

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
Skripsi, Juli 2024**

**MOHAMMAD DIVO BAYU AMADHY
2018140248**

**PENGARUH *CYBER PUBLIC RELATIONS* PROGRAM INDOMARET
POINKU TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT INDOMARCO
PRISTAMA**

(Survei pada Followers Official Account Instagram @indomaret)

ABSTRAK

Perkembangan ritel modern di Indonesia menunjukkan persaingan yang semakin ketat, Perusahaan ritel, seperti Indomaret, berusaha meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan menawarkan pelayanan yang memenuhi harapan konsumen. Teknologi dan media sosial memainkan peran penting dalam strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan. Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, perusahaan memanfaatkan platform seperti Instagram untuk promosi dan membangun citra perusahaan melalui Cyber Public Relations. Indomaret Poinku, program loyalitas pelanggan Indomaret, menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan media sosial untuk meningkatkan keterikatan dan kepuasan pelanggan, serta membangun citra positif perusahaan. Salah satu platform yang digunakan untuk kegiatan Cyber Public Relations adalah Instagram, yang dimanfaatkan oleh PT Indomarco Pristama. Akun Instagram resmi @indomaret dibuat untuk memudahkan audiens dalam mendapatkan informasi, termasuk mengenai promosi indomaret poinku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh Cyber Public Relations pada citra perusahaan di kalangan pengikut akun Instagram @indomaret, khususnya saat mengadakan promosi Indomaret Poinku. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang melibatkan 89 responden dari total 782 pengikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cyber Public Relations terkait program tersebut dinilai positif oleh responden, dengan rata-rata skor 4,28 untuk variabel X (Cyber Public Relations) dan 4,18 untuk variabel Y (Citra Perusahaan). Koefisien korelasi antara kedua variabel adalah 0,975, yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara Cyber Public Relations dan Citra Perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebesar 75% citra perusahaan dipengaruhi oleh Cyber Public Relations, sementara 25% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci : Cyber Public Relations, Citra
Perusahaan Referensi : 15 Buku & 5 Jurnal
Dosen Pembimbing : Winda Dwi Astuti Zebua, M.Si.**