

## INTISARI

Penelitian ini berfokus pada strategi penyampaian pesan komunikasi humas pemerintah DJP melalui media sosial instagram @ditjenpajakri. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana model strategi penyampaian pesan komunikasi humas pemerintah yang diterapkan melalui media sosial instagram @ditjenpajakri. Model strategi pesan komunikasi humas didefinisikan dari konsep utama Kim & Krishna (2018) berupa *bridging* dan *buffering strategy* dan model komunikasi dari Hunt dan Grunig (1984), yaitu *two way asymmetric*, *two way symmetric*, *press agency*, dan *one way symmetric*. Sementara itu, penelitian ini fokus pada adaptasi media sosial maka konsep berikutnya yang digunakan adalah strategi yang mengarah pada strategi media sosial, yaitu *pull*, *networking*, *impression management*, dan *push*. Untuk melihat interaksi yang ada dari empat model strategi pesan komunikasi, peneliti menggunakan konsep interaksi humas dan publik, berupa *participation*, *collaboration*, *increased appeal*, dan *transparency* (DePaula&Dincelli, 2016; Mergel, 2013). Dari konsep yang disebutkan di atas, model strategi pesan komunikasi yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *bridging strategy-two way asymmetric-pull strategy-participation*, *bridging strategy-two way symmetric-networking strategy-collaboration*, *buffering strategy-press agency-impression management-increased appeal*, dan *buffering strategy-one way symmetric-push strategy-transparency*. Hasil temuan riset menunjukkan bahwa model *buffering strategy-one way symmetric-push strategy-transparency* secara signifikan digunakan oleh humas dalam menyusun unggahan pesan teks, foto, dan video di media sosial instagram @ditjenpajakri sebesar 43,33% atau sebanyak 91 kali unggahan. Sementara itu, ada upaya dari humas DJP untuk melakukan strategi *bridging* dengan komunikasi dua arah walaupun dengan perolehan angka sebesar 11,9% atau 25 kali unggahan. Perolehan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi *buffering* dengan komunikasi satu arah melalui strategi media sosial *push* secara dominan lebih banyak digunakan. Hal tersebut merujuk pada fokus humas DJP yang mengutamakan fokus pada penyediaan informasi publik. Strategi *push* ini juga merupakan alasan utama terlibat dalam ruang media sosial untuk mempresentasikan organisasi pada *platform* saluran *online* (Mergel, 2013). Upaya humas DJP masih terlihat memanfaatkan strategi *bridging* dengan komunikasi dua arah dengan strategi media sosial *networking*. Sementara itu, apabila merujuk pada konsep Mergel (2013) strategi *networking* digunakan untuk meningkatkan kerja sama melalui pertukaran informasi.

**Kata Kunci:** Strategi pesan komunikasi, Strategi media sosial, Humas pemerintah, Media sosial, Instagram

## ABSTRACT

The research focuses on the strategy of delivering public relations messages for the tax government through social media Instagram @ditjenpajakri. The purpose of this study is to see how the strategy model for delivering government public relations messages is implemented through social media Instagram @ditjenpajakri. The PR communication message strategy model is defined from the main concepts of Kim & Krishna (2018) in the form of bridging and buffering strategies and the communication model from Hunt and Grunig (1984), namely two way asymmetric, two way symmetric, press agency, and one way symmetric. Meanwhile, this study focuses on social media adaptation, so the next concept used is a strategy that leads to a social media strategy, namely pull, networking, impression management, and push. Beside that, researcher used the concept of public relations and public interaction, in the form of participation, collaboration, increased appeal, and transparency (DePaula & Dincelli, 2016; Mergel, 2013). The communication message strategy model analyzed in this study is bridging strategy-two-way asymmetric-pull strategy-participation, bridging strategy-two-way symmetric-networking strategy-collaboration, buffering strategy-press agency-impression management- increased appeal, and buffering strategy-one way symmetric-push strategy-transparency. The research show that the buffering strategy-one way symmetric-push strategy-transparency model is significantly used by public relations in arranging of text messages, photos, and videos on Instagram @ditjenpajakri by 43.33% or 91 uploads. Meanwhile, there was an effort from tax's public relations officer to carry out a bridging strategy with two-way communication, even though the number was 11.9% or 25 times uploaded. These results indicate that the buffering communication strategy with one-way communication through the push social media strategy is dominantly more widely used. This push strategy is also the main reason for getting involved in the social media space to present organizations on online channel platforms (Mergel, 2013). Tax's public relations efforts are still seen using a bridging strategy with two-way communication with social networking media strategies. Meanwhile, when referring to the concept of Mergel (2013), networking strategies are used to increase cooperation through the exchange of information

**Keywords:** Communication message strategy, Social media strategy, GovernmentPR, Social media, Instagram