

## ABSTRAKSI

Perkembangan media baru menyebabkan informasi dapat dengan cepat dan mudah diakses oleh siapa, kapan dan dimana saja. Sebagai salah satu *platform* yang mengenalkan fenomena *citizen journalism*, *blog* semakin menjamur hingga saat ini. Independensi yang melekat pada pengguna *blog* (*bloggers*) dalam mengulas informasi bukan hanya berpengaruh pada masyarakat, melainkan juga pada bidang kehumasan yang erat prakteknya dalam menyebarkan informasi kepada publik.

Berfokus pada keterlibatan *bloggers* dalam kampanye kehumasan, penelitian studi kasus ini mendeskripsikan pelaksanaan aktivitas *bloggers gathering* yang dijalankan oleh Alchemy Creative Communications. Adalah 4 (empat) tahapan manajemen kehumasan milik Cutlip dkk (Broom dan Sha, 2013: 268) yang menjadi instrumen penelitian ini guna menentukan tiap tindakan dari Alchemy Creative Communications dalam menggelar *bloggers gathering*. Terkait sumber data, peneliti memperolehnya melalui aktivitas wawancara, observasi dan dokumentasi. Kegiatan wawancara ditujukan kepada tiga orang narasumber dari Alchemy Creative Communications, yakni Mitra Vinda selaku Direktur, Emiria Shafiananda selaku Manajer Divisi PR dan Ludyana Savitri selaku Konsultan PR.

Sedikitnya terdapat dua signifikansi hasil dari penelitian ini, yakni pesan dan indikator keberhasilan dalam pelaksanaan *bloggers gathering* yang dijalankan oleh Alchemy Creative Communications. Jenis pesan yang digunakan dalam aktivitas ini mengedepankan pemberian pengalaman kepada para *bloggers*. Sementara penyampaiannya dilakukan melalui pendekatan secara personal selain untuk menjalin *engagement* namun juga untuk mengatasi independensi yang melekat pada *bloggers*. Terkait indikator keberhasilan, *Search Engine Optimization* (SEO) dinilai secara teoritif lebih relevan dalam mengukur tingkat keberhasilan dari aktivitas *bloggers gathering*.

**Kata Kunci:** *Public Relations*, Media Baru, *Bloggers*, Agensi.

## ***Abstract***

*The development of new media cause the information can be quickly and easily accessed by anyone, anytime and anywhere. As one of many platforms which had introduced the phenomenon of the citizen journalism, blog is still growing by now. As the independence attached to the blog user (bloggers) in reviewing the information not only affects the society, but also the field of public relations which practice closely in disseminating information to the public.*

*Focussing on bloggers involvement in public relations campaign, this case study research describes the implementation of bloggers gathering activity hosted by Alchemy Creative Communications. There are 4 (four) stages of public relations management by Cutlip et al (Broom and Sha, 2013: 268) which became the instrument of this research in order to determine each actions of Alchemy Creative Communications when implementing the activity of bloggers gathering. As related to data sources, the researcher acquared it all through the activities of interview, observation and documentation. The interviewees are Mitra Vinda as a Director, Emiria Shafiananda as a Manager of PR Division and Ludyana Savitri as a PR Consultant.*

*There are two significant results of this research, namely messages and indicators of success for bloggers gathering implementation. The types of message used in this activity is emphasizing exeperience-sharing to the bloggers. The message is delivering through personal approach not only to establish the engagement, but also to overcome the independence of bloggers.*

***Keywords:*** *Public Relations, New Media, Bloggers, Agency.*