ABSTRAK

Alya Maulidina Putri: Kegiatan *Cyber Public Relations* Melalui Pengelolaan Instagram DPRD Kota Bandung

Instagram menjadi media sosial utama yang digunakan oleh DPRD Kota Bandung dalam menyebarkan informasi publik. Tahun 2016 pengelolaan konten Instagram *@dprd.kotabandung* yang dikelola oleh bagian Humas, Protokol dan Publikasi DPRD Kota Bandung masih sederhana dan penyebaran informasi tidak sebanyak saat ini. Seiring berjalannya waktu, Instagram *@dprd.kotabandung* mulai banyak menyebarkan informasi terkait kegiatan yang dilakukan melalui pengemasan konten yang menarik dan informatif sehingga dapat menimbulkan kepercayaan publik.

Penelitian ini menggunakan konsep 4C yang dikemukakan oleh David Armano. Konsep tersebut terdiri atas empat tahapan yaitu *Content* (Konten), *Context* (Konteks), *Connectivity* (Konektivitas), dan *Continuity* (Kontinuitas). Metode yang digunakan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan kegiatan *cyber public relations* melalui pengelolaan Instagram *@dprd.kotabandung*, paradigma yang digunakan yaitu konstruktivisme, serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kegiatan *cyber public relations* melalui pengelolaan Instagram DPRD Kota Bandung terbagi menjadi beberapa tahap. 1) tahap *Content* yaitu Humas DPRD Kota Bandung menentukan ide konten yang dilihat dari agenda kegiatan anggota dewan dan berita yang sedang viral dan pembuatan konten dengan menggunakan aplikasi *editing* foto dan video yang mana agar konten tepat sasaran dengan mengacu pada agenda dari anggota dewan dan dibuat terlihat menarik sesuai ciri khas DPRD Kota Bandung. 2) tahap *Context* yaitu Humas DPRD Kota Bandung menjadikan Instagram sebagai media sosial prioritas untuk informasi publik yang cepat dan terpercaya, menggunakan gaya bahasa sesuai KBBI untuk konten Instagram, dan membentuk konten yang kreatif dan berkualitas dengan prinsip ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi) agar konten menjadi unik dan terlihat berbeda. 3) tahap *Connectivity* yaitu Humas DPRD Kota Bandung melakukan interaksi dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram dan melakukan kegiatan sosialisasi dalam rangka menjalin hubungan dengan *followers*. 4) tahap *Continuity* yaitu Humas DPRD Kota Bandung melakukan postingan konten setiap hari secara konsisten untuk membangun kepercayaan publik dan menjaga agar konten tetap berlangsung dengan melakukan evaluasi kegiatan sesuai rencana kerja setiap bulan.

Kata Kunci: *Cyber Public Relations,* Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Alya Maulidina Putri: *Cyber Public Relations Activities Through the Management of Bandung City Council Instagram*

Instagram is the main social media used by the Bandung City Council in disseminating public information. In 2016, the management of Instagram @dprd.kotabandung content managed by the Public Relations, Protocol and Publications section of the Bandung City DPRD was still simple and the dissemination of information was not as much as it is today. Over time, Instagram @dprd.kotabandung began to disseminate a lot of information related to activities carried out through attractive and informative content packaging so that it can generate public trust.

This research uses the 4C concept proposed by David Armano. The concept consists of four stages, namely Content, Context, Connectivity, and Continuity. The method used is descriptive qualitative to describe cyber public relations activities through Instagram management @dprd.kotabandung, the paradigm used is constructivism, and data collection techniques through in-depth interviews and observation.

The results showed that cyber public relations activities through the management of the Bandung City DPRD Instagram were divided into several stages. 1) Content stage, namely the Public Relations of the Bandung City DPRD determines content ideas which are seen from the agenda of council members' activities and news that is currently viral and content creation using photo and video editing applications which make the content right on target by referring to the agenda of the council members and made to look attractive according to the characteristics of the Bandung City DPRD. 2) Context stage, namely Public Relations of the Bandung City DPRD makes Instagram a priority social media for fast and reliable public information, uses language styles according to the KBBI for Instagram content, and forms creative and quality content with the ATM principle (Observe, Imitate, and Modifikai) so that the content becomes unique and looks different. 3) Connectivity stage, namely the Public Relations of the Bandung City DPRD conducts interactions by utilizing Instagram features and conducting socialization activities in order to establish relationships with followers. 4) Continuity stage, namely the Bandung City DPRD Public Relations posts content every day consistently to build public trust and keep the content ongoing by evaluating activities according to the work plan every month.

Keywords: *Cyber Public Relations, Social Media, Instagram*