

## Implementasi *Cyber Public Relations* Klub Sepak Bola *Riverside Forest* pada Sosial Media Instagram

Rizky Noviansyah\*, Neni Yulianita

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*rizkynovi9h@gmail.com, neni.yulianita@unisba.ac.id

**Abstract.** Cyber public relations involves operating the public relations function in cyberspace. Its advantages include overcoming distance and time constraints and facilitating two-way communication for more personal interactions. With technological advancements, more public relations practitioners are leveraging the internet for information dissemination. This development is seen across various industries, including sports entertainment, exemplified by the Riverside Forest football club. This research aims to build positive relationships between the club and its fans through social media. It also provides guidance for other football clubs to enhance information transparency and strengthen fan connections. The researcher finds this topic important and interesting, focusing on how the Riverside Forest club implements Cyber public relations and handles challenges, including its financial management openness on Instagram. This study employs a constructivist paradigm with qualitative methods and a case study approach, using boundary spanning theory and Philips and Young theory for analysis. The findings reveal that initially, Riverside Forest had no Cyber public relations strategy on Instagram. Over time, the club recruited local designers to create engaging visual content, which enriched posts with information about match schedules, social issues, communication problems with supporters, and financial issues.

**Keywords:** *Implementation, Cyber Public Relations, Riverside Forest.*

**Abstrak.** Cyber public relations adalah bentuk pengoperasian fungsi public relations di dunia maya. Kelebihan Cyber public relations meliputi terhindar dari kendala jarak dan waktu serta mempermudah komunikasi dua arah sehingga interaksi menjadi lebih personal. Perkembangan teknologi telah mendorong praktisi public relations untuk memanfaatkan internet sebagai media penyampaian informasi. Perkembangan ini tidak hanya terjadi di lembaga tertentu, tetapi juga di seluruh industri, termasuk industri hiburan olahraga, seperti klub sepak bola Riverside Forest. Penelitian ini bertujuan membangun hubungan positif antara klub dan penggemar melalui media sosial. Implikasi penelitian ini memberikan panduan bagi klub sepak bola lain dalam meningkatkan transparansi informasi di dunia maya dan memperkuat ikatan dengan penggemar. Peneliti berpendapat bahwa masalah dan fenomena ini penting untuk diteliti, khususnya bagaimana klub mengimplementasikan Cyber public relations dan menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, serta teori boundary spanning dan teori Philips and Young. Hasil penelitian menunjukkan bahwa klub sepak bola Riverside Forest awalnya tidak memiliki strategi Cyber public relations di Instagram. Namun, seiring waktu, klub membuka peluang bagi desainer lokal untuk membuat konten visual menarik, termasuk informasi tentang jadwal pertandingan, isu sosial, komunikasi antara supporter, dan masalah keuangan klub.

**Kata Kunci:** *Implementasi, Cyber Public Relations, Riverside Forest.*

## A. Pendahuluan

Riverside Forest merupakan sebuah tim sepak bola yang berbasis di Bandung. Klub ini didirikan oleh para pendukungnya yang disebut Birds Death Brigade. Pendirian klub ini didasarkan pada prinsip kesetaraan antara manajemen, pemain, sponsor, dan para pendukung. Semua pihak memiliki hak yang sama dalam mengelola klub. Ada dua hal yang dilakukan Riverside forest dalam menyemarakkan sepak bola di Bandung diantaranya: 1) Mereka memperkuat gagasan dan ide untuk membentuk klub yang berakar pada dukungan para penggemar, dan sebagian besar sumber pendanaannya berasal dari dukungan para penggemar melalui penjualan merchandise dan melakukan sumbangan di tiap pertandingannya. 2) Melalui sepak bola, mereka menyuarakan perlawanan terhadap rivalitas yang berlebihan. Bagi mereka, rivalitas adalah elemen khas dalam dunia sepak bola, namun diakui bahwa hal tersebut hanya terjadi selama 90 menit saja.

Klub Riverside Forest merupakan salah satu klub sepak bola di Indonesia yang menggunakan Cyber Public Relations dalam penyampaian informasi terkait tentang klub sepak bola Riverside Forest maupun tentang isu-isu social yang sedang trending di social media, klub sepak bola Riverside Forest dalam implementasinya menggunakan social media Instagram yang dapat mengandalkan gambar visual yang menjadi daya tarik masyarakat pengguna social media Instagram. Selain itu klub Riverside Forest juga melakukan open manajemen masalah keuangan pada social media Instagram yang merupakan implementasi Cyber Public Relations yang dilakukan klub sepak bola Riverside Forest.

Menurut Widodo Muktiyo, Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik di Kementerian Komunikasi dan Informatika, ia menjelaskan mengenai peran penting kehumasan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Begitu pula dengan presiden Joko Widodo yang mengapresiasi bahwa praktisi public relations merupakan profesi yang sangat strategis dan diperlukan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi. Bersumber dari We are social and Hootsuite mencatat “ triwulan pertama di tahun ini sebanyak 77% penduduk di tanah air merupakan pemakai aktif media sosial sebanyak 212,9 juta pengguna”. (We are social and Hootsuite : 2023).

Peran Cyber Public Relations adalah sebagai jembatan informasi antara suatu kelompok dengan pencinta kelompok tersebut melalui kemajuan teknologi pada zaman sekarang dalam penggunaan internet melalui platform social media apapun yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi secara tepat dan cepat. (M.ilyas 2023)

Maka terciptalah istilah cyber public relations yang merupakan suatu bentuk pemanfaatan public relations yang dioperasikan di dunia maya. Keberadaan cyber public relations ini memberikan manfaat dalam mengatasi hambatan jarak dan waktu, memfasilitasi komunikasi dua arah, dan membuat interaksi antara pihak-pihak yang terlibat menjadi lebih pribadi. Media konvensional seperti televisi ataupun radio serta surat kabar tidak dapat melakukan hal tersebut secara langsung. Seperti yang dijelaskan oleh Pera Irawan yang menyatakan bahwa, “penggunaan cyber public relations, biayanya cenderung lebih terjangkau dibandingkan dengan pembuatan iklan di media konvensional”. (Pera Irawan : 2017).

Seperti yang di paparkan Onggo memaparkan “beberapa kegiatan dalam ranah Cyber Public Relations yang dilakukan oleh seorang praktisi public relations melibatkan pengunggahan konten terkait komunitas siber, penyebarluasan informasi melalui surel, penerbitan menggunakan emagazine, serta penyebarluasan informasi melalui media sosial dan situs web”. (Onggo 2004). Lebih lanjut dijelaskan oleh Subiakto bahwa:

“Cyber public relations mempunyai peran penting untuk sebagai penyampaian informasi secara cepat tanpa adanya batas ruang dan waktu serta meningkatkan kesadaran publik suatu informasi digital. Dengan kata lain, peran cyber public relations adalah sebagai sarana penghubung informasi secara kilat.” (Subiakto 2012: 223)

Saat ini penggunaan Cyber Public relations banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dalam meningkatkan eksistensi pasarnya. (Damastuti 2007) Perkembangan Humas atau yang sering disebut Public Relations (PR) baik sebagai ilmu maupun profesi sangatlah berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Hal tersebut tentunya mengharuskan para praktisi PR harus mengikuti perkembangan teknologi untuk terus memanfaatkan media baru sebagai

sarana menyebarkan informasi demi menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan. Hal yang dapat menjaga kepercayaan konsumen dan meningkatkan citra positif pada sebuah perusahaan atau Lembaga yaitu seperti yang dilakukan klub sepak bola Riverside Forest dalam penerapan *Cyber Public Relations* open manajemen masalah keuangan dalam social media Instagram yang dapat meningkatkan kepercayaan kepada para supporternya terhadap para manajemen klub sepak bola Riverside Forest dan dapat memberikan citra positif kepada public bagi yang melihat social media Instagram Riverside Forest dalam melakukan open manajemen masalah keuangan. Pertanyaan penelitian meliputi bagaimana strategi *Cyber public relations* diimplementasikan oleh klub sepak bola Riverside forest pada sosial media Instagram, bagaimana tantangan yang dihadapi klub sepak bola Riverside Forest dalam implementasi *Cyber public relations* pada sosial media Instagram, mengapa klub sepak bola Riverside Forest menggunakan open manajemen dalam masalah keuangan. Selain itu, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh klub dalam implementasi *Cyber public relations* klub sepak bola Riverside forest pada sosial media Instagram.
2. Untuk menganalisis strategi *Cyber public relations* diimplementasikan oleh klub sepak bola Riverside forest pada sosial media Instagram
3. Untuk membahas manajemen keuangan klub sepak bola riverside forest tentang transparansi keuangan klub.

## **B. Metodologi Penelitian**

Kualitatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode kualitatif pada umumnya menggunakan cara mewawancarai partisipan atau peserta penelitian untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka mengenai suatu fenomena atau gejala sentral. (R.Kriyanto 2021) Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti biasanya bersifat terbuka dan luas untuk memberikan kesempatan kepada partisipan untuk menyampaikan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas. Informasi yang diperoleh melalui wawancara kemudian diselidiki dan diuraikan oleh peneliti guna mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terkait fenomena yang sedang diteliti. (Raco 2010: 7) Peneliti lebih memilih menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini lebih tepat menggunakan metode kualitatif seperti paragraf diatas, alasan peneliti memilih penelitian ini ingin memberikan deskripsi yang jelas mengenai bagaimana strategi dan tantangan yang dihadapi oleh klub serta bagaimana klub menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan *cyber public relations* di media sosial Instagram.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, yaitu peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan pada saat klub sepak bola Riverside Forest bertanding dan melihat apa saja yang diperlukan oleh klub, dan melihat rekapan keuangan yang dikeluarkan oleh manajemen yang di informasikan di social media Instagram, wawancara dengan tiga narasumber terjait yaitu Directoor of Football, Directoor of Supporter, dan Supporter, tidak lupa peneliti melakukan dokumentasi dengan para narasumber terkait. (Sugiyono 2007)

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

*Cyber Public Relations* merupakan bagian dari ilmu komunikasi yang dilakukan dua arah dengan menggunakan bantuan internet atau berbasis internet, hal ini merupakan terobosan dari kemajuan teknologi yang semakin hari terus semakin berkembang secara pesat dengan tujuan memudahkan semua aktivitas manusia untuk melakukan hubungan atau komunikasi dengan jarak yang jauh. *Cyber Publik Relations* sudah banyak diterapkan pada klub-klub sepak bola dengan para pendukungnya, yaitu dengan melewati social media berbasis internet, mereka para pendukung klub atau supporter klub sudah dapat mendapatkan seluruh informasi-informasi terbaru yang di beritakan oleh admin dari klub sepak bola tersebut. Hal ini juga diterapkan pada klub sepak bola Riverside Forest yang dimana klub sepak bola riverside Forest menggunakan social media Instagram dalam penyebaran informasi-informasi terbarunya yang di unggah berupa postingan, feeds, reels, dll, dengan semanarik mungkin, karena kekayaan konten

merukan strategi dari Cyber Public Relations, penyebaran informasi yang di sampaikan oleh klub sepak bola Riverside Forest merupakan informasi seputar klub sepak bola Riverside Forest yaitu berita-berita tentang jadwal pertandingan klub sepak bola Riverside Forest, Rules yang berlaku didalam stadion untuk para supporter klub sepak bola Riverside Forest, Persiapan yang perlu disiapkan ketika klub sepak bola Riverside Forest akan bertanding disiapkan oleh para supporter klub sepak bola Riverside Forest, informasi pembuatan-pembuatan merchandise yang akan dibuat dan terbaru, pemberitahuan-pemberitahuan terkait berita-berita terbaru tentang kemanusiaan, dan informasi penting lainnya seputar klub sepak bola Riverside Forest ataupun hal-hal tentang perjuangan, kemanusiaan, kebebasan, dll.

### **Strategi Cyber Public Relations Diimplementasikan Oleh Klub Sepak Bola Riberside Forest Pada Sosial Media Instagram**

Dalam implementasi penggunaan Cyber Public Relations tentunya perlu strategi untuk menyebarkan informasi-informasi yang dibuat para desainer agar berita tersebut bisa cepat menyebar serta meluas ke pelosok-pelosok negeri maupun luar negeri. Hal ini diterapkan oleh klub sepak bola Riverside Forest dalam implementasi penerapan Cyber Publik Relations dalam penyebaran informasi seputar manajemen yang dikelolah oleh manajemen klub sepak bola Riverside Forest dengan tujuan open manajemen yang berupa masalah keuangan, konten, dll, agar siapa saja dapat mengetahui bagaimana proses keluar serta masuknya keuangan pada klub sepak bola Riverside Forest ini melewati konten-konten yang menarik seperti gambar visual yang bagus, warna-warna yang bagus, serta kreasi-kreasi unik yang menarik dan tidak bosa untuk dilihat merupakan strategi dari kekayaan konten yang diterapkan oleh klub sepak bola Riverside Forest dalam implementasi Cyber Public Relations ini dan siapa saja dapat mengikuti volunteer yang diadakan oleh klub sepak bola Riverside Forest dalam pembuatan konten-konten yang kreatif dan menarik yang nantinya diposting pada social media Intagram klub sepak bola Riverside Forest. Pada setiap postingan baru yang berikutnya akan diposting biasanya manajemen klub sepak bola Riverside Forest mengadakan volunteer yang bisa diikuti oleh siapa saja untuk membuat konten yang sudah ditentukan temanya tetapi kreasinya tidak dibatasi, yaitu dengan membuat gambar visual yang didalamnya terdapat unsur-unsur dari tema yang ditentukan tetapi pihak manajemen tidak mengarahkan dan membatasi, jadi hal tersebut merupakan benar-benar kreasi desainer local yang berkreasi untuk klub sepak bola Riverside Forest ini. Kekayaan konten merupakan indikator dari teori yang digunakan dalam penelitian ini, yang dimana adanya konsep ini adalah suatu proses dimana informasi disebarkan secara tranfaransi tetapi perlu adanya pertimbangan ketika proses penyebaran informasi berlangsung apakah informasi tersebut dapat tersampaikan secara efektif dan mampu dijangkau secara luas yaitu dari adanya kekayaan konten. Didalam teori ada dua elemen penting untuk membangun sebuah informasi yaitu adanya jangkauan yang luas dan kekayaan sebuah konten hal ini tidak dapat dipisahkan karena keduanya merupakan sebuah peran penting yang perlu ada didalam sebuah informasi, hal ini bisa diciptakan melalui variasi-variasi didalam sebuah konten berbentuk foto maupun video jejaring sosial yang dimiliki sebuah perusahaan.

### **Tantangan yang dihadapi klub sepak bola Riverside Forest dalam implementasi Cyber public relations pada sosial media Instagram**

Tantangan dan rintangan akan selalu ada pada setiap hal yang membutuhkan suatu proses makan dua hal tersebut akan selalu beriringan dalam setiap prosesnya, hal ini selaras dengan apa yang dialami oleh klub sepak bola Riverside Forest pada setiap proses penerapan implementasi Cyber Public Relations yang di sosial media Instagram dalam informasi tentang open manajemen tentang masalah keuangan, hambatan yang dihadapi oleh olek sepak bola Riverside Forest dalam menerapkan Cyber Public Relations pada sosial media Instagram untuk melakukan open manajemen masalah keuangan yang benar-benar dibuka untuk umum yang dimana akun Instagram klub sepak bola Riverside Forestpun tidak diprivat yang artinya bisa diakses oleh pengguna Instagram amanapun atau siapapun. Keterbukaan masalah keuangan yang diterapkan oleh klub sepak bola Riverside Forest merupakan bentuk transparansi keuangan yang masuk dan keluarnya keuangan klub sepak bola Riverside Forest, yang dimana dana yang

masuk yang bersumber dari pembelian para supporter akan tiketing dan merchandise yang dijual oleh klub sepak bola Riverside Forest melalui Instagram, yang dimana supporter tidak hanya mendukung klub sepak bolanya saja tetapi apa yang dijual oleh klub sepak bola Riverside Forest mereka mensupport dengan cara membelinya karena memang dengan cara membeli tiket atau merchandise yang dijual oleh klub sepak bola Riverside Forest, dapat membantu klub untuk memenuhi kebutuhan klub sepak bola Riverside Forest, sudah pasti hal tersebut menjadi salah satu faktor pendukung untuk klub sepak bola Riverside Forest melakukan open manajemen masalah keuangan, karena memang uang yang mereka dapat bersumber dari para supporternya juga, lantas tidak ada alasan klub untuk menutupi masalah keuangan klub kepada supporternya, terjalinnya hubungan harmonis antara klub sepak bola dengan supporternya dengan cara transparansi dari segi apapun merupakan hal yang baik kedepannya untuk klub, membuat kepercayaan akan supporternya kepada para manajemen klub sepak bola Riverside Forest. Klub sepak bola Riverside Forest membuka juga umum dikarenakan hal ini ingin dijukan untuk umum karena memang hal baik yang bisa ditiru oleh klub-klub lain yang berada di dalam Negeri dengan melakukan open manajemen masalah keuangan. Hambatan yang ditemukan merupakan hambatan dari sebagian supporter klub sepak bola Riverside Forest yang menolak melakukan open manajemen masalah keuangan di Instagram karena terlalu terbuka untuk publik umum, implementasi open manajemen masalah keuangan menjadi hal yang pro dan kontra dikalangan supporter klub sepak bola Riverside Forest. Implementasi *Cyber public Relations* ini merupakan peran yang penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi, termasuk klub sepak bola juga yang dimana memang memiliki pola komunikasi, munculnya peran *Cyber Public Relations* ini untuk lebih berhati-hati dalam menjaga rahasia-rahasia informasi yang berhubungan dengan sebuah perusahaan agar tidak terjadi bocornya kerahasiaan informasi sebuah perusahaan dengan tidak sengaja. Karena itu penggunaan internet dapat membahayakan sebuah perusahaan atau organisasi yang termasuk klub sepak bola juga karena dapat terjadinya Internet Porositas yang merupakan bentuk keterbukaan atau transparansi informasi yang terjadi tanpa sengaja. Kemajuan teknologi pada zaman sekarang semakin memudahkan siapapun untuk mengakses internet untuk browsing apapun yang umum hingga yang bersifat rahasia yang ada di internet, hal ini bisa menjadi salah satu faktor bocornya informasi. Maka dari itu implementasi *Cyber Public Relations* yang diterapkan oleh klub sepak bola Riverside Forest dalam sosial media Instagram merupakan cara yang tepat.

### **Klub Sepak Bola Riverside Forest Menggunakan Open Manajemen Dalam Masalah Keuangan**

Open manajemen merupakan suatu keterbukaan yang disengaja dilakukan oleh suatu klub sepak bola oleh manajemennya dengan tujuan agar terlihat terbuka kepada para supporter klub sepak bolanya, termasuk terbuka juga kepada publik, tetapi tidak semua klub sepak bola dapat melakukan open manajemen masalah keuangan seperti yang dilakukan oleh klub sepak bola Riverside Forest yang benar-benar melakukan open manajemen masalah keuangan pada tiap adanya pemasukan dan pengeluaran yang digunakan untuk keperluan klub sepak bola Riverside Forest. Dasar dari hal yang membuat klub sepak bola Riverside Forest akan melakukan kebijakan open manajemen masalah keuangan pada sosial media Instagram adalah kembali merujuk kepada tujuan klub sepak bola Riverside Forest ini berdiri yaitu berasal dari supporter dan untuk supporter juga, karena sejarah dari klub sepak bola Riverside Forest yang pada awalnya hanya klub sepak bola untuk fun football saja yang pada akhirnya disepakati bersama untuk memulai kepada jenjang yang lebih serius ke tahap klub sepak bola profesional. Hal ini yang membuat para manajemen klub sepak bola Riverside Forest menerapkan open manajemen masalah keuangannya. Banyaknya faktor-faktor lain yang mendukung untuk melakukan open manajemen masalah keuangan yaitu para manajemen klub sepak bola Riverside Forest menginginkan klubnya seperti Lewes atau Clapton yang merupakan klub sepak bola luar negeri yang sama-sama menerapkan open manajemen dari segi hal apapun, para manajemen mengaku bahwa akan menerapkan hal-hal yang bersifat terbuka atau transparansi kepada supporter atau publik membangun kepercayaan yang besar antara supporter dengan klub sepak bola Riverside Forest. Keterbukaan yang dilakukan oleh klub sepak bola terhadap publik merupakan hal baik

yang dapat membuat orang-orang tertarik untuk mencintai klub tersebut, dimulai dari hal-hal kecil yaitu dengan cara komunikasi yang memang terbuka untuk para supporternya melalui media sosial yang mereka pilih, seperti sosial media Instagram yang klub sepak bola Riverside Forest pilih untuk menyebarkan informasi-informasi tentang klub sepak bola Riverside Forest dengan cara terbuka dalam hal apapun, hal ini selaras dengan indikator transparansi yang digunakan pada penelitian ini yaitu transparansi mencakup keterbukaan, komunikasi dan akuntabilitas. Keterbukaan informasi dari perusahaan dalam aktivitas Cyber Public Relations dapat terlihat dalam bentuk press release yang dikelola langsung oleh Public Relations tanpa melibatkan pihak media. Dengan demikian, praktisi Cyber Public Relations dapat lebih mudah mengunggah atau memposting informasi melalui saluran komunikasi yang mereka pilih.

#### **D. Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis terhadap penerapan Cyber Public Relations akhirnya penulis menyimpulkan hasil penelitian yang membahas tentang bagaimana strategi Cyber Public Relations di implementasikan, bagaimana tantangan dari implementasi Cyber Public Relations, mengapa klub sepak bola Riverside Forest melakukan Cyber Public Relations dalam hal open manajemen masalah keuangan. Berikut adalah kesimpulan yang didapat oleh penulis:

1. Dalam Strategi implementasi Cyber Public Relation yang diterapkan oleh klub Sepak Bola Riverside Forest melalui sosial media Instagram dalam menerapkan open manajemen masalah keuangan, mereka tidak menggunakan strategi apapun pada awalnya tetapi lebih memanfaatkan konten-konten visual yang menarik untuk dilihat dan mudah dimengerti hasil dari desainer-desainer lokal yang mengikuti volunteer yang diadakan oleh klub sepak bola Riverside Forest.
2. Pada tiap proses sesuatu pasti selalu ada hambatan dan tantangan yang ditemui tetapi semua itu kembali pada orang-orang yang menyikapi hambatan atau tantangan tersebut tentang bagaimana cara menyelesaikan hambatan atau tantangan itu, seperti klub sepak bola Riverside Forest pada proses melakukan Cyber Public Relations melalui sosial media Instagram dalam menginformasikan open manajemen masalah keuangan, terdapatnya pro dan kontra akan kebijakan tersebut dari pihak internal maupun eksternal yang ditunjukkan akan kebijakan open manajemen masalah keuangan tersebut, dari mulai komentar-komentar negatif dalam postingan, sampai terjadi misscommunication yang terjadi antara klub dengan para supporternya, tetapi hal ini dapat diselesaikan melalui penggunaan Cyber Public Relations juga sehingga mempercepat masalah kesalah pahaman cepat selesai.
3. Klub sepak bola Riverside Forest beridiri dari supporter dan untuk supporter juga, hal ini menjadi tujuan klub sepak bola Riverside Forest berdiri sampai sekarang, maka segala bentuk manajemen apapun supporter berhak tau tidak perlu ada yang ditutupi, termasuk masalah keuangan yang memang riskan dipertanyakan oleh publik, karena keuangan klub sepak bola Riverside Forest pun bersumber dari penjualan merchandise dan tiket yang dijual kepada para supporternya, dengan kata lain uang supporter dan kembali kepada supporter.

#### **Acknowledge**

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan berkah dan karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. terselesaikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini izinkan penulis ucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang ikut terlibat dalam penulisan skripsi saya, terutama kepada kedua orang tua saya, kepada para pembimbing saya, kepada jajaran manajemen klub sepak bola Riverside Forest, dan kepada seluruh teman-teman saya.

**Daftar Pustaka**

- [1] Widodo. (2011). Analisis Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik. Malang: Bayu Media. Djaslim S. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya; 2003.
- [2] Irawan, E. P. (2017). Pemanfaatan Website Pada Aktivitas Cyber Public Relations dalam Mendukung E-Government di Pemerintah Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi. Jurnal IPTEK-KOM*, 163-177.
- [3] Subiakto, Henry dan Rachmad Ida. (2014) *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta Kencana Prenadamedia Group.
- [4] Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- [5] Arifin, M., & Djuwita, A. (2021). Peran Public Relations Klub Sepak Bola Persib Bandung Dalam Mempertahankan Citra Melalui Media Sosial Instagram @persib\_official. *e-Proceeding of Management*, 1936.
- [6] Darmastuti, R. (2007). *Etika PR dan E-PR*. Yogyakarta: Gava Media.
- [7] Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations : Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [8] Iman, R. K. (2022, April 26). *PROFIL RIVERSIDE FOREST: Membangun Sepak Bola Rakyat di Tangga Batu Tamansari*. Retrieved from bandungbergerak.id: <https://bandungbergerak.id/article/detail/2505/profil-riverside-forest-membangun-sepak-bola-rakyat-di-tangga-batu-tamansari>
- [9] Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Windi, A. (2023). *Pengelolaan Cyber Public Relations Diskominfo dalam Upaya Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif pada Instagram @kominfopadangpanjang)*. Skripsi Tesis. Padang: Universitas Andalas.
- [11] Yulianita Neni. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: p24-LPPM Unisba.
- [12] Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [13] Putra, M. A., & Anshari, F. (2016). Cyber Public Relations Dalam Klub Sepakbola Di Indonesia: Studi Pada Persija Jakarta. *Journal of Strategic Communication*, 43-54.
- [14] Onggo, & Bob, J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [15] Ilyas, m. (2023). Aktivitas Cyber Public Relations melalui pengelolaan Website Dinas Kehutanan Jawa Barat. Skripsi Tesis. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- [16] N. Z. Darajat and N. Yulianti, "Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Gerakan Aksi Kemanusiaan dan Pendidikan," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 65–70, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3898.
- [17] T. K. Tanditha, A. Sani, and H. Hafiar, "Destination Branding Desa Wisata Alamendah Melalui Media Sosial Instagram A R T I C L E I N F O," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 7–14, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3679.
- [18] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, "Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.