

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Public Relations*
Latri (20150530209)**

**Implementasi *Cyber Public Relations* Melalui Akun *Instagram* Rumah Sakit
PKU Muhammadiyah Wonosobo Tahun 2017-2018
Tahun Skripsi : 2019 + 129 hal + 16 Gambar + 8 Tabel + 3 Bagan
Daftar Pustaka : 20 Buku + 7 Jurnal + 4 Sumber lain**

Dinamisasi perkembangan teknologi informasi mengharuskan para praktisi *public relations* untuk mampu menerapkan kegiatan kehumasan berbasis media *online* atau dikenal *cyber public relations*. Penelitian ini menganalisis mengenai implementasi *cyber public relations* melalui akun *instagram* Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Wonosobo.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi *cyber public relations* melalui akun *instagram* Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Wonosobo Tahun 2017-2018 melalui upaya dakwah kesehatan dan membangun *awareness* publik sehingga terciptanya citra rumah sakit. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *cyber public relations* RS PKU Muhammadiyah Wonosobo melalui akun *instagram* pada tahun 2017-2018 mengalami transisi perubahan dari tahun ke tahun, diawali dengan adanya panduan khusus unggahan konten media sosial, penjadwalan *form* kalenderisasi, dan kategorisasi konten. Hal ini dilakukan dalam upaya *soft selling* dan membangun *awareness* sebagai bentuk implementasi dakwah kesehatan pada segmentasi primer, yaitu kelompok usia produktif 18-30 tahun melalui visualisasi konten yang ditampilkan dan pemanfaatan fitur yang tersedia. Akan tetapi, implementasi *cyber public relations* RS PKU Muhammadiyah Wonosobo masih memerlukan analisis lebih mendalam terkait *media habits*, karakteristik target, dan kategori konten yang diminati publik.

Kata Kunci : *Awareness, cyber public relations, dan instagram.*

ABSTRACT

*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Communication Studies
Concentration Public Relations
Lastri (20150530209)*

*Implementation of Cyber Public Relations Via Instagram Account Hospital
PKU Wonosobo Years 2017-2018*

Thesis year: 2019 + things + 129 16 Pictures + 8 + 3 Table Chart

Bibliography: 20 Book 4 + Journal + 7 other sources

Dynamics of development of information technology requires that practitioners of public relations for PR activities able to apply online or media-based known cyber public relations. This research analyzes about the implementation of cyber public relations via instagram account Hospital PKU Wonosobo.

The purpose of this study is to describe and analyze the implementation of cyber public relations account via instagram PKU Hospital In the year 2017-2018 through Dawah efforts of health and build public awareness so that the creation of the image of the hospital. Research methods used in this research is descriptive qualitative with data collection through interviews, observation, and documentation.

The results showed that the implementation of cyber public relations PKU Muhammadiyah Wonosobo via instagram account in 2017-2018 transitional change from year to year, beginning with the existence of a special guide uploaded media content social scheduling form kalenderisasi, and categorization of content. This is done in an attempt to soft selling and building awareness as a form of implementation of health on the primary segmentation of da'wah, i.e. productive age group 18-30 years through the visualization of the content displayed and utilization features available. However, the implementation of cyber public relations PKU Muhammadiyah Wonosobo still require more in-depth analysis related media habits, characteristics of the target, and the category of content that is attractive to the public.

Keywords : Awareness, Cyber Public Relations, and instagram.