

## ABSTRAK

**Susanti Mitha Anwari,** Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi Pimpinan (Studi Deskriptif pada Media Sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Subang).

Prokompim Setda Subang kini sedang fokus mengelola *Cyber Public Relations* dalam melaksanakan tugasnya sebagai humas pemerintah. Melalui media sosial *Instagram*, *Facebook* dan *YouTube*, Prokompim Setda Subang berusaha meningkatkan reputasi pimpinannya, yakni Bupati, Wakil, dan Sekda Subang karena memang memiliki tanggung jawab untuk menjaga nama baik pimpinan di mata publik, yaitu masyarakat Subang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Tahap *Share* (membagikan) konten, Tahap *Optimize* (mengoptimalkan) pesan , Tahap *Manage* (mengelola) informasi, dan Tahap *Engage* (melibatkan) publik dalam pengelolaan *Cyber Public Relations* yang dilakukan Prokompim Setda Subang dalam meningkatkan reputasi pimpinan.

Peneliti menggunakan konsep *The Circullar Model of SOME* dari Regina Luttrell yang memiliki empat tahap, yakni *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Konsep ini digunakan peneliti karena dirasa relevan dengan tahapan-tahapan pengelolaan *Cyber Public Relations* yang dilakukan Prokompim Setda Subang dalam meningkatkan reputasi pimpinannya. Paradigma yang digunakan peneliti adalah konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif.

Hasil penelitian menunjukkan jika Prokompim Setda Subang mengelola *Cyber Public Relations* untuk meningkatkan reputasi pimpinannya melalui empat tahap. Tahap *Share* (membagikan) konten yang merupakan tahap awal sebelum membagikan konten, yakni menganalisis dan merencanakan media sosial apa yang akan digunakan agar nantinya bisa meningkatkan partisipasi publik, mendekatkan hubungan pimpinan dan publik, serta membangun kepercayaan publik. Tahap *Optimize* (mengoptimalkan) pesan dilakukan dengan *Media Screening* oleh Tim Analis Media dalam mendengarkan dan mempelajari publik serta meningkatkan efektifitas komunikasi dengan menjadi bagian dalam percakapan publik di Media Sosial *Instagram*, *Facebook* dan *YouTube*. Tahap ketiga yakni tahap *Manage* (mengelola) informasi, dilakukan dengan memantau efektifitas publikasi dengan *Media Monitoring*, *quick responses* dengan merespon cepat berbagai komentar atau pertanyaan, dan memanfaatkan fitur-fitur di Media Sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* untuk bisa berinteraksi secara *real-time* dengan publik. Tahap terakhir yakni tahap *Engage* (melibatkan) publik mengacu pada keterlibatan (*engagement*) publik terhadap media sosial yang digunakan Prokompim Setda Subang. Pada Tahap ini Prokompim Setda Subang berencana melakukan kerjasama dengan *influencer* di Kabupaten Subang sebagai bentuk perluasan *engagement*, melakukan riset dan analisis pada media sosial *Instagram*,

*Facebook*, dan *YouTube* untuk mengetahui dimana target *audiens* berada, dan menjangkau publik dengan mengadakan program yang melibatkan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Cyber Public Relations, The Circular Model of SOME, Media Sosial, Reputasi.*



## **ABSTRACT**

**Susanti Mitha Anwari, Management of Cyber Public Relations in Improving the Reputation of Leaders (Descriptive Studies on Social Media Instagram, Facebook, and YouTube Protocols and Communications for the Leaders of the Regional Secretariat of Subang Regency).**

*The Prokompim of the Subang Secretariat is currently focusing on managing Cyber Public Relations in carrying out its duties as government public relations. Through social media Instagram, Facebook, and YouTube, the Prokompim Secretariat of Subang is trying to improve the reputation of its leaders, namely the Regent, Deputy, and Secretary of Subang because they have a responsibility to maintain the good name of the leadership in the eyes of the public, namely the people of Subang.*

*This study aims to find out how Share stage (share) content, Stage Optimize (optimize) messages, Stage Manage (manage) information, and Engage stage (involving) the public in the management of Cyber Public Relations carried out by the Prokompim of the Regional Secretariat of Subang in improving the reputation of the leadership.*

*The researcher uses the concept of The Circular Model of SOME from Regina Luttrell which has four stages, namely Share, Optimize, Manage, and Engage. This concept is used by researchers because it is considered relevant to the stages of Cyber Public Relations management carried out by the Subang Secretariat Prokompim in improving the reputation of its leaders. The paradigm used by the researcher is constructivism with a qualitative approach. Data collection techniques are in-depth interviews and passive participatory observation.*

*The results of the study show that the Prokompim of the Subang Secretariat manages Cyber Public Relations to improve the reputation of its leaders through four stages. Stage Share (share) content that is the initial stage before sharing content, which is analyzing and planning what social media will be used so that later it can increase public participation, bring the relationship between leadership and the public closer, and build public trust. The Optimize (optimize) message stage is done by Screening Media by the Media Analyst Team in listening and studying the public and improving communication effectiveness by being part of the public conversation on Instagram, Facebook, and YouTube Social Media. The third stage is the stage of Manage (manage) informationThis is done by monitoring the effectiveness of publications with Media Monitoring, quick responses by responding quickly to various comments or questions, and utilizing features on Instagram, Facebook, and YouTube Social Media to be able to interact in real-time with the public. The last stage is the public engagement stage refers to public engagement on social media used by the Subang Secretariat Prokompim. At this stage, the Prokompim Secretariat of Subang plans to collaborate with influencers in Subang Regency as a form of engagement expansion, conduct research and analysis on social media Instagram, Facebook,*

*and YouTube to find out where the target audience is, and reach out to the public by holding programs that involve the community.*

**Keywords:** *Cyber Public Relations, The Circular Model of SOME, Social Media, Reputation.*

