

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Muhammad Wira Cakrabuana
44218210024

Judul: Implementasi Strategi Cyber Dalam Pembentukan Branding dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram @stonewoodglorious 2022

Jumlah Halaman: 5 BAB 68 Halaman + Lampiran + 6 Buku + 18 Jurnal + 1 Internet

ABSTRAK

Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh mayoritas untuk berbagi gambar dan video. Dari 1 pengguna ke pengguna lainnya. Sehingga ada berbagai macam informasi yang dapat kita temukan, melalui media sosial instagram. Disamping kegunaannya berbagi informasi. Media sosial Instagram juga membuka peluang baru bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan Instagram sebagai media informasi. Hal ini membantu Cyber PR dalam menjalankan strategi kegiatan humasnya melalui media sosial, terutama dalam membangun *Branding* karena fitur-fitur Instagram yang mendukung publisitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dari strategi Cyber PR dalam membangun branding dengan memanfaatkan media sosial Instagram.

Holtz menjelaskan bahwa ada 4 karakteristik yang perlu diperhatikan dalam strategi Cyber PR. Pertama *Strategic*, yaitu komunikasi dirancang dalam rangka mempengaruhi hasil bisnis. Selanjutnya *Integrated*, yaitu internet digunakan untuk menyusun perencanaan komunikasi yang lebih luas. Lalu selanjutnya *Targeted*, yaitu perusahaan memanfaatkan kelebihan internet untuk menjangkau target audiens yang spesifik. Dan terakhir *Measurable*, yaitu melakukan perencanaan dan pengukuran untuk mengukur efektivitas suatu program, dalam hal ini aktivitas Cyber PR.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Dengan metode pendekatan wawancara dan observasi untuk mendapatkan data yang akurat, pada owner Instagram Stonewood serta beberapa followers dari Instagramnya. Dimana peneliti mewawancarai owner Instagram Stonewood dan 3 followersnya, serta melakukan analisis konten pada konten yang telah dibuat oleh Stonewood di instagramnya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Stonewood dianggap bagus dan menarik, karena konten yang ditampilkan menarik dan informatif. Selain itu informasi yang diberikan Stonewood melalui Instagram mudah dipahami. Reach yang dihasilkan kontennya pun berhasil menjangkau lebih banyak non-followers dengan total 474 users, dibandingkan followersnya dengan total 382 users. Dalam 5 Bulan terakhir. Selain itu juga setiap minggu mendapatkan followers baru. Dengan kata lain secara perlahan Stonewood mulai dikenal oleh masyarakat.

*Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Muhammad Wira Cakrabuana
44218210024*

Judul: Implementasi Strategi Cyber Dalam Pembentukan Branding dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram @stonewoodglorious 2022

Bibliografi: 5 BAB 68 Halaman + Lampiran + 6 Buku + 18 Jurnal + 1 Internet

ABSTRACT

Instagram is one of the social media used by the majority to share pictures and videos. From 1 user to another. There are various kinds of information that we can find, through social media instagram. Beside it's usefulness to share information. Instagram also opens new opportunities for business people to develop their business by utilizing Instagram as a medium of information. This helps Cyber PR in carrying out its public relations strategy through social media, especially in building branding because Instagram features support publicity. This study aims to find out how the implementation of the Cyber PR strategy in building branding by utilizing social media Instagram.

Holtz explained that 4 characteristics need to be considered in a Cyber PR strategy. First Strategic, communication designed to influence business results. Furthermore, Integrated, the internet is used to develop a wider communication plan. Then next is Targeted, where companies take advantage of the advantages of the internet to reach a specific target audience. And lastly, Measurable, planning and measuring to measure the effectiveness of a program, in this case, Cyber PR activities.

This study used qualitative research methods. With an interview and observation approach to get accurate data, the Instagram owner Stonewood and some of Instagram followers. Where the researcher interviewed the Instagram owner of Stonewood and 3 followers of stonewood and carried out a content analysis on the content that Stonewood had created on Instagram.

Based on the results of the study, shows that the Stonewood Brand is considered good and attractive because the content displayed is interesting and informative. In addition, the information provided by Stonewood through Instagram is easy to understand. The reach generated by its content also managed to reach more non-followers with a total of 474 users, compared to its followers with a total of 382 users. In the last 5 months. In addition, every week it gets new followers. In other words, Stonewood slowly began to be known by the public.