

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) JANNA PARAMITHA (915160174)
- (B) STUDI MANAJEMEN STRATEGIS *INSTAGRAM @CCHANNEL_ID* DALAM MENJANGKAU PUBLIK
- (C) xii + 56 Halaman, 2019, Tabel 1, Gambar 16 , Lampiran 8
- (D) *PUBLIC RELATIONS*

(E) *Abstrak :*

Manajemen strategis penting untuk dilakukan agar mengetahui arah suatu perusahaan. Strategi jangka panjang dan pendek dari perusahaan adalah penentu arah yang sedang dituju perusahaan. Arah Strategis *Instagram C Channel Indonesia* ingin menjadikan media digital nomor satu bagi para perempuan Indonesia dan membangun komunitas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui studi manajemen strategis *Instagram C Channel Indonesia* dalam menjangkau publik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, manajemen *Public Relations*, manajemen strategis, New Media, dan *Instagram*. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif. Informan yang menjadi narasumber kunci berjabat sebagai Sosial Media Strategis, Media Digital Strategis, *Human Resources Strategis*, Head of Media and Production di *C Channel Indonesia* dan *followers Instagram @cchannel_id*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategis menuntun arah strategis perusahaan dengan menjangkau publik dapat menuju ke arah strategi jangka panjang dan pendek yang telah ditentukan oleh *C Channel Indonesia*.

Kata Kunci : Manajemen strategis, *Instagram*, Publik

- (F) Daftar Pustaka : 17 buku (2008 - 2017), 6 sumber *online*, 5jurnal *online*.

(G) (H.H. Daniel Tamburian S.Sos., M.Si)