

Digital Publik Relation KEMENSOS dalam Pemanfaatan Sosial Media

Hildawati

Paramadina Graduate School Of Communication, Universitas Paramadina
hildawati@students.paramadina.ac.id

ABSTRACT

In the rapidly developing digital era, social media has become a highly effective communication tool for various organizations, including government institutions. This study aims to analyze the digital public relations (PR) strategies of the Indonesian Ministry of Social Affairs (Kemensos) in utilizing social media, as well as to evaluate the effectiveness and challenges faced. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through content analysis of Kemensos' social media, in-depth interviews with Kemensos officials and digital communication experts, and online surveys of the public to evaluate their perceptions and engagement with Kemensos' social media content. The results show that Kemensos implements various digital PR strategies to increase public awareness and participation in social programs. The published content includes information on social programs, education, and important announcements, presented in various formats such as text, images, and videos. However, Kemensos faces several challenges, such as crisis management and reputation management on social media. This study finds that Kemensos' use of social media significantly influences the public's image and trust in the institution. The level of public engagement with Kemensos' content is also quite high, indicating the effectiveness of the implemented digital communication strategies. However, there is a need to improve responsiveness and crisis management in dealing with issues that arise on social media. Based on these findings, this study provides practical recommendations for Kemensos to enhance their digital PR strategies, including improving content quality, better crisis management, and increasing public engagement. This research also contributes to the development of digital public relations strategies in other government institutions, providing insights for academics and communication practitioners.

Keywords : *digital public relations, Kemensos, social media, communication strategy, crisis management, public engagement.*

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat efektif bagi berbagai organisasi, termasuk instansi pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital public relations (PR) Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos) dalam memanfaatkan media sosial, serta mengevaluasi efektivitas dan tantangan yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui analisis konten media sosial Kemensos, wawancara mendalam dengan pejabat Kemensos dan pakar komunikasi digital, serta survei online terhadap masyarakat untuk mengevaluasi persepsi dan keterlibatan mereka dengan konten Kemensos di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemensos menerapkan berbagai strategi digital PR untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap program-program sosial. Konten yang dipublikasikan mencakup informasi program sosial, edukasi, dan pengumuman penting, dengan format beragam seperti teks, gambar, dan video. Meskipun demikian, Kemensos menghadapi beberapa tantangan, seperti manajemen krisis dan pengelolaan reputasi di media sosial. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media sosial oleh Kemensos secara signifikan mempengaruhi citra dan kepercayaan publik terhadap instansi tersebut. Tingkat keterlibatan publik dengan konten Kemensos juga cukup tinggi, menunjukkan efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan. Namun, terdapat kebutuhan untuk meningkatkan responsivitas dan manajemen krisis dalam menghadapi isu-isu yang muncul di media sosial.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi Kemensos untuk meningkatkan strategi digital PR mereka, termasuk peningkatan kualitas konten, manajemen krisis

yang lebih baik, dan peningkatan keterlibatan publik. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi digital public relations di instansi pemerintah lainnya, serta memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi komunikasi.

Kata kunci : digital public relations, Kemensos, media sosial, strategi komunikasi, manajemen krisis, keterlibatan publik.

PENDAHULUAN

Instansi publik merupakan salah satu sarana yang di miliki oleh negara untuk melayani kebutuhan masyarakat salah satu nya ialah kementerian sosial republik Indonesia. Instansi publik tersebar untuk melayani di bidang sosial , dan pemberdayaan wirausaha sosial masyarakat . sebagai agen untuk melayani kebutuhan masyarakat, instansi publik di harapkan sekaligus di tuntut untuk memiliki produktifitas kerja yang baik dalam melayani masyarakat sehingga kelangsungan sebuah lembaga/organisasi harus di mempertahankan kepercayaan nya. Namun tidak hanya itu saja terkait penjelasan instansi pemerintah Pemerintah memiliki peran penting dalam menanggapi keluhan masyarakat di media sosial, beberapa fungsi utama pemerintah dalam menangani keluhan tersebut, pemantauan Pemerintah memantau media sosial untuk mengidentifikasi keluhan dan isu yang muncul di masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh warga, Respon Cepat: Menanggapi keluhan dengan cepat dan memberikan informasi yang jelas serta akurat. Respon cepat ini menunjukkan bahwa pemerintah peduli dan siap membantu warganya., Penyelesaian Masalah, Mengidentifikasi akar masalah dan mencari solusi yang tepat. Pemerintah bekerja sama dengan instansi terkait untuk menyelesaikan keluhan secara efektif, Transparansi dan Akuntabilitas Memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan keluhan. Transparansi ini penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, Komunikasi Dua Arah Memastikan adanya komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan keluhan mereka dengan mudah, dan pemerintah dapat memberikan tanggapan yang sesuai. Penggunaan Teknologi, Memanfaatkan teknologi dan platform media sosial untuk memfasilitasi komunikasi. Pemerintah dapat menggunakan chatbot, aplikasi khusus, atau sistem pelaporan online untuk mempercepat proses penanganan keluhan., Edukasi Publik: Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara menyampaikan keluhan dengan benar dan prosedur yang harus diikuti. Ini membantu memastikan bahwa keluhan yang diterima relevan dan dapat ditindaklanjuti, Evaluasi dan Perbaikan: Melakukan evaluasi terhadap keluhan yang diterima dan langkah-langkah penanganannya. Pemerintah menggunakan informasi ini untuk meningkatkan kualitas layanan publik di masa depan.

Di era saat ini dengan mudahnya menyampaikan informasi tentunya revolusi digital kita nyatakan sebagai wujud globalisasi, Dimana setiap informasi didunia ini kita dapatkan dengan waktu yang relative singkat (ritonga, Nainggolan, dan ritonga 2020). Definisi digital public relations adalah cara kerja public relation yang mengharuskan praktisi humas handal dalam menggunakan teknologi dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang canggih demi membangun hubungan yang baik antar pihak (hidayat, dasrun 2014 : 95).

Dengan menjalankan fungsi-fungsi tersebut, pemerintah dapat meningkatkan kepuasan masyarakat dan memastikan bahwa masalah yang dihadapi oleh warga dapat diselesaikan dengan baik.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara instansi pemerintah berkomunikasi dengan publik. Media sosial, sebagai salah satu produk dari perkembangan teknologi ini, telah menjadi platform utama bagi organisasi untuk menyampaikan informasi, berinteraksi dengan audiens, dan membangun citra positif. Di Indonesia, Kementerian Sosial (Kemensos) memegang peran vital dalam mengelola isu-isu sosial dan menyalurkan berbagai program bantuan sosial kepada masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh Kemensos menjadi penting untuk memastikan informasi sampai ke seluruh lapisan masyarakat dengan cepat dan efektif.

Digital public relation (PR) merupakan salah satu pendekatan yang dapat memaksimalkan penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah. Melalui digital PR, Kemensos dapat meningkatkan transparansi, memperkuat akuntabilitas, serta mendorong partisipasi publik dalam program-program sosial yang dijalankan. Selain itu, media sosial memungkinkan Kemensos untuk mengatasi berbagai tantangan komunikasi yang mungkin timbul, seperti penyebaran informasi yang salah, krisis komunikasi, dan menurunnya tingkat kepercayaan publik.

Namun, penerapan strategi digital PR tidaklah tanpa tantangan. Kemensos perlu mengelola konten secara efektif, memastikan pesan yang disampaikan konsisten dan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin diusung, serta mengukur dampak dari setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan. Tantangan lain yang dihadapi adalah bagaimana membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik, terutama di tengah-tengah maraknya penggunaan media sosial yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat baik yang positif maupun negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Kemensos memanfaatkan media sosial dalam strategi digital PR mereka, serta untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi dan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Fokus penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas digital PR dalam konteks lembaga pemerintah dan memberikan rekomendasi praktis yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas komunikasi publik melalui media sosial.

TINJAUAN LITERATUR

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

Teori Komunikasi Dua Arah Simetris (Two-Way Symmetrical Model)

- Teori ini dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Model komunikasi dua arah simetris menekankan dialog dan timbal balik antara organisasi dan publiknya. Ini relevan untuk digital PR karena media sosial memungkinkan interaksi langsung dan real-time antara Kemensos dan masyarakat.

Teori Public Relation

Teori Manajemen Krisis (Crisis Management Theory)

- Teori ini membantu dalam memahami bagaimana organisasi menangani krisis komunikasi, yang sering terjadi di media sosial. Ini akan relevan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh Kemensos dalam mengelola isu-isu yang muncul di platform media sosial.

Teori Agenda Setting

- Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi agenda publik dengan menentukan topik apa yang dianggap penting. Dalam konteks digital PR Kemensos, teori ini bisa digunakan untuk menganalisis bagaimana Kemensos menggunakan media sosial untuk mengarahkan perhatian publik pada isu-isu sosial tertentu.

Teori Media Sosial

Teori Keterlibatan (Engagement Theory)

- Teori ini menjelaskan bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten di media sosial. Ini relevan untuk menganalisis tingkat keterlibatan publik dengan konten yang dipublikasikan oleh Kemensos di media sosial.

Public Relations

Public relations (PR) adalah bidang komunikasi yang bertujuan untuk membangun, memelihara, dan mengelola hubungan yang baik antara suatu organisasi dan publiknya. Menurut Rex Harlow, "Public relations adalah fungsi manajemen yang khas, yang membantu dalam menetapkan dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut." Tujuan Public Relation Tujuan PR meliputi : Menciptakan Kesadaran: Meningkatkan kesadaran publik terhadap keberadaan dan aktivitas organisasi, meningkatkan Kepercayaan, membangun kepercayaan publik terhadap organisasi melalui komunikasi yang transparan dan jujur, memperoleh Dukungan Publik, mendapatkan dukungan publik untuk program, kebijakan, atau kegiatan organisasi, menyampaikan Informasi, menyampaikan informasi yang benar dan bermanfaat kepada publik.

Fungsi dan Tujuan Public Relations diantaranya :

Membangun hubungan untuk memelihara hubungan baik antara organisasi dan publiknya. Manajemen komunikasi untuk mengelola komunikasi antara organisasi dan publik, untuk memastikan informasi yang tepat dan relevan disampaikan secara efektif.

Krisis manajemen untuk menangani dan mengelola situasi krisis dengan baik untuk melindungi reputasi organisasi.

Pengelolaan reputasi untuk membangun dan mempertahankan citra positif organisasi di mata publik.

Digital Public Relations

Digital Public Relations adalah evolusi dari PR tradisional yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk membangun, memelihara, dan mengelola hubungan dengan publik secara lebih efektif. Dengan menggunakan berbagai alat dan platform digital, Digital PR memungkinkan organisasi untuk mencapai audiens yang lebih luas,

meningkatkan keterlibatan, dan mengelola reputasi secara real-time. Hal ini menjadikan Digital PR sebagai komponen yang sangat penting dalam strategi komunikasi modern.

Element Digital Public Relations

Dalam menjalankan pekerjaannya seorang digital public relations (Online public relation) perlu memahami sifat media dan memiliki visi seberapa besar efektivitas, pengaruh terhadap public dan memahami mengapa media tersebut penting bagi publik. Elemen tersebut adalah transparency, porosity, the internet as an agent, richness in content, dan reach.

Definisi Media Sosial

Media sosial adalah alat berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi, dan menciptakan konten dalam jaringan sosial. Dengan elemen interaksi, konten yang dihasilkan pengguna, dan kemampuan untuk membangun komunitas virtual, media sosial telah menjadi alat penting dalam komunikasi modern dan kehidupan sehari-hari. Media sosial juga dapat diartikan sebuah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya berinteraksi, bekerjasama, berbagi komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Cahyono 2018).

Peneliti memilih media sosial sebagai objek penelitian karena media sosial menjadi fenomena yang luar biasa di lingkungan masyarakat global untuk itu diperlukan mediator yang mencegah terjadinya krisis informasi ataupun kesalahan pemahaman internal ataupun eksternal, dalam lingkup ini humas ataupun public relations berperan untuk menyalurkan informasi dan menjembatani kegiatan komunikasi dengan masyarakat. Sejalan dengan itu kita pun di hadapkan pada era informasi yang menuntut kita untuk dapat menerima dan memberikan informasi secara efektif dan efisien.

Penelitian terdahulu

Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian
Digital Public Relation dalam Pemanfaatan Program PKH Kementerian Sosial RI	Ahmad Haikal Kahfi, Winda Dwi Astuti Zebua	Kualitatif Deskriptif
Peran Penting Public Relation di Era Digital	Arini Ulfa Satira, Rossa Hidriani	Metode Kajian Literatur atau Studi Pustaka
Analisis Implentasi Digital Public Relation pada Konten Instagram @Alaminuniversal	Muhammad Syafaat, Delmia Wahyudin	Deskriptif Kualitatif

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan penyajian analisis secara deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah sebagai

lawannya adalah eksperimen yang mana peneliti sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menerangkan makna daripada generalisasi.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus. Metode penelitian yang menggunakan studi kasus adalah pendekatan yang mendalam dan komprehensif untuk memahami fenomena tertentu dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan menganalisis peristiwa, situasi, atau individu secara detail, seringkali dengan menggunakan berbagai sumber data seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Metode ini sangat berguna untuk mengembangkan teori, menggali proses yang kompleks, dan mendapatkan wawasan mendalam tentang konteks spesifik. Studi kasus sering digunakan dalam bidang-bidang seperti ilmu sosial, pendidikan, dan bisnis, di mana pemahaman yang mendalam tentang subjek penelitian lebih berharga daripada generalisasi luas. Keunggulan utama dari metode ini adalah kemampuannya untuk menangkap nuansa dan dinamika yang mungkin terlewatkan oleh metode penelitian lain, meskipun ada tantangan dalam hal generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas.

Fokus nya penelitian ini yaitu pada peran Pubik Relation dalam memanfaatkan sosial media untuk sebuah instansi publik, dalam memberikan informasi terkait bantuan agar bisa di akses informasi nya di sosial media Instagram dan Youtobe. Lokasi kementerian ini adalah di kementerian sosial yang beralamatkan di jalan Salemba Raya no 28 rw 96 Paseban Kecamatan Senen Kota Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 10430.

Teknik penentuan informan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode sampling yang setiap individu atau unit dari populasi tidak memiliki kemungkinan yang sama untuk di pilih. Teknik yang digunakan yaitu teknik purposefull sampling.

Informan

Luluk Sugyanto	Biro Humas Kemensos
Irawan	Biro Humas Kemensos
Ai Risti	Dirjen Jaminan Sosial

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara serta proses yang digunakan oleh penulis dalam mendapatkan informasi data yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif ataupun penelitian kuantitatif tentu samasama menggunakan data yang diperlukan dengan tujuan hal ini ialah untuk membantu penulis mendapatkan data atau informasi yang otentik. Dalam penelitian ini mengumpulkandata dengan cara sebagai berikut :

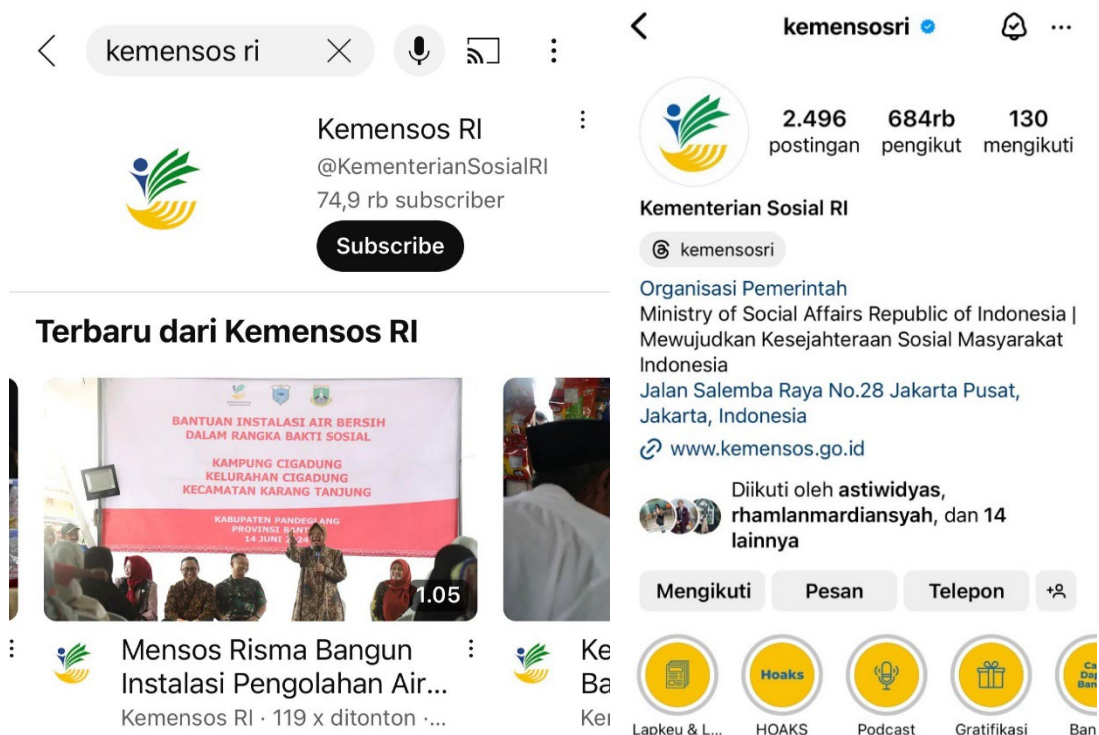
- a. Wawa Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan atau pendirian responden secara lisan dengan jalan bertanya langsung kepada responden" (Nasution, 2003).ncara
- b. Dokumentasi "Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dokumen primer maupun sekunder" (Nasution, 2003).

Uji keabsahan data penelitian ini menggunakan Triangulasi

1. Triangulasi sebagai metode mengolah data
2. Triangulasi sebagai sumber
3. Triangulasi sebagai Teknik
4. Triangulasi sebagai Waktu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pembahasan melalui wawancara ini , bagaimana strategi digital public relation yang diterapkan oleh Kemensos dalam memanfaatkan media sosial?. Dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial secara efektif, Kemensos dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap program-program sosial mereka. Strategi ini tidak hanya membantu dalam menyebarkan informasi yang relevan dan edukatif, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dan responsif dengan publik. Melalui interaksi yang aktif, manajemen krisis yang baik, dan analisis data yang tepat, Kemensos dapat mengelola reputasi mereka secara lebih efektif dan mendukung keberhasilan program-program sosial yang dijalankan.





Strategi digital public relations (PR) yang diterapkan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos) dalam memanfaatkan media sosial dapat mencakup beberapa aspek berikut :

1. Penggunaan Berbagai Platform Media Sosial

Kemensos memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Setiap platform memiliki karakteristik dan demografi pengguna yang berbeda, sehingga konten dapat disesuaikan sesuai dengan platform tersebut.

2. Konten yang Informatif dan Edukatif

Kemensos menyediakan konten yang informatif dan edukatif mengenai program-program sosial, kebijakan, dan layanan yang mereka sediakan. Konten ini mencakup artikel, infografis, video, dan siaran langsung yang memberikan informasi mendalam tentang isu-isu sosial yang relevan.

3. Interaksi dan Keterlibatan Publik

Kemensos aktif berinteraksi dengan publik melalui komentar, pesan langsung, dan sesi tanya jawab (Q&A) di media sosial. Ini membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat dan memberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan serta menangani keluhan secara langsung.

4. Manajemen Krisis

Kemensos memiliki strategi manajemen krisis yang efektif di media sosial. Ketika menghadapi isu atau krisis, mereka memberikan respon yang cepat dan transparan untuk mengatasi masalah tersebut. Mereka juga menggunakan media sosial untuk mengklarifikasi informasi yang salah atau menyesatkan yang beredar di masyarakat.

5. Kampanye Digital

Kemensos sering meluncurkan kampanye digital untuk meningkatkan kesadaran tentang program-program sosial tertentu. Kampanye ini biasanya menggunakan tagar (#) khusus untuk memudahkan pelacakan dan pengelompokan konten terkait, serta melibatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai aktivitas online.

6. Kerjasama dengan Influencer dan Tokoh Publik

Untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas pesan mereka, Kemensos bekerja sama dengan influencer, selebriti, dan tokoh publik yang memiliki pengaruh di media sosial. Kolaborasi ini membantu menyebarkan informasi secara lebih luas dan mendapatkan perhatian dari audiens yang lebih besar.

7. Penggunaan Data dan Analitik

Kemensos memanfaatkan alat analitik untuk memantau dan mengevaluasi kinerja konten di media sosial. Data ini digunakan untuk memahami tren, preferensi audiens, dan efektivitas kampanye. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk mengoptimalkan strategi konten dan komunikasi.

8. Pengelolaan Reputasi

Kemensos secara aktif memantau ulasan, komentar, dan sentimen publik di media sosial untuk mengelola reputasi mereka. Mereka berusaha untuk merespon secara proaktif terhadap umpan balik negatif dan memperkuat citra positif melalui konten yang inspiratif dan menunjukkan dampak positif dari program-program sosial mereka.

9. Keterlibatan dengan Komunitas dan Pemangku Kepentingan

Kemensos menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan komunitas dan pemangku kepentingan, termasuk LSM, organisasi masyarakat, dan pemimpin lokal. Ini membantu membangun jaringan dukungan yang lebih luas dan kolaboratif untuk menjalankan program sosial.

Implementasi Strategi

Contoh Implementasi:

YouTube Videos: Mengunggah video dokumenter atau testimoni dari penerima manfaat program sosial untuk menunjukkan dampak nyata dari inisiatif Kemensos.

Hashtag Campaigns: Meluncurkan kampanye tagar seperti #KemensosPeduli untuk menggalang dukungan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial

Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Kemensos dalam mengelola komunikasi melalui media sosial?

Mengelola komunikasi melalui media sosial memang penuh tantangan, tetapi dengan strategi yang tepat, Kemensos dapat mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan media sosial secara efektif untuk membangun hubungan yang kuat dengan publik, meningkatkan kesadaran p Mengelola komunikasi melalui media sosial memang memberikan banyak peluang, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan. Berikut adalah beberapa tantangan yang dihadapi oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos) dalam mengelola komunikasi melalui media sosial :

1. Manajemen Krisis

Tantangan: Media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan sangat cepat, termasuk informasi yang tidak akurat atau hoaks. Ketika terjadi krisis atau kontroversi, Kemensos harus merespons dengan cepat dan efektif untuk mengklarifikasi situasi dan mencegah penyebaran informasi yang salah.

2. Konsistensi Pesan

Tantangan: Menjaga konsistensi pesan di berbagai platform media sosial merupakan tantangan besar. Konten harus disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform tetapi tetap konsisten dengan pesan utama dan nilai-nilai Kemensos.

3. Sumber Daya Terbatas

Tantangan: Mengelola media sosial secara efektif memerlukan sumber daya manusia yang terlatih dan teknologi yang memadai. Sumber daya yang terbatas dapat menghambat kemampuan Kemensos untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi dan merespons interaksi publik secara efisien.

4. Keterlibatan Publik

Tantangan: Mempertahankan tingkat keterlibatan yang tinggi di media sosial memerlukan konten yang menarik dan relevan secara konsisten. Kemensos harus terus-menerus mencari cara baru untuk menarik perhatian dan melibatkan audiensnya.

5. Pengelolaan Umpan Balik

Tantangan: Menangani umpan balik dari publik, termasuk kritik dan keluhan, secara tepat waktu dan efektif adalah tantangan yang signifikan. Kemensos harus memiliki sistem yang baik untuk memantau dan merespons umpan balik ini agar tetap responsif terhadap kebutuhan dan kekhawatiran publik.



6. Keamanan dan Privasi

Tantangan: Menjaga keamanan data dan privasi informasi pribadi adalah hal yang sangat penting. Kemensos harus memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dikelola melalui media sosial dilindungi dengan baik untuk mencegah kebocoran dan penyalahgunaan.

7. Pengukuran dan Analisis

Tantangan: Mengukur efektivitas kampanye media sosial dan memahami dampaknya bisa sulit. Kemensos perlu menggunakan alat analitik yang canggih untuk melacak metrik yang relevan dan menilai keberhasilan inisiatif komunikasi mereka.

8. Adaptasi terhadap Perubahan Teknologi

Tantangan: Teknologi dan tren di media sosial berubah dengan cepat. Kemensos harus terus beradaptasi dengan perubahan ini dan tetap up-to-date dengan praktik dan alat terbaru untuk tetap efektif dalam komunikasi digital.

9. Koordinasi Internal

Tantangan: Koordinasi antara berbagai departemen dan tim di dalam Kemensos untuk memastikan pesan yang disampaikan di media sosial selaras dan terpadu bisa menjadi tantangan, terutama dalam organisasi besar.

10. Mengatasi Hoaks dan Disinformasi

Tantangan: Menangani penyebaran hoaks dan disinformasi yang dapat merusak reputasi dan kepercayaan publik. Kemensos harus memiliki strategi untuk mendeteksi dan mengatasi informasi yang salah dengan cepat.

Strategi Mengatasi Tantangan

Membangun Tim Media Sosial yang Kuat:

Meningkatkan kapasitas tim media sosial dengan pelatihan dan sumber daya yang memadai.

Menggunakan alat manajemen media sosial yang canggih untuk efisiensi.

Pengembangan Protokol Manajemen Krisis:

Membuat dan menguji rencana manajemen krisis yang dapat diaktifkan dengan cepat.

Menunjuk juru bicara yang terlatih untuk menghadapi media dan publik.

Pemantauan dan Analisis Data yang Tepat:

Menggunakan alat analitik untuk melacak kinerja kampanye dan memahami tren.

Melakukan survei reguler untuk mendapatkan umpan balik dari publik.

Strategi Konten yang Konsisten dan Relevan:

Mengembangkan kalender editorial untuk memastikan konsistensi pesan.

Menyesuaikan konten untuk berbagai platform media sosial.

Koordinasi Internal yang Efektif:

Mengadakan pertemuan reguler antar departemen untuk memastikan keselarasan pesan.

Menggunakan platform kolaborasi untuk meningkatkan koordinasi.

Perlindungan Data dan Keamanan:

Menerapkan kebijakan privasi yang ketat dan teknologi keamanan untuk melindungi data pengguna.

Melakukan audit keamanan secara berkala, dan mengelola reputasi mereka secara proaktif.

Bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap citra dan keterlibatan publik dalam program-program sosial Kemensos?

Pemanfaatan media sosial oleh Kemensos secara signifikan meningkatkan citra dan keterlibatan publik. Dengan strategi komunikasi yang efektif, transparansi, dan interaksi

langsung, Kemensos dapat membangun kepercayaan, meningkatkan kesadaran, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program-program sosial mereka. Hal ini tidak hanya membantu dalam mencapai tujuan-tujuan sosial, tetapi juga memperkuat hubungan antara Kemensos dan publik, menciptakan dampak positif yang berkelanjutan.

Pemanfaatan media sosial oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra dan keterlibatan publik dalam program-program sosial mereka. Berikut adalah beberapa cara media sosial mempengaruhi dua aspek ini:

Pengaruh Terhadap Citra Kemensos

Meningkatkan Kesadaran Publik

Media sosial memungkinkan Kemensos untuk menyebarkan informasi tentang program-program sosial mereka secara luas dan cepat. Dengan kampanye yang efektif, masyarakat menjadi lebih sadar akan inisiatif dan layanan yang ditawarkan oleh Kemensos. **Transparansi dan Akuntabilitas**

Melalui media sosial, Kemensos dapat menunjukkan transparansi dalam pelaksanaan program-programnya. Pengunggahan laporan kegiatan, penggunaan anggaran, dan hasil dari berbagai inisiatif sosial membantu membangun kepercayaan publik dan citra sebagai lembaga yang bertanggung jawab dan akuntabel.

Citra Positif Melalui Konten Edukatif

Dengan menyediakan konten yang edukatif dan informatif, Kemensos dapat memperkuat citra sebagai lembaga yang peduli dan berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Video edukasi, infografis, dan artikel tentang isu-isu sosial dapat menunjukkan peran aktif Kemensos dalam menyelesaikan masalah sosial.

Manajemen Krisis

Respons cepat dan efektif terhadap isu atau krisis di media sosial dapat membantu mempertahankan dan memperbaiki citra Kemensos. Penanganan krisis yang baik menunjukkan kesiapan dan profesionalisme dalam menghadapi tantangan.

Pengaruh Terhadap Keterlibatan Publik

Interaksi Langsung dengan Masyarakat

Media sosial memungkinkan Kemensos untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Menanggapi komentar, pesan, dan pertanyaan dari publik secara cepat dan efisien membantu membangun hubungan yang lebih erat dan partisipatif.

Partisipasi dalam Kampanye Sosial

Kemensos dapat mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kampanye sosial melalui media sosial. Misalnya, kampanye tagar (#) atau tantangan (challenges) dapat melibatkan publik dalam mendukung dan menyebarkan program-program sosial.

Feedback dan Umpan Balik

Media sosial menyediakan saluran bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik langsung tentang program-program Kemensos. Umpan balik ini sangat berharga untuk evaluasi dan perbaikan layanan.

Peningkatan Kepedulian Sosial

Konten yang menginspirasi dan menyentuh emosi dapat meningkatkan kepedulian sosial masyarakat. Cerita sukses, testimoni penerima manfaat, dan liputan tentang kegiatan

sosial dapat mendorong masyarakat untuk lebih peduli dan terlibat dalam program-program Kemensos.

Penguatan Komunitas Virtual

Media sosial memungkinkan pembentukan komunitas virtual di mana masyarakat yang peduli dengan isu-isu sosial dapat berkumpul, berbagi informasi, dan berkolaborasi. Ini membantu menciptakan jaringan dukungan yang lebih luas bagi program-program Kemensos.

Contoh Implementasi

Instagram Stories: Membagikan cerita harian tentang kegiatan Kemensos, termasuk behind-the-scenes, wawancara, dan testimoni penerima manfaat. YouTube: Mengunggah video dokumenter atau edukatif yang memberikan informasi mendalam tentang program-program sosial dan dampaknya.

Menurut salah satu Biro Humas kementerian sosial RI Luluk bahwa tujuan postingan dari kemensos sudah sesuai dengan program yang sudah direncanakan untuk masyarakat. Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan subjek sebagai berikut :

“Menurut saya, kalo dilihat dari sosial media nya memang terlihat seperti sudah mampu dan sudah sesuai dengan tujuan media sosial itu sendiri, contohnya adanya postingan mengenai bantuan sosial, bantuan terhadap anak-anak disabilitas dan postingan program pkh. Sehingga penyebaran informasi penting seputar program program yang sudah dirancang berjalan dengan lancar.”

Richness in content & reach

Dilanjutkan oleh Luluk selaku biro humas kementerian social RI tentang penilaian Richness in content & reach kementerian social.

“Kalau menurut saya sudah cukup bagus dalam penyediaan konten konten yang sudah di upload ke Instagram kemensos, dari pengambilan gambar ataupun videonya sudah berkualitas tinggi, mungkin hanya kurang siap tanggap saja dalam pengaduan yang masyarakat telah sampaikan.”

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah memiliki peran penting dalam merespon keluhan masyarakat di media sosial. Respons yang cepat, transparan, dan solutif dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat. Namun, pemerintah juga menghadapi tantangan dalam hal koordinasi dan penggunaan teknologi. Dengan meningkatkan strategi dan kebijakan, pemerintah dapat lebih efektif dalam menangani keluhan masyarakat dan membangun hubungan yang lebih baik dengan publik.

Dengan bahasan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemerintah dan peneliti lainnya dalam memahami dan meningkatkan respon terhadap keluhan masyarakat di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Azizah, d. d. (2022). peran humas digital pada publik eksternal direktorat jendral pendidikan.

CITRA LEMBAGA. Islamic Communication Journal, 5.

Givari, A. M. (2020). STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 3.

Idarwati Ningsih, 2. A. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di. *JURNAL MAPPESONA*, 15.

jurnal ilmu sosial dan pendidikan vol 6 no 4, 22.

Mandaru, s. S. (2022). praktik digital public relations dalam upaya meningkatkan citra positif perusahaan pt pln persero. *jurnal politikom indonesiana* , 47.

Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mukarom, Z. (2015). Management public relations . Bandung : Pustaka setia

bandung . Mukaromah, A. Y. (2019). PUBLIKASI PEMBERITAAN DALAM PEMBENTUKAN