

Analisis Strategi *Public Relation* Dalam Mensosialisasikan Program Wiranesia *Digipreneur Roadshow* (Studi Pada Wiranesia Foundation Melalui Instagram)

Aisyah Fitriya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses serta implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* Wiranesia Foundation dalam mensosialisasikan programnya. *Public Relations* Wiranesia Foundation memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dalam menyebarkan informasi programnya melalui salah satu media sosial yaitu Instagram. Dengan adanya program Wiranesia *Digipreneur Roadshow* dapat menciptakan wadah bagi para Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui platform UMKM naik kelas dengan gerakan kewirausahaan digital, dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Indonesia agar lebih maju serta sejahtera di setiap Kabupaten maupun Kota di seluruh Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan teknik pengambilan data dengan *purposive sampling* menggunakan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Computer Mediated Communication (CMC). Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kesimpulan serta verifikasi data. Hasil penelitian ini adalah ditemukan bahwa Strategi *Public Relation* Wiranesia Foundation dalam mensosialisasikan program Wiranesia *Digipreneur Roadshow* adalah dengan *Fact finding, Planning, Comuunicating, Evaluating* dan memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu menggunakan media sosial Instagram dengan konten informasi mengenai program nya, baik itu konten kewirausahaan digital maupun infografis seputar bisnis dalam upaya meningkatkan performa UMKM dengan gerakan kewirausahaan digital untuk meningkatkan pertumbuhan dan ekonomi masyarakat Indonesia agar lebih maju serta sejahtera.

Kata Kunci : Strategi *Public Relation*, Media Sosial, Instagram

Strategy Analysis Public Relation In Socializing the Wiranesia Program Digipreneur Roadshow (Study on Wiranesia Foundation via Instagram)

Aisyah Fitriya

ABSTRACT

This study aims to determine the process and implementation of communication strategies carried out by Public Relations Wiranesia Foundation in socializing its program. Public Relations The Wiranesia Foundation takes advantage of advances in communication technology in disseminating information about its programs through social media, namely Instagram. With the Wiranesia program Digipreneur Roadshow can create a forum for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through the MSME platform to upgrade with the digital entrepreneurship movement, with the aim of improving the economy of the Indonesian people so that they are more advanced and prosperous in every district and city throughout Indonesia. This study uses qualitative methods and the type of research used is descriptive with data collection through in-depth interviews and data collection techniques with purposive sampling using the criteria set by the researcher. The theory used in this research is the theory of Computer Mediated Communication (CMC). The data collected is primary and secondary data. The data analysis techniques used in this study are data collection techniques, data reduction, data presentation, conclusions and data verification. The result of this research is found that Strategy Public Relation Wiranesia Foundation in socializing the Wiranesia program Digipreneur Roadshow is to do Fact finding, Planning, Comuunicating, Evaluating and take advantage of technological advances, namely using social media Instagram with informational content about the program, both digital entrepreneurship content and infographics about business in an effort to improve the performance of MSMEs with digital entrepreneurship movements to increase the growth and economy of the Indonesian people so that they are more advanced and prosperous.

Keywords :*Strategy Public Relation, Social Media, Instagram*