

ABSTRAK

Raden Athallah Naufal Mahardika: Strategi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Polri Melalui *Instagram* (Studi Deskriptif pada akun Instagram @humaspoldajabar)

Cyber Public Relations merupakan kegiatan kehumasan yang menggunakan media teknologi internet sebagai sarana untuk melakukan publikasi terkait perusahaan mau pun instansi. *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Jabar melalui Sub Bidang Multimedia dalam rangka menyebarkan informasi mengenai kegiatan Polri secara umum mau pun kegiatan Polri dalam wilayah Polda Jabar. Humas Polda Jabar juga rutin mempublikasikan berita-berita yang menjadi pembicaraan di masyarakat terutama dalam menekan berita-berita bohong yang banyak beredar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Jabar melalui *Instagram* dengan mengacu pada empat tahap *Public Relations* yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom diantaranya adalah tahap pertama yaitu *Defining Public Relations Problem*, tahap kedua adalah *Planning and Programming*, tahap ketiga yaitu *Taking Action and Communicating*, dan tahap terakhir adalah *Evaluating the Program*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode deskriptif. Data primer dan data sekunder yang didapat menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya wawancara dan observasi.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Jabar melalui Sub Bidang Multimedia untuk meningkatkan citra Polri melalui *Instagram* selaras dengan empat tahap *Public Relations* yaitu tahap pertama yang merupakan pendefinisian masalah dilakukan dengan menentukan masalah awal, koordinasi dalam mengumpulkan informasi, dan analisis pemilihan berita. Tahap kedua merupakan tahap perencanaan dan pemrograman yang dilakukan dengan adanya instruksi pimpinan, pengklasifikasian tema, dan mempersiapkan target sasaran. Tahap ketiga merupakan tahap pelaksanaan dan pengkomunikasian yang dilakukan melalui strategi manajemen, pembuatan konten, pengelolaan *Instagram*, serta pengawasan. Tahap terakhir adalah tahap evaluasi yang dilakukan dengan skala harian antar sesama anggota Sub Bidang Multimedia, evaluasi bulanan bersama Kabid Humas, dan evaluasi per tiga bulan bersama Kapolda Jabar.

Kata Kunci: *Cyber Public Relations*, Citra, *Instagram*

ABSTRACT

Raden Athallah Naufal Mahardika: *Cyber Public Relations Strategy in Improving the Image of the Police Through Instagram (Descriptive Study on Instagram account @humaspoldajabar)*

Cyber Public Relations is a public relations activity that uses internet technology media as a means to conduct publications related to companies and institutions. Cyber Public Relations carried out by the West Java Police Public Relations through the Multimedia Sub-Sector in order to disseminate information about Police activities in general as well as Police activities within the West Java Police area. Public Relations of the West Java Regional Police also regularly publish news that becomes the talk of the community, especially in suppressing the fake news that is widely circulated.

The purpose of this study is to find out how the Cyber Public Relations strategy carried out by the West Java Regional Police Public Relations through Instagram with reference to the four stages of Public Relations proposed by Scott M. Cutlip, Allen H. Center, and Glen M. Broom of which is the first stage, namely Defining Public Relations Problem, the second stage is Planning and Programming, the third stage is Taking Action and Communicating, and the last stage is Evaluating the Program.

This study uses a constructivism paradigm with a qualitative approach and uses a descriptive method. Primary data and secondary data obtained using data collection techniques including interviews and observations.

The results of this study can be concluded that the Cyber Public Relations strategy carried out by the West Java Regional Police Public Relations through the Multimedia Sub-Sector to improve the image of the Police through Instagram is in line with the four stages of public relations, namely the first stage which is problem definition carried out by determining the initial problem, coordinating in gathering information, and news selection analysis. The second stage is the planning and programming stage which is carried out with the leadership's instructions, classifying themes, and preparing targets. The third stage is the taking action and communicating stage which is carried out through management strategies, content creation, Instagram management, and supervision. The last stage is the evaluation stage which is carried out on a daily scale among members of the Multimedia Sub-Sector, monthly evaluation with the Head of Public Relations, and a quarterly evaluation with the West Java Police Chief.

Keywords: *Cyber Public Relations, Image, Instagram*