

## **ABSTRAK**

Teknologi dan komunikasi berkembang cukup pesat dan turut memengaruhi sistem transfer informasi yang terjadi di setiap individu maupun organisasi. Banyak dari individu yang lebih memilih menggunakan media baru dalam menjalankan sistem dan aktivitasnya. Begitu pula yang terjadi di perusahaan dalam skala kecil maupun besar. Bahkan di Indonesia, teknologi tersebut juga sudah merambah ke media sosial sebagai media komunikasi yang terhubung dengan masyarakat.

Berangkat dari fenomena sosial tersebut, perusahaan profit maupun non profit saat ini bersaing dengan menguatkan ataupun membentuk identitas perusahaan. Identitas perusahaan berfungsi untuk wujud presentasi dan menjadi faktor terpenting dan paling signifikan di sebuah perusahaan. Untuk mengenalkan bagaimana identitas perusahaan tersebut ke masyarakat, Lokananta menjalankan praktik Cyber PR melalui Instagram @lokananta\_musik. Instagram digunakan untuk melihat antusias dan seberapa jauh khalayak mengetahui keberadaan dan mengenal identitas Lokananta. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam praktik Cyber PR khususnya melalui Instagram Lokananta untuk mengetahui seberapa pentingnya pengelolaan Instagram yang dipilih sebagai media saluran pembentuk identitas perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus mengingat fenomena praktik Cyber PR dalam pembentukan identitas perusahaan masih belum banyak diketahui oleh khalayak umum. Identitas perusahaan Lokananta dianalisis dengan tiga aspek yaitu *syblism, behaviour and communication*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik Cyber PR yang dijalankan Lokananta dapat dikatakan cukup efektif sebagai media komunikasi ke khalayak dalam membentuk identitas serta meningkatkan reputasi walaupun masih ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan.

***Kata Kunci:*** Media Baru, Cyber PR, Media Sosial, Instagram, Identitas Perusahaan

## ABSTRAC

*Technology and communication developing quite rapidly And also affected the information transfer system that happened to each person or organization. Many people choose to use new media to operate their systems and activity. Saw it happen in a small or big company. In Indonesia, technology also has penetrated social media as a communication media that connected to society.*

*From the social phenomena, profit or non-profit company currently competing to toughen or forming company identity. Company identity has a function as a form of presentation and becomes the most important and significant in a company. To tell company identity to society, Lokananta operated Cyber PR through Instagram @lokananta\_musik. Instagram used to see enthusiastic and how far people know whereabouts and knowing Lokananta's identity. Therefore, a researcher interested in studying especially Cyber PR practice from Lokananta 's Instagram to know how Instagram management is important that choose as an identity-forming media.*

*The researcher method used is case studies considering the phenomenon of Cyber PR practice to forming company identity that society still not widely known. Lokananta's company identity has analyzed three aspects that is symbolism, behavior, and communication. Researcher results showed that Cyber PR practice which Lokananta runs can be said pretty effective as communication media to people in forming identity also increase the reputation although there are still several aspects that need attention.*

**Keywords:** *New Media, Cyber PR, Social Media, Instagram, Corportae Identity*