

## ABSTRAK

### **Ilham Nugraha, Aktivitas Cyber Public Relations Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Organisasi Nirlaba AIESEC Bandung).**

AIESEC merupakan sebuah organisasi mahasiswa internasional yang berfokus pada pengembangan kepemimpinan pemuda. Organisasi ini memiliki Instagram dengan jumlah pengikut terbanyak di Kota Bandung dalam bidang serupa dengan 28,2 ribu pengikut. Hal tersebut menjadi landasan untuk mempelajari bagaimana AIESEC Bandung sendiri dapat mengelola media sosial melalui Instagram @aiesecbandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan digital public relations di media sosial Instagram pada aspek transparansi (*transparency*) hingga aspek kekayaan konten dan jangkauan (*richness in content and reach*). Konsep elemen dasar *cyber public relations* dari Phillips and Young digunakan karena relevan dengan aktivitas pengelolaan *cyber public relations* instagram @aiesecbandung. Paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif serta metode deskriptif digunakan dalam penelitian. Data-data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai dari AIESEC melalui empat aspek. Aspek Transparansi (*transparency*) awal ini dilakukan dengan aktivitas edukasi terkait produk program mereka dan melakukan *organizational branding*. Aspek Porisitas (*porisity*) yang dilakukan adalah pembuatan *guideline* dan *brand filtering* guna mencegah informasi tidak perlu tersebar kepada audiens. Aspek Internet sebagai Agen (*Internet as an agent*) dilakukan dengan aktivitas integrasi media penyebaran informasi dan penggunaan *Bluebook branding guideline*. Aspek Kekayaan konten dan jangkauan (*Richness in Content and Reach*) dilakukan melalui aktivitas *Customer Centric Era* dan pengoptimalisasian algoritma guna menciptakan variasi penyampaian kepada audiens yang beragam dan mendapatkan jangkauan.

**Kata Kunci: Cyber Public Relations, Media Sosial Instagram, AIESEC Bandung**

## ABSTRACT

**Ilham Nugraha, Cyber Public Relations Activities in Instagram Social Media Management (Descriptive Study of the Non-Profit Organization AIESEC Bandung).**

AIESEC is an international student organization that focuses on developing youth leadership. This organization has Instagram with the largest number of followers in Bandung City with 28.2 thousand followers in the same field. This is the basis for learning how AIESEC Bandung itself can manage social media via Instagram @aiesecbandung

This research aims to determine the process of managing digital public relations on Instagram social media from aspects of transparency to aspects of richness in content and reach. The concept of basic elements of cyber public relations from Phillips and Young is used because it is relevant to cyber public relations management activities on Instagram @aiesecbandung. The constructivism paradigm and qualitative approach and descriptive methods were used in the research. Research data was collected through in-depth interviews and observations.

The research results show that the cyber public relations management carried out aims to spread the values of AIESEC through four aspects. This initial transparency aspect was carried out with educational activities related to their program products and carrying out organizational branding. The aspect of Porosity that is carried out is the creation of guidelines and brand filtering to prevent unnecessary information from being spread to the audience. The Internet as an Agent aspect is carried out with media integration activities for information dissemination and the use of Bluebook branding guidelines. The Richness in Content and Reach aspect is carried out through Customer Centric Era activities and Algorithm Optimization to create variations in delivery to diverse audiences and gain audience reach.

**Keywords: Cyber Public Relations, Instagram Social Media, AIESEC Bandung**