



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Hana Nur Afiatni
44218210040

Strategi Public Relations Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Telkom Digilearn

Bibliografi : 14 Buku, 9 Jurnal, 1 Internet

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Public Relations Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Telkom Digilearn. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan desain penelitian deskriptif.

Peneliti menggunakan teori konsep manajemen proses public relations yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center yang terdiri dari empat proses yaitu Defining the problem (or opportunity), Planning and programming, Taking action and communicating, Evaluating the program.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Metode yang dilakukan untuk teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara dengan para narasumber, observasi, dan data pendukung dari perusahaan.

Hasil penelitian yang peneliti simpulkan dari penelitian ini adalah pihak Telkom Digilearn menerapkan keempat langkah manajemen proses public relations yang dikemukakan oleh Cutlip and Center dengan cara memilih instagram sebagai salah satu platform yang digunakan untuk meningkatkan brand awareness dari Telkom Digilearn dan melakukan pemanfaatan fitur Instagram untuk membuat dan membagikan konten, perencanaan aktivitas media sosial yang akan dilakukan pada Instagram seperti jenis konten yang akan dibagikan juga direncanakan oleh tim untuk nantinya dibagikan kepada audiens dan menciptakan interaksi dengan para pengikut pada instagram @telkomdigilearn, setelah pelaksanaan perencanaan yang telah dibuat dan membagikan konten di akun Instagram, juga dilakukan tahap laporan rutin untuk mengevaluasi kegiatan dan strategi yang telah dilaksanakan selama kurun waktu satu bulan.

Kata Kunci : Strategi Public Relations, Brand Awareness, Instagram



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Public Relations Study Program
Hana Nur Afiatni
44218210040

Public Relations Strategy in Using Instagram Social Media to Increase Brand Awareness Telkom Digilearn

Bibliography : 14 Books, 9 Journals, 1 Internet

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the Public Relations Strategy in Using Instagram Social Media to Increase Brand Awareness Telkom Digilearn. The research method used is a qualitative method with a descriptive research design.

The researcher uses the theory of public relations process management concept proposed by Cutlip and Center which consists of four processes, namely Defining the problem (or opportunity), Planning and programming, Taking action and communicating, Evaluating the program.

The research paradigm used is the constructivist paradigm. The method used for data collection techniques is to conduct interviews with sources, observations, and supporting data from the company.

The results of the research that the researcher concludes from this study are that Telkom Digilearn applies the four steps of public relations process management proposed by Cutlip and Center by choosing Instagram as one of the platforms used to increase brand awareness of Telkom Digilearn and utilizing Instagram features to create and sharing content, planning social media activities that will be carried out on Instagram such as the type of content that will be shared is also planned by the team to later be shared with the audience and create interactions with followers on Instagram @telkomdigilearn, after the implementation of the planning that has been made and share content on Instagram accounts , a routine report stage is also carried out to evaluate the activities and strategies that have been implemented over a period of one month.

Keywords : Public Relations Strategy, Brand Awareness, Instagram