

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Rizqa Fadhila Nuraini

44215110099

Pemanfaatan media online “instagram” dalam mengkomunikasikan program baru raksacom sebagai media promosi kepada para customer

Bibliografi : 5 Bab 95 Hal + Lampiran + 15 Buku + 7 Internet

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial Instagram perusahaan dalam mengkomunikasikan perusahaan telah marak dilakukan oleh banyak perusahaan. PT. Asuransi Raksa Pratikara di era media mengembangkan akun sosialnya agar dapat menampilkan informasi perusahaan maupun produk jasa, tapi juga melakukan penyiapan konten, komunikasi dua arah untuk menggapai pelanggan dan publiknya.

Penelitian ini berdasar teori McQuail, Cultip, Jefkins, dan Lattimore yang mengemukakan Public Relations bukan hanya melakukan pencitraan namun juga melakukan komunikasi timbal balik dengan perusahaan dan publiknya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam bersama narasumber dari PT. Asuransi Raksa Pratikara dan pengikut sosial media raksacom.

Hasil penelitian menunjukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial, PT. Asuransi Raksa Pratikara memfokuskan diri pada beberapa hal diantaranya adalah konten, komunikasi yang reguler dan konsisten, serta mengevaluasi kedua akun sosial media yang dimiliki PT. Asuransi Raksa Pratikara. Jaman sudah semakin maju, media sosial bisa menjadi wadah bagi perusahaan untuk mengekspresikan dirinya. Sudah seharusnya media sosial dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan.

Kata Kunci : Pemanfaatan Media Online, Promosi, Instagram

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Rizqa Fadhila Nuraini

44215110099

Pemanfaatan media online “instagram” dalam mengkomunikasikan program baru raksacom sebagai media promosi kepada para customer

Bibliografi : 5 Bab 95 Hal + Lampiran + 15 Buku + 7 Internet

ABSTRACT

The social media utilization of corporate Instagram in communicating companies has been lively done by many companies. Pt. Asuransi Raksa Pratikara in the media era develops its social accounts to be able to display company information or service products, but also set up content, two-way communication to reach customers and their public.

The research is based on McQuail, Cultip, Jefkins, and Lattimore theory that Public Relations will not only perform imaging but also conduct reciprocal communication with the company and public.

This research uses qualitative descriptive research methods. The data collection techniques used are in-depth interviews with the sources of PT. Asuransi Mercury Pratikara and social media followers of the Mercury online.

The results showed that in utilizing social media, PT. Asuransi Raksa Pratikara focuses on several things such as content, regular and consistent communication, and evaluate the two social media accounts owned by PT. Asuransi Raksa Pratikara. Age is getting ahead, social media can be a platform for companies to express themselves. Social media is supposed to be utilized by the company.

Keywords: Online Media utilization, Promotion, Instagram