



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Yosika
44214110128

Strategi Pengelolaan Publikasi Prestasi *Lasalle College* Indonesia Melalui Media Sosial *Facebook*

Jumlah Halaman : xii + 104 Halaman + 11 Lampiran

Bibliografi : 18 acuan, Tahun 2000 - 2017

ABSTRAK

Penggunaan media sosial *Facebook* sebagai alternatif media baru dalam kegiatan publikasi *online* untuk dapat menjangkau khalayak lebih luas dan tepat sasaran. Dalam implementasinya, *LaSalle College* Indonesia menggunakan media sosial *facebook* untuk menyampaikan berbagai informasi yang dilakukan secara konsisten baik dari segi waktu maupun kontennya. Hasilnya jumlah pengikut pada media sosial *Facebook* *LaSalle College* Indonesia lebih banyak dibandingkan lembaga pendidikan sejenis lainnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan publikasi yang dilakukan oleh *Lasalle College* Indonesia melalui media sosial *Facebook* dengan menggunakan tahapan - tahapan pengelolaan publikasi dari *Manager Creations Publications* "*Brand Awareness Facebook*". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) tunggal dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber dan melakukan kegiatan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Lasalle College* Indonesia memanfaatkan *Facebook* sebagai media publikasi prestasi untuk mengkomunikasikan strateginya dalam tujuannya untuk menarik minat *audiens* dan menjangkau khalayak sasaran lebih luas agar tertarik dengan *Lasalle College* Indonesia dengan cara *soft selling*. Dalam pelaksanaannya ada beberapa tahapan yang diperhatikan oleh *Lasalle College* Indonesia yaitu penentuan identifikasi khalayak sasaran yang dituju, penentuan jenis konten publikasi, penentuan anggaran dan jadwal publikasi, penempatan publikasi yang tepat, dan format konten dan teks yang dipublikasikan dalam *Facebook*.

Kata Kunci: Strategi, Publikasi Online, *Facebook*, *Soft Selling*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Yosika
44214110128

Management Strategy for Publication of Lasalle College Indonesia's Achievements through Facebook Social Media
Number of Pages: xii + 104 Pages + 11 Attachments
Bibliography: 18 references, 2000 - 2017

ABSTRACT

The use of social media Facebook as an alternative to new media in online publication activities to be able to reach a wider and targeted audience. In its implementation, LaSalle College Indonesia uses Facebook social media to deliver various information that is carried out consistently both in terms of time and content. As a result, there are more followers on LaSalle College Indonesia social media than other similar educational institutions.

This research was conducted to find out how the management strategy of publications conducted by Lasalle College Indonesia through Facebook social media using the stages of managing publications from Manager Creations Publications "Brand Awareness Facebook". This study uses a qualitative approach with descriptive research types. The research method used is a single case study by conducting in-depth interviews with informants and conducting observation activities.

The results of this study indicate that Lasalle College Indonesia uses Facebook as a media for publication of achievements to communicate its strategy in its aim to attract audience interest and reach wider target audiences to be interested in Lasalle College Indonesia by using soft selling. In its implementation there are several steps that are considered by Lasalle College Indonesia, namely determining the identification of the intended target audience, determining the type of publication content, determining the budget and publication schedule, placing the right publication, and formatting the content and text published on Facebook.

Keywords: Strategy, Online Publication, Facebook, Soft Selling