

ABSTRAK

Zahara Queen Avocent: Pengelolaan Cyber Public Relations Pada Media Sosial Youtube Kemenag Ngawi. Kementerian Agama Kabupaten Ngawi memiliki peran penting dalam hal keagamaan. *Public relations* memegang peran sentral dalam menciptakan hubungan harmonis dan mencapai citra positif. Humas Kemenag Ngawi fokus pada publikasi kebijakan dan menyerap aspirasi masyarakat, menganalisis isu-isu strategis, dan memberikan masukan kepada pimpinan.

Cyber public relations adalah kegiatan kehumasan di dunia maya yang memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technologies*) untuk keperluan *public relations*. Melalui pendekatan ini, praktisi kehumasan dapat menyampaikan pesan, berinteraksi dengan khalayak, dan membangun citra positif dengan lebih efisien melalui berbagai *platform* dan saluran online yang tersedia.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dengan menyeluruh semua aspek pengelolaan *cyber public relations* di *platform* media sosial *youtube* yang dilakukan oleh Kemenag Ngawi, termasuk proses penyebaran informasi, optimalisasi informasi, manajemen informasi, dan interaksi dengan publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka konstruktivistik, dan metodologi menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan di Kemenag Ngawi.

Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan Kemenag Ngawi dalam menerapkan model "*the circular some*" (*share, optimize, manage, engage*) oleh Luttrell di pengelolaan *cyber public relations* melalui *youtube*. *Pertama*, tahap *share* yang melibatkan pemilihan media untuk menyebarkan informasi tentang Kemenag Ngawi, publikasi konten untuk membuka ruang interaksi dua arah dengan masyarakat, dan membangun kepercayaan publik terhadap instansi. *Kedua*, tahap *optimize* mencakup optimalisasi konten untuk memberikan informasi yang baik dan bermanfaat, dan konten yang beragam untuk memaksimalkan penyebaran informasi. *Ketiga*, tahap *manage* yang melibatkan media monitoring untuk mengawasi konten dan respons dari masyarakat. *Keempat*, tahap *engage* melibatkan publik melalui *cyber public relations* dan kolom komentar untuk menjaga keterlibatan dengan masyarakat atau *subscribers*. Pendekatan ini bertujuan memperluas cakupan audiens secara intens dan berkelanjutan di *platform* media sosial *youtube*.

Kata kunci : *cyber public relations, humas, pengelolaan, youtube, kemenag.*

ABSTRACT

Zahara Queen Avocent: *Management of Cyber Public Relations on Kemenag Ngawi's YouTube Social Media. The Ministry of Religious Affairs in Ngawi District plays a significant role in religious matters. Public relations holds a central role in creating harmonious relationships and achieving a positive image. Kemenag Ngawi's Public Relations focuses on policy publication, absorbing community aspirations, analyzing strategic issues, and providing input to leadership.*

Cyber public relations is the practice of public relations in the virtual world that utilizes Information and Communication Technologies (ICT) for PR purposes. Through this approach, PR practitioners can efficiently convey messages, interact with the audience, and build a positive image through various available online platforms and channels.

This research aims to thoroughly explore all aspects of cyber public relations management on the YouTube social media platform conducted by Kemenag Ngawi, including the processes of information dissemination, information optimization, information management, and interactions with the public.

The research uses a qualitative approach with a constructivist framework and employs qualitative descriptive methodology. Data is collected through interviews, observations, and documentation conducted at Kemenag Ngawi.

The research findings demonstrate Kemenag Ngawi's success in implementing the "the circular some" (share, optimize, manage, engage) model by Luttrell in the management of cyber public relations through YouTube. Firstly, the Share phase involves media selection to disseminate information about Kemenag Ngawi, content publication to facilitate two-way interaction with the community, and building public trust in the institution. Secondly, the Optimize phase includes content optimization to provide valuable and diverse information for maximizing information dissemination. Thirdly, the Manage phase involves media monitoring to oversee content and responses from the public. Fourthly, the Engage phase engages the public through cyber public relations and comment sections to maintain engagement with the community or subscribers. This approach aims to expand the audience's coverage intensively and sustainably on the YouTube social media platform.

Keywords: *cyber public relations, public relations, management, youtube, Kemenag.*