

## ABSTRAK

Vhiky Syaputra Pratama (00000024648)

### **AKTIVITAS *DIGITAL PUBLIC RELATIONS* DIVISI *BRAND COMMUNICATION* PT HUTCHISON 3 INDONESIA**

(xii + 63 halaman: 20 gambar; 12 lampiran)

Kata kunci: Media Sosial, *Public Relations*, *Digital Public Relations*

Aktivitas organisasi dalam perkembangannya sangat membutuhkan adanya *digital public relations* yang berkompeten dalam bidang komunikasi sehingga dapat membangun hubungan yang harmonis antara pemilik usaha dengan karyawan, para pimpinan perusahaan atau manajemen dengan karyawan dan perusahaan dengan masyarakat. PT. Hutchison 3 Indonesia memiliki *public relations* yang menjadi bagian dalam divisi *Brand Communications*. Peran divisi *Brand Communications* adalah untuk membangun brand perusahaan, mempromosikan produk atau layanan dan mendapatkan pelanggan baru. Ketika dilakukan dengan baik, divisi *Brand Communications* tidak hanya akan membantu perusahaan mendapatkan pelanggan baru tetapi juga akan mendorong pelanggan yang ada untuk tetap loyal kepada brand perusahaan. Untuk itu, tujuan magang disini adalah Untuk mempelajari aktivitas *digital public relations* pada divisi *Brand Communication* di PT. Hutchison 3 Indonesia.

Selama berlangsungnya kegiatan magang, terdapat berbagai kegiatan yang dilakukan divisi *Brand Communication*, seperti: melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan dokumen dan sumber daya yang ditujukan untuk perkembangan dari dalam divisi *Brand Communication* itu sendiri; Mengelola media sosial Instagram internal dengan nama akun @satria.indonesia.yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada para pekerja 3; Membuat video perusahaan dan informasi tentang bisnis seperti laporan keuangan; Melakukan wawancara dengan eksekutif senior yang akan direkam dan dipublikasikan; Membuat acara yang disiarkan, misalnya konferensi video atau bahkan menggunakan *Second Life*; Memberikan sponsor dan donasi amal yang sekali lagi menghasilkan konten di situs web berita atau donasi amal melalui situs web, misalnya memberikan bantuan kepada korban bencana alam; Melakukan kunjungan fasilitas publik secara virtual, atau kunjungan oleh masyarakat umum dapat direkam menggunakan Instagram atau video, yang mungkin diunggah ke YouTube; Mengadakan acara publisitas yang menghasilkan konten, dibuat oleh divisi *Brand Communication* yang kemudian dibagikan menggunakan media social seperti Twitter, Instagram dan Youtube, atau merilis media juga akan menghasilkan beberapa liputan jika diambil oleh sumber *online* dan *offline*; Mengelola Situs web PT. Hutchison 3 Indonesia yaitu <http://tri.co.id> dan brosur elektronik.

**Referensi: 50 (1996-2019)**

## **ABSTRACT**

Vhiky Syaputra Pratama (00000024648)

### ***DIGITAL PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES OF PT HUTCHISON 3 INDONESIA'S BRAND COMMUNICATION DIVISION***

*(xii + 63 pages: 20 pictures; 12 attachments)*

*Keywords: Social Media, Public Relations, Digital Public Relations*

*Organizational activities in its development require the existence of a competent public relations in the field of communication so as to build a harmonious relationship between business owners, employees, company leaders or management with employees and the company and the community. PT. Hutchison 3 Indonesia has public relations as part of the Brand Communications division. The role of the Brand Communications division is to build the company's brand, promote products or services and get new customers. When done well, the Brand Communications division will not only help the company get new customers but will also encourage existing customers to remain loyal to the company's brand. For this reason, the purpose of the internship here is to study Public relations Activities in the Brand Communication division at PT. Hutchison 3 Indonesia.*

*During the internship, there are various activities carried out by the Brand Communication division, such as: conducting activities related to document management and resources aimed at the development of the Brand Communication division itself; Manage internal Instagram social media under the name of account @satria.indonesia. aiming to provide information to workers 3; Make company videos and information about businesses such as financial statements; Conduct interviews with senior executives who will be recorded and published; Create broadcast programs, such as video conferencing or even using Second Life; Providing sponsorships and charitable donations which once again produce content on news websites or charitable donations through websites, for example providing assistance to victims of natural disasters; Conduct virtual public facility visits, or visits by the general public can be recorded using Instagram or videos, which may be uploaded to YouTube; Holding publicity events that produce content, created by the Brand Communication division which is then shared using social media such as Twitter, Instagram and Youtube, or releasing media will also produce some coverage if taken by online and offline sources; Managing the Website of PT. Hutchison 3 Indonesia namely <http://tri.co.id> and electronic brochures*

*Reference: 50 (1996-2019)*