

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

Skripsi, Februari 2024

Dezan Ziandhani

2018140230

**PENGARUH *CYBER PUBLIC RELATIONS #INSTAGRAM EVENT RRQ*
MABAR TERHADAP *BRAND IMAGE***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Cyber Public Relations* (CPR) pada event RRQ Mabar terhadap citra merek mereka di platform *Instagram*. Metode survei kuantitatif digunakan dengan melibatkan 92 siswa SMAN 46 Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *Instagram* dan CPR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek RRQ, di mana dimensi Instruksi (Instruction) menjadi faktor utama dalam memengaruhi persepsi positif responden. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa CPR memiliki kontribusi sebesar 74,5% terhadap citra merek RRQ, menekankan pentingnya peran CPR dalam membangun citra merek di industri *e-sports*.

Kata Kunci : *Cyber Public Relations, Brand Image, Team RRQ*

Refrens : 13 Buku

Pembimbing : Lilik Sumarni, S.Sos, M.Si