Reaction, Learning, and Behavior towards it. Strategic Management Freeman (1984) dan Social Media Content Men & Tsai (2013) are used to approach stakeholders relations pratices on Instagram. Kirkpatrick's Four Level of Evaluation are used to approach stakeholders point of view towards stakeholder relations management on Instagram @Indmira. This study reveal Return Of Expectation Divisi Komunikasi Indmira on Scholars, Agricultural Workers, and Housewife. This study finds several points of dissonance between stakeholder relations practices on Instagram, and what stakeholders felt and are expected from Instagram @Indmira.

Keywords: Strategic Management, Stakeholder Relations, Stakeholders, Online Media, Instagram.