

**STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* PADA INSTAGRAM @wisatasleman  
DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF DINAS PARIWISATA  
SLEMAN**

**MUHAMMAD DAFFA DAEHAN PERSADA**

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: [daffadaehan1@gmail.com](mailto:daffadaehan1@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis secara mendalam tentang strategi *Cyber Public Relations* (PR) yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Sleman melalui akun Instagram @wisatasleman untuk mempertahankan citra positifnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai teknik dan metode yang digunakan dalam mengelola dan memperkuat citra positif destinasi pariwisata Sleman di era media sosial menggunakan indikator Relevant, Reputation dan Relations. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten-konten yang diunggah di akun Instagram @wisatasleman, wawancara dengan tim manajemen media sosial, serta analisis dokumentasi. Strategi Cyber PR berbasis media sosial Instagram Dinas Pariwisata Sleman telah membawa dampak positif dalam mempromosikan Sleman sebagai destinasi pariwisata. Melalui pemanfaatan media sosial Instagram Dinas Pariwisata Sleman mampu meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan minat wisatawan terhadap Sleman, dengan terus mengikuti perkembangan dan mengadaptasi untuk mempertahankan citra positif. Dinas Pariwisata Sleman dapat terus memperkuat posisinya sebagai tujuan pariwisata yang menarik dan memikat bagi wisatawan.

Kata Kunci : *Cyber Public Relations*, Dinas Pariwisata Sleman, Instagram.

***CYBER PUBLIC RELATIONS STRATEGY ON INSTAGRAM @wisatasleman IN  
MAINTAINING THE POSITIVE IMAGE OF SLEMAN REGENCY TOURISM  
OFFICE***

**MUHAMMAD DAFFA DAEHAN PERSADA**

Study Program of Communication Science

Faculty of Communication Science and Multimedia

Mercu Buana University Yogyakarta

Email: [daffadaehan1@gmail.com](mailto:daffadaehan1@gmail.com)

**ABSTRACT**

This research analyzes in depth the *Cyber Public Relations* (PR) strategy implemented by the Sleman Tourism Office through the Instagram account @wisatasleman to maintain its positive image. This research aims to identify and analyze various techniques and methods used in managing and strengthening the positive image of Sleman tourism destinations in the social media era using Relevant, Reputation and Relations indicators. The research method used is qualitative, data was collected through observation of the content uploaded on the @wisatasleman Instagram account, interviews with the social media management team, and documentation analysis. The Sleman Tourism Department's Instagram social media-based Cyber PR strategy has had a positive impact in promoting Sleman as a tourism destination. Through the use of social media Instagram, the Sleman Tourism Office is able to increase the visibility, involvement and interest of tourists in Sleman, by continuing to follow developments and adapting to maintain a positive image. The Sleman Tourism Department can continue to strengthen its position as an attractive and attractive tourism destination for tourists.

Keywords: *Cyber Public Relations*, Sleman Tourism Office, Instagram.