



ABSTRAK

STRATEGI HUMAS BIZNET MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA MEDIA SOSIAL PERUSAHAAN

Junior Cesar Sielvals
5181711010

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *public relation* yang diterapkan oleh Biznet dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan khalayak. Media sosial menjadi salah satu alat utama yang digunakan perusahaan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan interaktif. Sebagai salah satu penyedia layanan internet terkemuka di Indonesia, Biznet menghadapi tantangan untuk terus menjaga relevansi dan kepercayaan pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biznet mengimplementasikan strategi *public relation* yang terencana dan inovatif. Konten yang diunggah memiliki nilai informatif dan edukatif, disertai elemen visual yang menarik untuk meningkatkan daya tarik audiens. Selain itu, Biznet menggunakan pendekatan humanis dalam berkomunikasi dengan pelanggan, seperti memberikan respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan konsumen di media sosial. Kampanye digital yang kreatif, kolaborasi dengan influencer, serta pemanfaatan fitur interaktif, seperti polling dan live streaming, juga berkontribusi pada peningkatan engagement dan loyalitas pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam memperkuat persepsi publik terhadap Biznet sebagai penyedia layanan internet yang inovatif, andal, dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa optimalisasi media sosial melalui strategi *public relation* yang komprehensif mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap citra perusahaan. Penelitian ini merekomendasikan agar Biznet terus mengikuti perkembangan teknologi digital dan menciptakan inovasi dalam penyampaian pesan komunikasi agar tetap relevan dengan kebutuhan dan harapan konsumen di era digital.

Kata Kunci: Public Relation, Strategi Komunikasi, Media sosial, Citra Positif, Biznet

ABSTRACT

BIZNET'S PR STRATEGY TO BUILD A POSITIVE IMAGE ON THE COMPANY'S SOCIAL MEDIA

*Junior Cesar Sielvals
5181711010*

This research aims to analyze the public relations strategy implemented by Biznet in utilizing social media to build and maintain a positive company image. The development of digital technology has changed the way companies communicate with audiences. Social media is one of the main tools used by companies to reach consumers more widely, quickly and interactively. As one of the leading internet service providers in Indonesia, Biznet faces the challenge of continuing to maintain customer relevance and trust amidst increasingly competitive competition. The research results show that Biznet implements a planned and innovative public relations strategy. The uploaded content has informative and educational value, accompanied by attractive visual elements to increase audience appeal. In addition, Biznet uses a humanist approach in communicating with customers, such as providing quick responses to consumer questions and complaints on social media. Creative digital campaigns, collaboration with influencers, and the use of interactive features, such as polls and live streaming, also contribute to increasing customer engagement and loyalty. This strategy has proven effective in strengthening public perception of Biznet as an internet service provider that is innovative, reliable and cares about customer needs. The conclusion of this research is that optimizing social media through a comprehensive public relations strategy is able to have a significant positive impact on the company's image. This research recommends that Biznet continue to follow developments in digital technology and create innovations in delivering communication messages so that they remain relevant to consumer needs and expectations in the digital era.

Keywords: *Public Relations, Communication Strategy, Social Media, Positive Image, Biznet*