

## ABSTRAK

**Putri Sahara Ayuningtyas:** Pengelolaan PR *Online* Pada @Barayatrasel untuk Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan Di Instagram (Studi Deskriptif pada Baraya Travel Kota Bandung)

Media sosial menjadi aspek strategis dalam praktik *public relations* karena berperan dalam penyebaran informasi yang relevan kepada masyarakat. Perkembangan internet mendorong pemanfaatan media daring, salah satunya Instagram, yang memiliki aksesibilitas tinggi bagi berbagai kalangan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2022–2023, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 2,67% menjadi 215,63 juta pengguna.

Baraya Travel merupakan perusahaan jasa transportasi yang berdiri sejak 2006 dan memiliki empat unit bisnis travel, paket, pariwisata, dan kargo, dengan akun Instagram yang mempublikasikan informasi layanan, promosi, dan kegiatan perusahaan kepada 25.400 pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan *online public relations* pada akun Instagram @barayatrasel sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan menggunakan teori *The Circular Model of SOME for Social Communication* yang mencakup tahapan *Share, Optimize, Manage, dan Engage*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, berlandaskan paradigma konstruktivisme untuk memahami konstruksi pemikiran pengelola media sosial Baraya Travel Kota Bandung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi, dengan tiga informan yang memiliki peran strategis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *online public relations* yang dilakukan meliputi 1) *Share*, pembuatan konten informatif dan promosi 2) *Optimize* interaksi melalui fitur Instagram 3) *Manage* dengan mengelola respon secara real time, 4) *Optimize* dengan pelibatan *audiens* dalam aktivitas daring. Pengelolaan yang terstruktur dan responsif terbukti membantu membangun citra positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan, meskipun masih diperlukan konsistensi dalam inovasi konten untuk mempertahankan keterlibatan *audiens*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial dengan pendekatan yang sistematis mampu menjadi sarana efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sekaligus memperkuat citra perusahaan di ranah digital.

**Kata Kunci:** *Online Public Relations*, Baraya Travel, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

**Putri Sahara Ayuningtyas:** *Online PR Management on @Barayatrasel to Foster Customer Loyalty on Instagram (A Descriptive Study on Baraya Travel in Bandung City)*

*Social media is a strategic aspect of public relations practice as it plays a role in disseminating relevant information to the public. The development of the internet has encouraged the use of online media, particularly Instagram, which offers high accessibility for various user groups. Based on data from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) for the 2022–2023 period, the number of internet users in Indonesia increased by 2.67% to 215.63 million users.*

*This study aims to describe the management of online public relations on the Instagram account @barayatrasel as an effort to build customer loyalty. Baraya Travel is a transportation service company established in 2006 with four business units: travel, package delivery, tourism, and cargo, with its Instagram account publishing service information, promotional content, and company activities to 25,400 followers.*

*The research method employed is qualitative with a descriptive approach, grounded in a constructivist paradigm to understand the thought processes of Baraya Travel's social media managers. Data were collected through in-depth interviews, passive participant observation, and documentation, involving three informants with strategic roles. Data analysis refers to The Circular Model of SOME for Social Communication, which includes the stages of share, optimize, manage, and engage.*

*The findings indicate that the online public relations strategies implemented include creating informative and promotional content, optimizing interaction through Instagram features, managing responses in real time, and involving the audience in online activities. Structured and responsive management has been proven to help build a positive image and enhance customer loyalty, although consistency in content innovation is still required to maintain audience engagement.*

*Based on these results, it can be concluded that systematic social media management serves as an effective means to build long-term relationships with customers while strengthening the company's image in the digital sphere.*

**Keywords:** *Online Public Relations, Baraya Travel, Customer Loyalty*