

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
OLEH PRAKTISI HUMAS PEMERINTAH DI INDONESIA
(Survei Pengaruh Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance*), Motivasi Berbagi Pengetahuan (*Knowledge Sharing Motivation*), & Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Terhadap Niat Pemanfaatan Media Sosial Oleh Praktisi Humas BNNP & BNNK (Kabupaten/Kota) Dalam di Lingkungan BNN RI Tahun 2019)
Novy Khusnul Khotimah ¹**

Abstrak

Pemanfaatan media sosial terus mengalami kemajuan diberbagai bidang kehidupan termasuk pada pelaksanaan Hubungan Masyarakat (Public Relations) di lingkungan pemerintah. Melalui media baru atau internet, pemerintah dapat menyebarkan informasi kebijakan publik dan lembaga kepada masyarakat secara virtual. Meski demikian, pemanfaatan media sosial dalam lingkungan pemerintah dirasa kurang optimal. Maka dari itu ada perlunya untuk mengetahui sejauh mana selama ini pemanfaatan media sosial di dalam pemerintahan terutama oleh praktisi Humas. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini terus mengalami pengembangan (upgrade) model dan telah digunakan untuk mempelajari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi baru dalam kaitannya dengan sikap orang terhadap adopsi. Dengan studi survey kuantitatif, penelitian ini berusaha untuk mengobservasi bagaimana pola dan faktor-faktor dibalik pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh praktisi Humas Pemerintah untuk berkomunikasi tentang organisasi mereka dengan masyarakat. Survey dari 89 responden dari seluruh populasi 110 orang praktisi Humas Pemerintah di lingkungan BNN RI. Mendukung model ini. Para responden ini tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa aspek penerimaan teknologi (Perceive of usefulness, Perceive of ease of use, Perceive of Enjoyment, dimensi Knowledge sharing (Altruism, Reciprocal Benefit, Reputation, Trust, Expected Relationshi), dan Pengaruh Sosial (Social Norm, Community Identification) berpengaruh signifikan pada niat pemanfaatan media sosial di lingkungan humas BNN RI.

Kata Kunci :

Praktisi Humas, Humas Pemerintah, Media Sosial, Technology Acceptance Model, Sharing Knowledge, Social Influence

¹ *Novy Khusnul Khotimah* adalah mahasiswa S2 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada dan penyuluh BNN RI. bisa dihubungi melalui email : novykayra@gmail.com

ABSTRACT

The usage of social media is getting increase in various fields of life including in the implementation of Public Relations in the Government environment. Through new media or the internet, the government able to disseminate information of public policies and institutions to the public. Nevertheless, social media in the government environment is considered to be less than optimal. So that there is a need to find out how far using social media in the government which is supported by the Public Relations agreement. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis (1989) and continues to improve the model. This theory has been used to assess perceptions of use and perceptions of the usefulness of new technologies in their assessment of people's attitudes towards adoption. With quantitative studies, this research seeks to observe the patterns and factors used by social media in Government Public Relation to communicate about their organization to public. A survey of 89 respondents from the population of 110 people who work in Government Public Relations at BNN RI found support for the model. These respondents spread throughout the Indonesian territory. The result indicates that technology acceptance aspect (Perceived of usefulness, Perceived of ease of use, Perceived of enjoyment), Knowledge sharing aspects (Altruism, Reciprocal Benefit, Reputation, Trust, Expected Relationship), and Social Relations aspects (Social Norms, Community Identification) impact significantly for intention using social media in Public Relations environment of the BNN RI.

Keywords:

Public Relations Practitioners, Government Public Relations, Social Media, Technology Acceptance Models, Knowledge Sharing, Social Influence