

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi mendorong pertumbuhan media komunikasi, salah satunya dengan kemunculan media sosial. Karakter khas media sosial sebagai media interaktif memungkinkan terjalinnya komunikasi dua arah di antara komunikator dan komunikan. Media sosial dalam hal ini Instagram selanjutnya dimanfaatkan oleh Humas Pemerintah Kota Magelang sebagai media komunikasi publik. Penelitian ini berupaya melihat seberapa jauh pemanfaatan @humaspemkotmagelang sebagai media komunikasi publik yang bersifat dua arah. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus mengingat fenomena pemanfaatan Instagram oleh humas pemerintah belum banyak digali dan diketahui oleh khalayak. Pemanfaatan akun Instagram @humaspemkotmagelang oleh Humas Pemerintah Kota Magelang dianalisis dengan tahap manajemen media sosial yang dikemukakan oleh Friedrichsen dan Wolfgang (2013). Selanjutnya, @humaspemkotmagelang yang mengakomodasi komunikasi dua arah pun diidentifikasi dengan model *two-way symmetrical communication* untuk melihat apakah pemanfaatannya efektif dan efisien atau tidak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @humaspemkotmagelang cukup efektif sebagai media komunikasi publik walaupun terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti pengelola, respon atas umpan balik, strategi konten, serta pemanfaatan data *insight*.

Kata Kunci: *Public Relations, Humas Pemerintah, Media Sosial, Komunikasi Publik, Komunikasi Dua Arah*

ABSTRACT

Advance technology of communication and information stimulating the growth of communication media, one of them is the emersion of social media. Typical character of social media as interactive medium, creates two-way communication between communicators and the communicants. After that, Instagram as the media social platform is being used by Public Relation Department of Magelang Government as public communication media. This research is trying to look for how far the usage of @humaspemkotmagelang as two-way public media communication. Research method that being used is case studies, based on the phenomenon of Instagram utilization by government public relation is not optimized and well-known by the local society/public. The utilization of Instagram account @humaspemkotmagelang by the Public Relation Department of Magelang Government is analized by social media management step that stated by Friedrichsen and Wolfgang (2013). After that, @humaspemkotmagelang that accommodating the two way communication also identified with two way symmetrical communication theory to look for the effectivity and efficiency of the usage. The result of the research shows that @humaspemkotmagelang is effective enough for public media communication even though there are several other things that need a better attention and evaluation, such as the operator, response for the feedbacks, content strategy, and the usage of insight data.

Keywords: *Public Relations, Government Public Relations, Social Media, Public Communications, Two Way Symmetrical Communications*