

ABSTRAK

Rahayu Rahmayati, Manajemen *Cyber PR* dalam Meningkatkan Reputasi Pimpinan melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif di Prokopim Setda Kabupaten Bandung).

Era disrupsi menjadi tantangan untuk praktisi *Public Relations* melalui dinamika komunikasi digital dengan publiknya. Era disrupsi hadir bersamaan dengan perkembangan teknologi hal tersebut juga yang melahirkan *Public Relation 4.O*, praktisi humas dapat menyederhanakan tugasnya dengan perlengkapan alat-alat digital. Prokopim Setda Kabupaten Bandung sebagai praktisi PR dari Pimpinan Kabupaten Bandung sebagai praktisi PR dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pengemasan konten dan memberikan kepercayaan kepada publik dengan informasi yang disebarakan melalui media sosial Instagram. Peneliti tertarik melaksanakan penelitian dengan alasan media sosial Instagram Prokopim mendapatkan banyak atensi dari masyarakat baik bersifat positif maupun kritik. Inovasi yang diberikan Prokopim menjadikan Pimpinan Kabupaten Bandung diberikan penghargaan mengenai pengendalian inflasi dan inovasi digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana manajemen dari kegiatan *Cyber PR* di Prokopim Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi Pimpinan melalui media sosial Instagram mulai dari tahap pengumpulan data konten, strategi kontem, komunikasi pesan informasi hingga tahap evaluasi konten yang dilaksanakan oleh Prokopim Kabupaten Bandung.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *The Four Step Public Relations* dengan alasan konsep tersebut dapat mengkonstruksikan kegiatan pada objek penelitian dalam meningkatkan reputasi Pimpinan Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang didapat menunjukan manajemen *Cyber Public Relations* yang dikelola oleh Prokopim Kabupaten Bandung untuk meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram melalui empat tahap yaitu: (1) Tahap pengumpulan data konten, dimulai dari peliputan pimpinan dan riset data konten; (2) Tahap perencanaan konten, dimulai dari target konten, pembuatan *content plan*, Produksi konten dan verifikasi dari pimpinan; (3) Tahap komunikasi pesan informasi, dimulai dari publikasi pesan dan *content engagement*; dan (4) Tahap evaluasi konten, dimulai dari pembuatan *social media report* hingga analisis feedback dari publik yang dilaksanakan oleh Prokopim Kabupaten Bandung mengenai media sosial Instagram dan konten yang diproduksi.

Kata Kunci: Manajemen PR, *Cyber Public Relations*, Reputasi, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Rahayu Rahmayati, *Cyber PR Management in Improving Leadership Reputation through Instagram Social Media (Qualitative Study at Prokopim Secretariat of Bandung Regency).*

The era of disruption is a challenge for Public Relations practitioners through the dynamics of digital communication with the public. The era of disruption came along with the development of technology, this also gave birth to Public Relations 4.0, Public Relations practitioners can simplify their tasks with digital tools. The Prokopim of the Bandung Regency Regional Secretariat as a PR practitioner from the Bandung Regency Leadership as a PR practitioner is led to be more creative and innovative in packaging content and give trust to the public with information disseminated through Instagram social media. Researchers are interested in conducting research on the grounds that Prokopim Instagram social media gets a lot of attention from the public, both positive and critical.

The purpose of this study was to find out how the management of Cyber PR activities at Prokopim Bandung Regency in improving the reputation of the Leaders through Instagram social media from the content data collection stage, context strategy, communication of information messages to the content evaluation stage carried out by Prokopim Bandung Regency.

The concept used in this study is the concept of The four step Public Relations on the grounds that the concept can construct activities on the object of research in improving the reputation of Bandung Regency Leaders. This study uses descriptive qualitative research methods using in-depth interview data collection techniques, passive participant observation, and documentation.

The results obtained show that the management of Cyber Public Relations managed by Prokopim Bandung Regency to improve the reputation of leaders through social media Instagram through four stages, namely: (1) The stage of collecting content data, starting from leadership coverage and content data research. (2) The content planning stage, starting from the target content, creating a content plan, producing content and verifying from the leadership. (3) Information message communication stage, starting from message publication and content engagement. and (4) the content evaluation stage, starting from making social media reports to analyzing feedback from the public carried out by Prokopim Bandung Regency regarding Instagram social media and the content produced.

Keywords: *PR Management, Cyber Public Relations, Reputation, Social Media, Instagram*