

Implementasi *Cyber Public Relation* dalam Menunjang Peran *PR* untuk Meningkatkan Citra di Masa Pandemi Covid-19 di Melia Purosani Hotel Yogyakarta pada tahun 2020

Martauli Br Sinurat

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

marta.sinurat14@gmail.com

ABSTRAK

Peran *public relations* dalam sebuah perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting. Hampir dalam seluruh perusahaan memiliki seorang *public relations* sebagai ujung tombak perusahaan. Di era teknologi komunikasi dan informasi hari ini, hampir seluruh kegiatan manusia dilakukan menggunakan teknologi, termasuk kegiatan kehumasan yang kini dikenal sebagai *cyber public relations*. Dalam kondisi sosial dimana wabah virus sedang terjadi, sehingga menyebabkan perubahan pola interaksi sosial; *social distancing*, *work from home*, dunia *cyber* memungkinkan segala aktivitas dilakukan termasuk kegiatan kehumasan untuk tetap berjalan meski di masa Covid-19. Dalam hal ini, Hotel Melia Purosani, sebagai perusahaan yang mengimplementasikan *cyber public relations* di tengah kondisi Covid berupaya untuk meningkatkan citra perusahaan, karena kondisi Covid tidak hanya merugikan perusahaan secara bisnis namun juga secara reputasi. Melalui penelitian kualitatif, peneliti menggali bagaimana implementasi *cyber public relations* dan apa saja yang menjadi strategi, tantangan, dan peluang yang bisa dilakukan dan didapatkan dalam penerapan *cyber public relations* untuk meningkatkan citra perusahaan. Implementasi *cyber public relations* yang dilakukan di tengah kondisi Covid adalah memanfaatkan media-media digital dan ruang-ruang virtual yang tersedia, antara lain adalah memaksimalkan *website* dengan mengisi informasi-informasi terkait perusahaan itu sendiri, menulis artikel-artikel yang berkaitan dengan masa pandemi, melampirkan *reward* yang diterima perusahaan untuk membangun citra yang baik ke publik. Tantangannya adalah mengubah konten-konten yang sebelumnya telah dibentuk, menjadi lebih fokus untuk *spreading awareness* karena membaca ketakutan publik terhadap virus. Namun hal itu bisa dilakukan karena adanya peluang dari penerapan *cyber public relations* terkait mudahnya menyebarkan informasi dengan jangkauan yang sangat luas.

Kata Kunci : Implementasi, *Cyber Public Relations*, Strategi, Peluang & Tantangan

ABSTRACT

The role of public relation in a corporation is a crucial. Nearly in the rest of the company had a public relations as the spearhead the company. In the communication and information technology era, almost human activities carried out using technology, of the public relations is known as cyber public relations. In the social conditions, where the virus is going on, makes a change in social interaction; social distancing, work from home. The world of cyber allows activities carried out of the public relations to keep the run although Covid-19. In this case, Melia Purosani Hotel, as a company that implements cyber public relations in the Covid midst of trying to improve the image of companies,

because the Covid not only harming companies in business it is in a reputable manner. Through qualitative research, reserchers explore how the cyber public relations and whatever becomes strategy, the challenge, and the opportunities that could be done and gathered in the cyber to boost public relations company. Public relations is in the midst of Covid is to harness virtual available, among them were maximize website by filling some informations related to the company itself, writing an articles pertaining to the pandemic, attach reward received by companies to build positive image to the public. The challenge is about the content who had previously been formed, become more focus to spreading awareness to the virus because reading public fear. But, that is to be done due any chance of the application of cyber public relations to ease disseminate information to reach a very wide.

Keywords: Implementation, Cyber Public Relations, Strategy, Opportunities & Challenges