

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Catur Agustina
442151200240

Implementasi Digital PR Dalam Meningkatkan Citra Partai Politik Bagi Pemilih Pemula 2019

Jumlah halaman : 97 halaman + Lampiran + vi

Bibliografi : 11 buku + 7 jurnal

ABSTRAK

Digital PR merupakan tren seorang *PR* untuk saat ini dalam menjalankan tanggung jawabnya seorang humas baik di perusahaan maupun organisasi non profit. Sudah menjadi kebutuhan dalam kesehariannya karena memberikan manfaat dan kemudahan dalam menyampaikan informasi. Dalam penelitian ini Partai Keadilan Sejahtera yang menggunakan media sosial Instagram, sebagai aktivitas *digital PR* nya, terutama humas PKS dapat mengedukasi kepada pemilih pemula tentang pentingnya memilih atau upaya mengurangi golput dalam pemilu untuk tahun-tahun yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa implementasi, serta aktivitas *digital PR* dalam membangun citra partai politik melalui instagram bagi pemilih pemula 2019 dalam menghadiri kontestasi pemilu 2019.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode kualitatif, dimana peneliti melakukan wawancara untuk pengumpulan data dengan *key informan* adalah humas PKS Kota Tangerang, serta ada 3 informan utama yang di wawancarai, yaitu pemilih pemula. Objek Penelitian dilakukan di DPD PKS Kota Tangerang.

Hasil penelitian yang diperoleh aktivitas yang dilakukan oleh PKS Kota Tangerang dengan membuat konten-konten Islam di akun instagram nya @pkstangerang, hal tersebut karena PKS selalu berprinsip pada nilai-nilai Islam, dapat bersifat harian, bulanan, dan tahunan. Selain itu konten edukasi, konten, politik, konten khusus di tahun-tahun politik misalnya memposting kegiatan *flashmob*, dimana kegiatan tersebut dilakukan pawai sepanjang jalan daerah tertentu untuk lebih mengenalkan kepada masyarakat. Tanggapan pemilih pemula yang mengikuti program sekolah digital mendapat respon atau citra positif karena belajar dunia digital adalah hal yang baru, menarik dan jarang masyarakat tahu dalam mengelola media sosial.

Kata kunci : Digital PR, Citra, Pemilih Pemula

Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Majoring Public Relations
Catur Agustina
44215120040

Digital PR Implementation in Improving Political Party Image for Beginner Voters
2019

Total Page : 97 pages + Attachment + vii

Bibliography : 11 book's + 7 journal

ABSTRACT

Digital PR is a PR trend for now in carrying out its responsibilities a public relations both in companies and non-profit organizations. It has become a necessity in their daily life because it provides benefits and convenience in conveying information. In this research, the Prosperous Justice Party that uses Instagram social media, as its digital PR activity, especially PKS public relations can educate novice voters about the importance of choosing or efforts to reduce abstentions in elections for years to come. This study aims to determine and analyze the implementation, as well as digital PR activities in building the image of political parties through Instagram for novice voters in 2019 in attending the 2019 election contestation.

In this study, using qualitative methods, where researchers conducted interviews to collect data with key informants are the PKS public relations Tangerang City, and there are 3 main informants who were interviewed, namely voter voters. The object of research was conducted at the DPD PKS Tangerang City.

The results of the research obtained by the activities carried out by PKS Tangerang City by creating Islamic content in its Instagram account @pkstangerang, this is because PKS is always based on Islamic values, can be daily, monthly, and yearly. Besides educational content, content, politics, special content in the political years, for example, posting flashmob activities, where the activity was carried out marches along certain regional roads to introduce more to the public. Beginner voter responses who follow the digital school program get a positive response or image because learning the digital world is new, interesting and rarely people know in managing social media.

Key words : Digital PR, Citra, Beginner Voters