

## ABSTRAK

Praktik public relations oleh humas pemerintah utamanya adalah membina hubungan baik kepada publiknya, dengan paradigma pemerintahan maka proses kerja kehumasan harus dilandasi oleh prinsip-prinsip pelayanan publik. Demi terciptanya situasi kondusif dalam sebuah iklim pembangunan, komunikasi menjadi sesuatu yang tak bisa dihindari. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pemerintah dianggap sebagai sebuah terobosan yang berpotensi menawarkan proses-proses komunikasi yang lebih terarah, cepat, efisien dan tentunya bisa mengkomodir kebutuhan akan keterbukaan.

Penelitian ini berusaha melihat proses pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pemerintah. Peneliti merasa perlu mengetahui tahapan manajemen media sosial yang dilakukan oleh instansi humas pemerintah guna menyampaikan informasi kebijakan serta program mengenai pemerintahan dan pembangunan. Dengan menggunakan instrumen tahapan pengelolaan berdasarkan prinsi-prinsip manajemen media sosial yang dikemukakan oleh Friedrichsen dan Wolfgang (2013), diharapkan mampu menjelaskan cara kerja humas pemerintah dalam mengelola komunikasi di media sosial. Analisis pengelolaan media sosial akan menggambarkan kelebihan dan kekurangan aktivitas *public relations* yang dilihat dari sudut pandang pemerintahan sebagai obyek penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tahapan manajemen media sosial tetap berperan sebagai ide besar dalam membina hubungan dengan publik di sekitar pemerintah. Tahap perencanaan, kegiatan media sosial, strategi media sosial, pelaksanaan, hingga tahapan evaluasi dan pemantauan merupakan suatu langkah yang mampu memetakan dan penunjuk arah dalam proses pengelolaan. Tak kalah pentingnya, efek dari komunikasi dengan media sosial dapat memunculkan gejala-gejala interaktivitas sebagai bentuk adanya *Public Relations 2.0*. Melalui penelitian ini dapat ditarik kesimpulan jika aktivitas pengelolaan media sosial cukup berperan dalam kelangsungan penyelenggaraan negara. Meskipun tetap, dalam prosesnya masih banyak hal yang perlu diperhatikan.

***Kata Kunci: Public Relations, Humas Pemerintah, Media Sosial, Pelayanan Publik, Interaktivitas.***

## ABSTRACT

Public relations practice by government public relations is to foster good relations to the public, with the paradigm of government then the public relations process should be based on the principles of public service. For the sake of creating a conducive situation in a climate of development, communication becomes something that can not be avoided. Utilization of social media as a medium of government communication is considered as a breakthrough that has the potential to offer more directional communication processes, fast, efficient and certainly can accommodate the need for openness.

This research seeks to see the process of managing social media as a medium of government communication. Researchers feel the need to know the stages of social media management conducted by public relations agencies to convey information policy and program on governance and development. By using the management stage instrument based on Friedrichsen and Wolfgang (2013) principles, it is expected to explain how government public relations act in managing communication in social media. Analysis of social media management will illustrate the strengths and weaknesses of public relations activity seen from the perspective of government as research objects.

The results of this study indicate that the stages of social media management still serves as a great idea in building relationships with the public around the government. Planning stages, social media activities, social media strategies, implementation, to evaluation and monitoring stages are steps that can map and guiding in the management proses. Equally important, the effect of communication with social media shows the symptoms of interactivity as a form of Public Relations 2.0. Through this research can be drawn conclusion if social media management activities enough to play a role in the process of organizing the country. Although still, in the process there are still many things to note.

***Keywords: Public Relations, Government Public Relations, Social Media, Public Services, Interactivity***