

ABSTRAK

Muhammad Fahmil Mubarok, Kegiatan *Cyber Public Relations* Yayasan Daarut-Tauhiid Pada Media Sosial Instagram.

Saat ini *public relations* dihadapkan dengan tantangan memanfaatkan internet, internet menjadi sarana efektif *public relations* untuk melakukan kegiatannya dalam mendapatkan citra yang baik dan memelihara reputasi perusahaan atau instansi yang disebut sebagai *cyber public relations*. Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan menjadi pilihan banyak instansi atau lembaga untuk membangun dan menjaga eksistensinya. Yayasan Daarut-Tauhiid memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana untuk meningkatkan citra positif yayasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *cyber public relations* Yayasan Daarut-Tauhiid pada pengelolaan akun instagram @daarut.tauhiid melalui tahap; 1) Membagikan (*Share*), 2) Mengoptimalkan (*Optimize*), 3) Mengelola (*Manage*), dan 4) Melibatkan (*Engage*).

Penelitian ini menggunakan konsep *The Circular Model Of Some For Social Communication* yang digagas oleh Regina Luttrell.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif, serta paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan akun instagram @daarut.tauhiid memiliki empat tahapan yaitu: 1) Membagikan (*Share*) yaitu Yayasan Daarut-Tauhiid memanfaatkan *platform* media sosial instagram sebagai media informasi, komunikasi, dan dakwah islam. 2) Mengoptimalkan (*Optimize*) yaitu upaya Yayasan Daarut-Tauhiid memaksimalkan penyampaian informasi dengan memproduksi beragam jenis konten, dan peningkatan kualitas konten. 3) Mengelola (*Manage*) yaitu Yayasan Daarut-Tauhiid melakukan pembuatan konten dan penggunaan fitur-fitur instagram. 4) Melibatkan (*engage*), yaitu upaya Yayasan Daarut-Tauhiid melibatkan publik yang berada di lingkungan Yayasan Daarut-Tauhiid dan masyarakat yang menjadi sasaran pembuatan konten. Pengelolaan media sosial instagram tersebut dilakukan sebagai media komunikasi lembaga terhadap khalayak pengguna media sosial instagram, supaya meningkatkan kepercayaan terhadap Yayasan Daarut-Tauhiid.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam kajian ilmu kehumasan terkait *cyber public relations* pada pengelolaan media sosial instagram suatu lembaga.

Kata Kunci: Instagram, Yayasan Daarut-Tauhiid, *Cyber Public Relations*.

ABSTRACT

Muhammad Fahmil Mubarak, *Cyber Public Relations Activities of the Daarut-Tauhiid Foundation on Instagram Social Media.*

Currently public relations is faced with the challenge of utilizing the internet, the internet has become an effective means of public relations to carry out its activities in obtaining a good image and maintaining the reputation of a company or agency which is referred to as cyber public relations. Instagram as one of the most widely used social media is the choice of many agencies or institutions to build and maintain its existence. The Daarut-Tauhiid Foundation utilizes Instagram social media as a means to enhance the positive image of the foundation.

This study aims to determine the Daarut-Tauhiid Foundation's cyber public relations activities in managing the Instagram account @daarut.tauhiid through the stages; 1) Share, 2) Optimize, 3) Manage, and 4) Engage.

This study uses the concept of The Circular Model Of Some For Social Communication initiated by Regina Luttrell.

This research uses a qualitative approach, with a descriptive method, as well as a constructivism paradigm. Collecting data in this study using observation techniques, in-depth interviews, and documentation.

The results in this study indicate that the management of the @daarut.tauhiid Instagram account has four stages, namely: 1) Sharing (Share), namely the Daarut-Tauhiid Foundation utilizing the Instagram social media platform as a medium of information, communication, and Islamic da'wah. 2) Optimize (Optimize) namely the efforts of the Daarut-Tauhiid Foundation to maximize the delivery of information by producing various types of content, and improving the quality of content. 3) Manage, namely the Daarut-Tauhiid Foundation to create content and use Instagram features. 4) Engage, namely efforts The Daarut-Tauhiid Foundation involves the public within the Daarut-Tauhiid Foundation and the community that is the target of content creation. The management of Instagram social media is carried out as an institutional communication medium for the audience of Instagram social media users, in order to increase trust in the Daarut-Tauhiid Foundation.

This research is expected to be a reference in the study of public relations related to cyber public relations in the management of Instagram social media of an institution.

Keywords: *Instagram, Daarut-Tauhiid Foundation, Cyber Public Relations.*