

ABSTRACT

Nama : Tengku Faisal
NPM : 20200120300026
Judul : Cyber Public Relations Herman Suherman
Dalam Kampanye Politik Bupati Cianjur 2020
Desen Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si

The development of communication technology allows the use of various media to convey messages. Cyber public Relations or so-called Cyber PR continues to have an impact when it enters the political context. The political campaign for the 2020 Cianjur regional head election also applies and feels the benefits of this cyber public relations. The condition of the Covid-19 pandemic has made digital media a means of campaigning for candidates, while for the public this digital media is used as a source of searching for information about the candidate. In addition, the candidates also use the internet as a means of socializing the program and its vision and mission. The purpose of this study was to determine the 3R concept, namely relations, reputation and relevance as a result of Herman Suherman's cyber public relations in the political campaign of the Cianjur regent of West Java in 2020. The method used in this study was a descriptive qualitative method. This study found that there are reputation, relevance and relationships related to the media, stake holders and their constituents. The results of this study show that first, relations as deputy regent and temporary regent had previously been formed at the media, community and stakeholder levels before and during the campaign period even after being elected as regent. Second, the reputation of Herman Suherman's cyber public relations results has begun to be used as a brand image formation before the campaign period until the campaign took place in various aspects including trustworthy, competency and historic both on the official website of Cianjur district and Instagram social media accounts. Third, relevance in the form of good innovations that were formed before the campaign period only needed a mitigation function to maintain the popularity and electability of candidates during the campaign period until they were elected as regent of Cianjur.

Keywords : Political Communications, Cyber Public Relations, Political Campaign

ABSTRAK

Nama : Tengku Faisal
NPM : 20200120300026
Judul : Cyber Public Relations Herman Suherman
Dalam Kampanye Politik Bupati Cianjur 2020
Desen Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si

Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan penggunaan berbagai macam media untuk menyampaikan pesan. *Cyber Public Relations* atau biasa disebut Cyber PR ini pun berlanjut memunculkan dampaknya ketika masuk dalam konteks perpolitikan. Kampanye politik pemilihan kepala daerah Cianjur tahun 2020 pun mengaplikasikan dan merasakan manfaat dari *cyber public relations* ini. Kondisi pandemi Covid - 19 menjadikan media digital menjadi sarana kampanye para kandidat, sementara bagi masyarakat media digital ini dijadikan sumber pencarian informasi tentang sang kandidat. Selain itu juga para kandidat menggunakan media internet ini sebagai sarana sosialisasi program dan visi misinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep 3R yakni relasi, reputasi dan relevansi sebagai hasil dari *cyber public relations* Herman Suherman dalam kampanye politik bupati Cianjur Jawa Barat pada tahun 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat relasi, reputasi dan relevansi terkait dengan media, stake holder maupun konstituennya Hasil dari penelitian ini menunjukkan pertama, relasi sebagai wakil bupati dan bupati plt sebelumnya sudah terbentuk di tingkat media, masyarakat dan pemangku kepentingan sebelum dan selama masa kampanye bahkan setelah terpilih sebagai bupati. Kedua, reputasi hasil *cyber publik relations* Herman Suherman sudah mulai digunakan sebagai pembentukan brand image ketika masih sebelum masa kampanye hingga kampanye berlangsung dalam berbagai aspek yang mencakup *trustworthy*, *competency* dan *historic* baik di situs resmi kabupaten Cianjur maupun akun sosial media Instagram. Ketiga, relevansi berupa inovasi – inovasi baik dan terbentuk sebelum masa kampanye hanya perlu dilakukan fungsi mitigasi untuk menjaga popularitas dan elektabilitas kandidat selama masa kampanye hingga terpilih sebagai bupati Cianjur.

Kata Kunci : Komunikasi Politik, *Cyber Public Relations*, Kampanye Politik