

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Skripsi, 27 Januari 2023**

**Satrio Pamungkas Hariyanto**

**2017140365**

**Pengaruh Cyber Public Relations Ventelashoes Terhadap Brand Image Ventelashoes (survei pada *followers* akun instagram @ventelashoes)**

### **ABSTAK**

Ventelashoes adalah salah satu brand lokal yang menjual produk sepatu dikalangan pria maupun wanita melalui Instagram dan Website resmi milik ventela. Tujuan dari penelitian adalah mengukur pengaruh *Cyber Public Relations* Ventelashoes terhadap *Brand Image* ventelashoes. online public relations saat ini melengkapi kegiatan tradisional *Public Relations* seperti TV media publik yang dikendalikan dengan menggunakan Internet komunikasi yang dilakukan menjadi interaktif/dua arah. Merencanakan aktivitas *Cyber Public Relations* tidak berbeda jauh dengan aktivitas *Public Relations* tradisional. Peluang online perlu dianalisis secara kritis dan spesifik agar tidak terjadi kesalahan. Tujuan harus terukur dan jelas, pesan dan media apa yang harus digunakan disesuaikan dengan kebutuhan, minat, preferensi, kemampuan dan trend saat ini. Teori yang digunakan ialah *Cyber Public Relations* terdiri dari pesan, akses pengguna, penerbitan elektronik, berbagi pendapat dan saran oleh organisasi, jaringan, kolaborasi, instruksi, keterlibatan pengguna (Health. 2013: 621-624), kemudian *Brand Image* terdiri dari kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, kennikan asosiasi merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden yang melakukan interaksi di Akun Instagram resmi @ventelashoes. Sampel penelitian ini diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Perhitungan data diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini ialah *Cyber Public Relations* Ventelashoes berpengaruh signifikan terhadap Brand Image dengan nilai t hitung 12,032 > t tabel 1,291. Nilai korelasi R sebesar 0,789 artinya korelasi atau hubungan antara variabel Social Media Engagement berpengaruh tinggi. R square sebesar 0,622. Dari hasil R square tersebut *Cyber Public Relations* pada akun Instagram @ventelashoes berpengaruh terhadap brand image sebesar 62,2%.

**Kata Kunci : Cyber Public Relations, Instagram, Brand Image**

**Refrensi : 16 Buku + 5 Jurnal + 3 Situs**

**Pembimbing : Winda Dwi Astuti Zebua, S. Kom, M.Si**