



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Leony Young
44216010152

Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt Dalam Meningkatkan Awareness Penggunaan Transportasi Publik Oleh Corporate Secretary PT MRT Jakarta
Bibliografi : 5 Bab 135 Hal + Lampiran + 33 Buku + 6 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengubah peran humas di perusahaan karena semakin banyaknya pengguna media sosial yang mengakses kebutuhan informasi sehari-hari melalui internet. Peluang ini digunakan oleh sekretaris perusahaan PT MRT Jakarta untuk memanfaatkan platform digital Instagram sebagai media informasi dan komunikasi kepada publik di sekitar MRT Jakarta yang baru beroperasi pada awal 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki manajemen media sosial Instagram @ mrtjkt untuk meningkatkan kesadaran publik, mulai dari proses pencarian fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

Cutlip and Center Theory yang berkaitan dengan proses hubungan masyarakat, teori media baru dan hubungan masyarakat dunia maya yang terkait dengan media sosial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang menghasilkan data dalam bentuk pidato atau tulisan. Peneliti mewawancarai Kepala Sekretaris Perusahaan PT MRT Jakarta, spesialis media sosial PT MRT Jakarta dan pengguna MRT Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pencarian fakta dilakukan dengan melihat karakteristik perusahaan dan kondisi masyarakat saat ini, dikelola oleh dua admin, proses perencanaan dilakukan dengan membuat rencana editorial. secara teratur serta umpan balik di kolom komentar merespons dengan cepat, proses evaluasi dilakukan dengan melihat wawasan yang dihasilkan dari Instagram @mrtjkt sebagai bahan analisis untuk ide posting berikutnya, kesadaran publik meningkat karena masyarakat dididik melalui konten edukatif dan informatif Instagram @mrtjkt dan meningkatnya antusiasme masyarakat untuk menggunakan transportasi umum sejak MRT Jakarta beroperasi.

Kata kunci: *Sekretaris Perusahaan, Cutlip and Center Theory, Media Baru, KesadaranPublik*



Communication Faculty
Mercu Buana University

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Leony Young
Studen ID : 44216010152
Faculty : Ilmu Komunikasi
Study Program : Public Relations
Title : Pengelolaan Media Sosial Instagram @mrtjkt Dalam Membangun Awareness Penggunaan Transportasi Publik oleh Corporate Secretary PT MRT Jakarta
Bibliografi : 120 page; 6 internet article; 33 book (2009-2019)

ABSTRACT

The development of information technology today has changed the role of public relations in the company because of the increasing number of social media users who access daily information needs through the internet. This opportunity is used by the corporate secretary of PT MRT Jakarta to utilize the Instagram digital platform as a medium of information and communication to the public around the Jakarta MRT which had just been operating in early 2019. The purpose of this study was to investigate the management of Instagram @mrtjkt's social media to increase public awareness, starting from the process of fact finding, planning, communication and evaluation.

Cutlip and Center Theory that deals with the process of public relations, new media theory and cyber public relations related to social media.

This type of research used in this research is descriptive with a qualitative approach. The method used is qualitative research that produces data in the form of speech or writing. Researchers interviewed the Head of Corporate Secretary of PT MRT Jakarta, PT MRT Jakarta's social media specialist and Jakarta MRT users.

Based on the results of the study show that the process of fact finding is done by looking at the characteristics of the company and the current condition of the community, managed by two admins, the planning process is done by making an editorial plan. regularly as well as feedback in the comments column responds quickly, the evaluation process is carried out by looking at the insights generated from Instagram @mrtjkt as analytical material for the next posting idea, public awareness increases because the public is educated through educative and informative content Instagram @mrtjkt and the increasing enthusiasm of the community to use public transportation since the Jakarta MRT operates.

Keywords: *Corporate Secretary, Cutlip and Center Theory, New Media, Public Awareness*