

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAHAN KOTA BEKASI MELALUI MEDIA SOSIAL

(Studi di Kantor Bagian Humas Pemerintahan Kota Bekasi)

Arif Wicaksana¹, Ivanina Zuhdi Pane²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta

arifwicaksana19@gmail.com

ABSTRACT

The development of technology, especially in communication, has a very large impact on the continuity of human activities. The existence of the internet affects the development of media in the business world, including public relations technicians or Public Relations. Bekasi City Government Public Relations technicians have a role in managing social media. So that the public can receive information with high credibility and can ensure the information is conveyed properly. The research with the title Public Relations Communication Strategy of Bekasi City Government Through Social Media (Study at the Bekasi City Government Public Relations Office) has a problem formulation of how the Bekasi City Government Public Relations communication strategy conveys information on city government activities through social media. The purpose of this study is to find out in the detail the communication strategy by the Public Relations of the Bekasi City Government in its social media. This study used the descriptive qualitative method. Sources of data in this study are interviews, observation, and documentation of selected informants. The theoretical basis used is the theory of mass communication. Based on the analysis carried out, it is concluded that the Public Relations of the Bekasi City Government in conveying information through social media uses management by objective (MBO) communication strategy. In carrying out its duties, the Public Relations of the Bekasi City Government encountered obstacles, namely those related to people's mistakes in understanding the contents of the message, negative comments, the time to avoid the information being stale, so that the Public Relations of the Bekasi City Government must be ready whenever needed, including outside working hours. To overcome these perceived obstacles, Public Relations always coordinates with the team.

Keywords : Strategy, Social Media, Public Relations.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi khususnya pada komunikasi memiliki dampak yang sangat besar dalam kelangsungan aktivitas manusia. Dengan keberadaan internet mempengaruhi perkembangan media dalam dunia bisnis tidak terkecuali pada teknisi humas atau *Public Relations*. Teknisi Humas Pemerintah Kota Bekasi memiliki peran dalam pengelolaan media sosial. Sehingga masyarakat bisa menerima informasi dengan kredibilitas tinggi dan dapat memastikan informasi tersampaikan dengan baik. Penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Kota Bekasi Melalui Media Sosial (Studi di Kantor Bagian Humas Pemerintahan Kota Bekasi) memiliki rumusan masalah bagaimana strategi komunikasi Humas Pemerintahan Kota Bekasi dalam menyampaikan informasi kegiatan pemerintah kota melalui media sosial. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui secara detail mengenai strategi komunikasi oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam media sosial yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi informan yang telah dipilih. Landasan teoritis yang digunakan adalah teori komunikasi massa. Berdasarkan analisa yang dilakukan, diperoleh kesimpulan Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam menyampaikan informasi melalui media sosial menggunakan strategi komunikasi *management by objective* (MBO). Dalam menjalankan tugasnya, Humas

Pemerintah Kota Bekasi menemui hambatan yaitu terkait dengan kesalahan masyarakat memahami isi pesan, komentar yang bersifat negatif, waktu untuk menghindari informasi tersebut basi, sehingga mau tidak mau Humas Pemerintah Kota Bekasi harus siap kapanpun saat dibutuhkan termasuk diluar jam kerja. Untuk mengatasi hambatan yang dirasakan tersebut Humas selalu berkoordinasi dengan tim.

Kata Kunci : Strategi, Media Sosial, Humas