

**PRODUKSI DAN PENGELOLAAN KONTEN *NEW MEDIA* BERBASIS
CYBER PR DI ROYAL AMBARRUKMO YOGYAKARTA
(Analisis Deskriptif Kualitatif Produksi dan Pengelolaan Konten *New Media* Pada Website dan Instagram Berbasis *Cyber PR* di Royal
Ambarrukmo Yogyakarta Periode April – Juni 2019)**

Aces Vio Patra
Universitas Mercubuana Yogyakarta
Email: viopatra06@gmail.com

ABSTRAK

Praktisi *public relations* adalah yang bertugas dalam memproduksi dan mengelola konten *new media* yang berbasis *cyber PR*. Produksi konten sangat erat kaitannya dengan publisitas. Publisitas dilakukan setelah melakukan produksi konten. Melakukan publisitas dengan menggunakan *new media* yang populer saat ini yaitu website dan instagram. Bagaimana proses produksi dan pengelolaan konten *new media* berbasis *cyber PR* di Royal Ambarrukmo Yogyakarta? Pertanyaan tersebut menjadi dasar dalam tulisan ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk membentuk kerangka berfikir serta landasan dalam penelitian ini adalah teori *Cyber Public Relations*. Hasil penelitian ini menunjukkan proses produksi konten *cyber PR* terdiri dari tiga tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pasca produksi. berfokus kepada konten visual dan *copy writing*. Serta dalam memproduksi konten terlebih dahulu harus mengetahui tujuan atau objek yang diinginkan, dan menyesuaikan media dengan sasaran khalayak yang akan dituju. Yang kemudian akan dipublikasi melalui website dan instagram. Website digunakan untuk menyebarkan informasi secara lengkap mengenai Royal Ambarrukmo Yogyakarta, mulai dari sejarah, produk-produk Royal Ambarrukmo, serta fasilitas-fasilitas sudah tertera pada website, sedangkan instagram bertujuan untuk menjadi galeri dari kegiatan yang dilaksanakan di Royal Ambarrukmo Yogyakarta yang bertujuan untuk menarik motivasi publiknya. Dalam pengelolaan konten terdapat beberapa tahapan yaitu konten, kemudahan akses, pengelolaan *comment*, *up-date* dan pengelolaan *live chat*.

Kata kunci : Produksi Pesan *Cyber PR*, Pengelolaan konten *new media*, *Public Relations*

**PRODUCTION AND MANAGEMENT OF CYBER PR-BASED NEW MEDIA
CONTENTS IN ROYAL AMBARRUKMO YOGYAKARTA**
*(Qualitative Descriptive Analysis of Production and Management of New Media
Content on Cyber PR- Based Website and Instagram in Royal Ambarrukmo
Yogyakarta Period April - June 2019)*

Aces Vio Patra
University of Mercubuana Yogyakarta
Email: viopatra06@gmail.com

ABSTRACT

Public relations practitioners are the persons in charge of producing and managing the content of new media based on cyber PR. Content production is very closely related to publicity. Publicity is done after producing content. Publicity is done by using new media which is popular now, namely websites and Instagram. The question that becomes the basis of this paper is how the production process and management of cyber PR-based new media content at Royal Ambarrukmo Yogyakarta. This study uses a qualitative descriptive method. The data were collected using interview, observation, and documentation methods. The theory used to form the framework of thinking and used as a basis in this study is the theory of Cyber Public Relations. The results of this study indicate that the production process of cyber PR content consists of three stages, namely preproduction, production and post-production that focus on visual content and copy writing. Furthermore, in producing the content, it must be first know the desired purpose or object, and adjust the media to the target audience which will then be published through the website and Instagram. The website is used to disseminate complete information about Royal Ambarrukmo Yogyakarta, starting from its history, its products, as well as all the facilities listed on the website. While Instagram is used as a gallery of all activities held at Royal Ambarrukmo Yogyakarta to attract public motivation. In managing content, there are several stages, namely content, ease of access, management of comments, update and management of live chat.

Keywords: Cyber PR Message Production, New media content management, Public Relations