

ABSTRAK

Hasni Amalia: Implementasi Kegiatan *Cyber Public Relations* Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram @radartv_official.

Media sosial lahir dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial saat ini telah digunakan oleh banyak lembaga dengan tujuan agar lembaga dapat berkomunikasi dengan publiknya. Radar Tasikmalaya TV sebagai perusahaan media tentunya tidak menutup mata pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Radar Tasikmalaya TV menggunakan Instagram dengan tujuan sebagai sarana pendukung dalam penyebaran informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai implementasi kegiatan *cyber public relations* melalui kegiatan pengelolaan media sosial di Instagram Radar Tasikmalaya TV. Penelitian ini diteliti menggunakan konsep yang dikemukakan oleh David Armano yaitu konsep *4C Public Relations*. Konsep ini membahas mengenai pengelolaan media sosial dari empat aspek yaitu aspek konten, konteks, konektivitas dan kontinuitas.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memberikan gambaran informasi mengenai kegiatan *cyber public relations* pada Instagram Radar Tasikmalaya TV. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, Radar Tasikmalaya TV melakukan kegiatan *cyber public relations* dalam empat tahapan. Pertama, penentuan konten yang dilakukan dalam dua cara yaitu menentukan jenis konten serta membuat konten dan mengunggah konten. Penentuan jenis konten terbagi menjadi empat kategori yaitu konten berita, konten kerjasama atau iklan, konten hiburan dan konten promosi program. Kedua, penyesuaian format konten dengan melakukan penyuntingan konten dan pemanfaatan fitur Instagram. Ketiga, interaksi dengan audiens atau pengikut media sosial Instagram Radar Tasikmalaya TV melalui fitur Instagram yaitu like, komentar, share dan *direct message* (DM). Keempat adanya evaluasi konten yang dilakukan secara langsung oleh pengelola media sosial Instagram.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Radar Tasikmalaya TV mengimplementasikan kegiatan *cyber public relations* melalui media sosial Instagram dengan memastikan pengelolaan kualitas konten dan responsif terhadap perbaikan yang diperlukan. Radar Tasikmalaya TV melakukan kegiatan pengelolaan media sosial sesuai dengan konsep *4C Public Relations* yang dikemukakan oleh David Armano.

Kata Kunci: Pengelolaan Konten, *Cyber Public Relations*, Fitur Instagram

ABSTRACT

Hasni Amalia: *Implementation of Cyber Public Relations Activities through the Management of Social Media Instagram @radartv_official.*

Social media emerged from the development of information and communication technology. Currently, many institutions use social media with the aim of communicating with the public. Radar Tasikmalaya TV, as a media company, is aware of the advancements in information and communication technology and utilizes Instagram as a supportive platform for information dissemination.

This research aims to explore the implementation of cyber public relations activities through social media management on Instagram by Radar Tasikmalaya TV. The study is conducted based on the concept proposed by David Armano, known as the 4C Public Relations concept. This concept discusses social media management from four aspects: content, context, connectivity, and continuity.

The research paradigm employed is constructivism with a qualitative approach. The study utilizes a qualitative descriptive method to provide an overview of cyber public relations activities on Instagram by Radar Tasikmalaya TV. Data collection methods include interviews, observations, and documentation.

Based on the research findings, Radar Tasikmalaya TV conducts cyber public relations activities in four stages. Firstly, content determination is done in two ways: determining the type of content and creating/uploading content. Types of content are categorized into four: news content, collaboration or advertising content, entertainment content, and program promotion content. Secondly, content format adjustment is made by editing content and utilizing Instagram features. Thirdly, interaction with the audience or followers on Instagram is facilitated through features such as likes, comments, shares, and direct messages (DM). Fourth, content evaluation is conducted directly by the Instagram social media manager.

In conclusion, Radar Tasikmalaya TV implements cyber public relations activities through Instagram, ensuring quality content management and responsiveness to necessary improvements. The media company aligns its social media management activities with the 4C Public Relations concept proposed by David Armano.

Keywords: *Content Management, Cyber Public Relations, Instagram Features.*