

ABSTRACT

The importance of social media management in public relations activities in government agencies in this digital era really requires qualified human resources that government public relations practitioners must have so that information dissemination on government programs and policies is conveyed to all levels of society quickly and accurately. The Public Relations of the Directorate General of Taxes has an important role in disseminating tax information contained in social media management activities. This research uses a qualitative approach with a descriptive case study method. This study aims to analyze the process of social media management in the dissemination of tax information carried out by the public relations director of the Directorate General of Taxes in 2019. Tax information is disseminated through Instagram accounts, Facebook page accounts, Twitter accounts, and YouTube accounts.

This study analyzes the social media management of the Directorate General of Taxes using the concept of four step public relations and the concept of formulating social media strategy and uses the Circular Model of SOME for Social Communication analysis, including the share stage, which is disseminating the types of social media content, the optimization stage, namely optimizing media content. social media through messages and social media features, the manage stage, which is to control and regulate the management of social media content, and the engage stage, which involves involving influential people to invite the audience to participate in social media activities.

In 2019, the Public Relations of the Directorate General of Taxes has guidelines in managing social media so that it is more organized and optimal in its social media activities. With the existence of strong human resources, the Directorate General of Taxes is able to produce quality content so that it can attract the attention of the public. But on the other hand, there are still deficiencies that are owned by the Public Relations of the Directorate General of Taxes which become obstacles in managing social media so that they need to be corrected again.

From the results of the research obtained, it shows that the Public Relations of the Directorate General of Taxes should further improve supervision and management of their social media accounts both in content and in response to the public to increase community involvement, maintain the reputation of the Directorate General of Taxes, and increase public awareness of the importance of taxes.

Keywords:

information dissemination, government public relations, social media management

ABSTRAK

Pentingnya pengelolaan media sosial dalam kegiatan kehumasan di lingkungan instansi pemerintahan di era digital ini sangat membutuhkan sumber daya manusia mumpuni yang harus dimiliki oleh praktisi humas pemerintah agar diseminasi informasi program dan kebijakan pemerintah tersampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat dengan cepat dan akurat. Humas Direktorat Jenderal Pajak memiliki peran penting menyebarkan informasi perpajakan yang tertuang dalam aktivitas pengelolaan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus bersifat deksriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengelolaan media sosial dalam diseminasi informasi perpajakan yang dilakukan oleh humas pemerintah Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 2019. Informasi perpajakan disebarkan melalui akun *instagram*, akun *page facebook*, akun *twitter*, dan akun *youtube*.

Penelitian ini menganalisis pengelolaan media sosial Direktorat Jenderal Pajak dengan menggunakan konsep *four step public public relation* dan konsep *formulating social media strategy* serta menggunakan analisis *Circular Model of SOME for Social Communication* antara lain tahap *share* yaitu menyebarluaskan jenis konten media sosial, tahap *optimize* yaitu mengoptimalkan konten media sosial melalui pesan dan fitur media sosial, tahap *manage* yaitu mengendalikan dan mengatur pengelolaan konten media sosial, dan tahap *engage* yaitu melibatkan orang yang berpengaruh untuk mengajak audiens ikut serta dalam kegiatan media sosial.

Pada tahun 2019, Humas Direktorat Jenderal Pajak memiliki pedoman dalam mengelola media sosial sehingga lebih teratur dan optimal pada aktivitas media sosialnya. Dengan adanya sumber daya manusia yang kuat, Direktorat Jenderal Pajak mampu menghasilkan konten-konten yang berkualitas sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Namun disisi lain, masih adanya kekurangan-kekurangan yang dimiliki Humas Direktorat Jenderal Pajak yang menjadi hambatan dalam mengelola media sosial sehingga perlu untuk diperbaiki lagi.

Dari hasil penelitian yang didapat, menunjukkan bahwa Humas Direktorat Jenderal Pajak agar lebih meningkatkan pengawasan dan pengelolaan pada akun-akun media sosialnya baik konten maupun respon kepada publik untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat, menjaga reputasi Direktorat Jenderal Pajak, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pajak.

Kata Kunci:

diseminasi informasi, humas pemerintah, pengelolaan media sosial