



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Elvira Aprilini Fikar
44218210045

Strategi Humas Chatat.id dalam Pengelolaan Branding Perusahaan untuk Meningkatkan Citra (Studi Kasus: Media Sosial Instagram pada Tahun 2021)

Bibliografi : 5 Bab 85 Halaman + Lampiran + 3 Skripsi + 2 Jurnal

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menjelaskan mengenai strategi dan peranan Humas yang dilakukan oleh Chatat.id dalam mengelola branding di media sosial Instagram untuk meningkatkan citra melalui akun Instagram @chatat.id.

Media sosial instagram saat ini menjadi salah satu media yang paling banyak diminati dan efektif sebagai branding perusahaan. Peneliti ini menggunakan acuan teori peranan humas yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip & Allen H. Center, bahwa terdapat proses strategi *Public Relations* yang mengacu kepada pendekatan manajerial, proses tersebut yaitu *fact finding, planning, communication, and evaluation*.

Paradigma yang digunakan paradigma Konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan peneliti metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi kepustakaan dan *internet searching*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram terbukti berpengaruh terhadap minat konsumen dan *brand awareness* dari suatu produk, baik jasa atau barang.

Kata Kunci: Strategi Humas, Citra, Instagram



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Elvira Aprilini Fikar
44218210045

Chatat.id Public Relations Strategy in Managing Company Branding to Improve Image (Case Study: Instagram Social Media in 2021)

Bibliography: 5 Chapters 85 Pages + Attachment + 3 Skripsi + 2 Journal

ABSTRACT

This research was conducted with the intention of explaining the strategy and role of Public Relations carried out by Chatat.id in managing branding on Instagram social media to improve image through the Instagram account @chatat.id.

Instagram is currently one of the most popular and effective media for corporate branding. This researcher uses the reference to the theory of the role of public relations proposed by Scott M. Cutlip & Allen H. Center, that there is a process of Public Relations strategy that refers to a managerial approach, the process is fact finding. planning. communication, and evaluation.

The paradigm used is the constructivism paradigm with a qualitative approach. The method used by the researcher is a case study research method. Data collection techniques used are interviews, observation, literature study and internet searching.

The results of this study conclude that Instagram is proven to have an effect on consumer interest and brand awareness of a product, either service or goods.

Keywords: PR Strategy, Image, Instagram