



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Desy
442103010050

Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel Dalam Meningkatkan Corporate Branding

Jumlah Halaman: v + 67 halaman + 17 lampiran

Bibliografi: 27 acuan, Tahun 2007-2015

ABSTRAK

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktivitas Cyber PR yang dilakukan O Channel agar lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat. Adapun yang menjadi identifikasi masalah penelitian ini adalah Informasi atau konten apa saja yang dipublikasikan oleh O Channel melalui sosial media, Siapa yang bertugas mempublikasikan informasi O Channel ke dalam sosial media, Apa tujuan O Channel menggunakan sosial media sebagai media informasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Aktivitas Cyber PR O Channel melalui sosial media menjelaskan aktivitas pada informasi yang diberikan, siapa yang bertugas melakukan publikasi dan apa tujuan O Channel menggunakan sosial media sebagai media informasi. Tools yang digunakan dalam aktivitas Cyber PR nya adalah facebook, twitter dan instagram.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Akun sosial media (Instagram, Facebook dan Twitter) memiliki 2 kegiatan utama dalam aktivitas cyber public yaitu Publikasi (Shceduling, posting foto dan video, monitoring) dan Media relation.

Kata Kunci: Sosial Media, Public Relations, Cyber Public Relations