

URGENSI PELATIHAN MEDIA SOSIAL BAGI PENINGKATAN KOMPETENSI PEGAWAI BIDANG KEHUMASAN: STUDI KASUS LEMHANNAS RI

Boy Anugerah⁽¹⁾, Yatik Wulandari⁽²⁾

¹⁾ Universitas Indonesia / MPR RI, Email: boy.anugerahsip@gmail.com

²⁾ Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia (Lemhannas RI), Email: yatik.wulandari@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

KEYWORDS:

officer's competence, public relation, social media, training

CORRESPONDENCE

Phone: 081212735156

Email: boy.anugerahsip@gmail.com

ABSTRACT

In the globalization era, the use of the social media is very massive. Social media is used as an instrument to

facilitate communication between institution and public, inform the activities of organization to be well-known by public, and strengthen the public awareness towards the existence of organization that uses the social media. Nevertheless, the use of social media also causes negative impacts, such as the existence of hoaxes and hate speeches, radicalism propaganda, and the increasing number of organized crimes. Therefore, it is a need for organization, particularly governmental institutions, to have the reliable public relation officers that can operate the social media to support the productivity, both for individual and organization, as well as to minimize the negative sides of the social media. This research aims to recommend social media training which is needed to enhance the competences of public relation officers. This research uses the qualitative descriptive approach. The data are collected through a desk research and case study method. The results of research show that the social media training is really needed to enhance the competences of public relation officers in governmental institution.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi sebagai ciri khas globalisasi telah mendorong banyak perusahaan swasta untuk menggunakan media sosial dalam mempromosikan aktivitas dan produk-produknya. Penggunaan media sosial dipandang lebih efektif dan efisien ketimbang cara-cara konvensional yang ditempuh selama ini mengingat masifnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, khususnya di kalangan

generasi muda. Langkah yang ditempuh oleh perusahaan-perusahaan swasta tersebut juga diikuti oleh institusi-institusi pemerintah seperti berbagai kementerian dan lembaga negara untuk menginformasikan dan menyosialisasikan kegiatan-kegiatan dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter, digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan publik. Penggunaan berbagai platform media sosial tersebut diharapkan dapat membantu publik untuk mengetahui kegiatan dan kebijakan yang

dilakukan dan dibuat oleh institusi pemerintah, sekaligus sebagai sarana untuk memetakan opini publik dan menerima masukan dari publik atas kegiatan dan kebijakan yang dilakukan (Widya, 2021).

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media sosial didefinisikan sebagai laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk dapat membuat dan membagikan informasi tertentu dalam suatu jaringan sosial. Gohar F. Khan dalam bukunya yang berjudul "*Social Media for Government*" secara sederhana mengartikan media sosial sebagai sebuah platform berbasis internet yang sangat praktis untuk digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten yang meliputi informasi, opini, dan minat, dalam konteks yang sangat beragam kepada khalayak (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi berbasis web 2.0., dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Haenlein, 2010). Van Dijk mengartikan media sosial sebagai platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (Nasrullah, 2017).

Masih banyak lagi definisi lainnya yang diberikan oleh para ahli untuk media sosial. Namun demikian, jika ditelaah lebih jauh, terdapat beberapa karakteristik umum yang dimiliki oleh sebuah platform untuk dapat dikategorikan sebagai media sosial. Pertama, platform tersebut merupakan platform yang berbasis pengguna. Yang dimaksudkan dengan berbasis pengguna di sini adalah konten yang berada pada media tersebut sepenuhnya berada dalam kendali para pengguna platform tersebut, bukan bersifat satu arah yang mana *webmaster* memegang kendali. Kedua, platform bersifat interaktif. Ketiga, pengguna merupakan pembuat konten. Keempat, pengguna memiliki otoritas penuh untuk menentukan sendiri

pengaturan akunnya. Kelima, platform yang ada bergantung pada hubungan antarpengguna hingga komunitas yang terbentuk. Keenam, platform tersebut memberikan peluang koneksi yang nyaris tidak terbatas. Ada banyak sekali jenis media sosial. Namun demikian, berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh *We Are Social dan Hootsuite* pada Januari 2018, sedikitnya ada empat kanal media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, yakni YouTube, Facebook, Instagram, serta Twitter (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018).

Pemerintah Indonesia menyadari dinamika dan perubahan yang terjadi dalam pengelolaan arus informasi. Pola komunikasi yang dijalankan terhadap publik tidak lagi dapat dijalankan secara konvensional seperti diskusi tatap muka atau sosialisasi secara langsung. Selain terbatas oleh dana, waktu, dan tenaga yang tidak sedikit, daya jangkauannya juga terbatas, bahkan cenderung tidak efektif dan efisien. Oleh sebab itu, pemerintah memandang perlu untuk menggunakan berbagai platform media sosial sebagai sarana untuk menginformasikan dan menyosialisasikan kegiatan dan kebijakan pemerintah. Di berbagai kementerian dan lembaga negara, penggunaan media sosial berada di bawah kendali Divisi atau Biro Humas dengan pegawai bidang kehumasan sebagai pelaksananya. Yang (2015) memberikan penjelasan bahwa beberapa studi mendukung media sosial sebagai platform bagi humas dalam menjalankan fungsi komunikasi publik. Studi lainnya menyebutkan bahwa media sosial merupakan sarana untuk menjalankan komunikasi yang bersifat strategis.

Pengelola media sosial di institusi-institusi pemerintah seperti Divisi atau Biro Humas dapat melakukan analisis perkembangan profil dan pembaruan media sosial dalam interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan, tidak hanya kepada publik, tapi juga kepada sesama institusi pemerintah. Dalam tataran praktis, muncul terminologi humas 2.0. yang mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan

komunikasi dalam pengelolaan kehumasan. Kurniasih (2013) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal penting yang digarisbawahi dalam penggunaan media sosial oleh humas pemerintah. Pertama, media sosial dikonstruksikan untuk menjaga dan mendorong peningkatan reputasi lembaga, serta menggali aspirasi publik. Kedua, media sosial adalah platform interaktif. Oleh sebab itu, media sosial harus bisa dimanfaatkan oleh humas untuk semakin dekat kepada publik. Ketiga, media sosial adalah sarana dokumentasi secara daring untuk melengkapi dokumentasi lainnya yang dilakukan secara konvensional. Keempat, media sosial memiliki kapasitas untuk menjangkau publik secara luas sehingga diperlukan pemahaman yang baik dalam penyebaran informasi dan metode berkomunikasi yang bersifat lintas budaya.

Penggunaan media sosial oleh institusi pemerintah tidak semata-mata berorientasi pada objektif yang ditetapkan. Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah juga mewajibkan kepatuhan dari institusi yang menjalankan terhadap etika dalam penggunaan media sosial tersebut. Terkait hal ini, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Kemenpan RB) telah mengeluarkan pedoman penggunaan media sosial yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Regulasi ini menjelaskan secara terperinci mengenai etika-etika yang harus dipatuhi dalam pemanfaatan media sosial, yakni; (1) menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, (2) memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, serta integritas, (3) menjaga rahasia negara dan melaksanakan sumpah jabatan, (4) menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah, (5) menghormati kode etik pegawai negeri, (6) menyampaikan dan menerima informasi publik yang benar, tepat, dan akurat, (7) menghargai, menghormati,

dan membina solidaritas, serta nama baik instansi dan perorangan, serta (8) melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan dalam peraturan perundang-undangan (Kementerian Pertahanan Republik Indonesia, 2017).

Merujuk pada kompleksitas tujuan dan etika dalam penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah tersebut, maka sudah menjadi sebuah keharusan bagi instansi pemerintah untuk memiliki pengawas atau pegawai bidang kehumasan yang handal dan terampil. Agar mampu menggunakan media sosial dengan baik bagi kepentingan instansi, dibutuhkan pegawai bidang kehumasan yang memiliki kompetensi yang mumpuni dalam mengoperasikan media sosial. Namun demikian, inilah yang menjadi salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh instansi-instansi pemerintah, baik di level pusat maupun daerah. Beberapa permasalahan yang berhasil diidentifikasi dari berbagai instansi pemerintah, salah satunya Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia (Lemhannas RI), antara lain minimnya kapasitas dan kompetensi pegawai yang beroperasi di meja pelayanan informasi publik sehingga pelayanan informasi publik yang diberikan menjadi kurang optimal, masih dibutuhkannya bimbingan bagi tenaga *Ad Hoc* Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dari masing-masing unit kerja dalam hal pengoperasian sistem informasi maupun pentingnya PID dalam suatu badan publik, belum adanya tim pengelola media sosial untuk berbagai platform, serta keterbatasan sarana, prasarana, termasuk anggaran untuk penyelenggaraan kegiatan kehumasan yang menggunakan media sosial (Wulandari, 2020).

Merujuk pada permasalahan tersebut, maka dipandang perlu untuk merumuskan sebuah kegiatan pelatihan media sosial yang ditujukan bagi pegawai bidang kehumasan di instansi-instansi pemerintah guna meningkatkan kompetensi mereka. Pelatihan juga diharapkan dapat menjadi bekal bagi mereka dalam berkompromi dan menyiasati segala keterbatasan yang ada agar kegiatan kehumasan

yang menggunakan media sosial sebagai sarana tetap dapat mencapai objektif secara optimal. Penulisan artikel jurnal ini dimaksudkan untuk memetakan permasalahan kapasitas dan kompetensi yang dihadapi oleh pegawai bidang kehumasan di instansi-instansi pemerintah dalam menggunakan media sosial sehingga dari pemetaan permasalahan tersebut dapat dirumuskan metode pelatihan media sosial yang relevan dan sesuai kebutuhan instansi-instansi pemerintah. Hasil dari penelitian dan penulisan ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi para pimpinan instansi pemerintah untuk secara berkesinambungan meningkatkan kapasitas pegawainya, termasuk juga unit kerja yang mampu tugas dan tanggung jawab kehumasan melalui pemanfaatan media sosial.

Kajian Literatur

Mengawali tahun 2020, Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia (Kemsetneg RI) bekerja sama dengan Facebook Indonesia menyelenggarakan kegiatan Setneg Mantul (Setneg Mantap Betul) seri kelima edisi Lokakarya Pengelolaan Media Sosial Bagi Instansi Pemerintah. Lokakarya yang diselenggarakan tersebut bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan tentang manajemen media sosial yang baik dan benar, termasuk pemahaman mengenai urgensi beretika dalam bermedia sosial sehingga mampu memberikan manfaat yang optimal bagi penggunanya, khususnya bagi institusi pemerintah. Dalam pelatihan tersebut, pejabat Kemsetneg RI yang ditunjuk untuk berbicara pada lokakarya tersebut menyampaikan bahwa tugas pemerintah, khususnya yang mampu bidang kehumasan adalah menyebarluaskan informasi dan kebijakan yang diproduksi oleh pemerintah kepada publik, menyerap dan mengolah aspirasi masyarakat, serta menggalang kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi pemerintah. Melalui media sosial, dapat dilakukan upaya-upaya kreatif dan persuasif terhadap publik.

Penyelenggaraan lokakarya oleh Kemsetneg RI tersebut didasari oleh beberapa situasi dan

alasan. Pertama, komunikasi melalui media sosial merupakan bukti konkret perkembangan dalam dunia komunikasi dan informasi saat ini. Meskipun seperti pisau bermata dua, di satu sisi positif, namun di sisi lain bersifat negatif, komunikasi melalui media sosial memiliki efektivitas tinggi untuk penyebarluasan informasi secara cepat dan langsung kepada khalayak ramai. Kedua, adanya tuntutan bagi humas pemerintah untuk cepat beradaptasi, bertransformasi, dan berkolaborasi melawan sisi negatif media sosial seperti berita palsu, berita yang menyesatkan, serta ujaran kebencian. Untuk melawan sisi negatif tersebut, humas dan para pengawaknya harus kapabel dalam memproduksi dan menyebarkan informasi positif terkait kerja dan kinerja pemerintah sehingga mampu membentuk opini publik yang baik. Ketiga, beragamnya platform media sosial yang tersedia membutuhkan kejelian untuk merumuskan strategi sesuai dengan karakteristik dan keunggulan masing-masing media sosial sehingga bermanfaat secara optimal bagi instansi pemerintah (Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2020).

Tak hanya di level pusat, pemerintah di level daerahpun menyelenggarakan pelatihan media sosial guna meningkatkan kapasitas para pengawak media sosial. Hal ini salah satunya dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ciamis yang menyelenggarakan kegiatan Webinar Pengelolaan Media Sosial yang diikuti oleh Diskominfo se-Jawa Barat. Dasar pelaksanaan pelatihan ini adalah sebagai tindak lanjut terhadap Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 29 Tahun 2019 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Melalui Media Sosial di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Pelatihan ini ditujukan untuk memperkuat wawasan tentang pengelolaan media sosial yang baik dan benar, termasuk bagaimana beretika di media sosial sehingga mampu memberikan manfaat yang optimal bagi para penggunanya. Seperti yang dinyatakan pejabat Diskominfo Jabar pada kegiatan webinar tersebut, pengelolaan media sosial pada

instansi pemerintahan sangatlah penting dalam penyebarluasan informasi layanan masyarakat dan capaian pembangunan.

Merujuk pada pernyataan penyelenggara kegiatan, webinar diselenggarakan dengan mengacu pada beberapa alasan. Pertama, Di tahun 2020, terjadi transformasi humas di era industri 4.0. Indonesia sendiri diproyeksikan menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara. Oleh sebab itu, humas, khususnya para pengawak humas di instansi-instansi pemerintah, harus dapat bertransformasi sesuai dengan perkembangan zaman. Kedua, pelatihan media sosial diselenggarakan untuk meningkatkan kompetensi pegawai bidang kehumasan agar mampu melakukan pengelolaan komunikasi publik yang dilengkapi dengan kapasitas untuk menangkap berbagai isu yang berkembang di publik, memberikan respons secara tepat, melakukan koordinasi dan komunikasi agar semua komponen pemerintah memiliki informasi yang cukup, menyampaikan informasi yang akurat mengenai kebijakan pemerintah di berbagai kanal, menjadi rujukan informasi yang sah, serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Ketiga, pelatihan yang diselenggarakan merupakan respons atas perubahan masyarakat industri menjadi masyarakat informasi. Oleh sebab itu, komunikasi antara instansi pemerintah dengan publik bukan lagi sesuatu yang harus disikapi sebagai *business as usual*. Oleh sebab itu, dibutuhkan tenaga kehumasan yang handal di setiap instansi pemerintah dalam melakukan pengoperasian media sosial (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2020).

Apa yang ditempuh oleh Kemensetneg RI dan Pemprov Jabar dalam meningkatkan pengetahuan dan keahlian para pegawainya dalam mengoperasikan media sosial guna mencapai objektif bidang kehumasan masing-masing instansi selaras dengan teori dan konsep mengenai pelatihan sebagai mekanisme untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Menurut Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah, pelatihan merupakan sebuah proses sistematis

pengubahan perilaku para pegawai dalam suatu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan organisasional. Pelatihan menjadi suatu hal yang penting dalam rangka mempertahankan, menjaga, serta memelihara pegawai untuk dapat secara terus-menerus meningkatkan kinerjanya (Ambar Teguh Sulistiyani, 2003). Sedangkan menurut Rivai dan Sagala, pelatihan dimaknai sebagai sebuah proses sistematis untuk mengubah tingkah laku para pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan sangat terkait erat dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya saat ini (H.V. Rivai, 2011). Pelatihan sendiri memiliki tujuan yang hendak dicapai. Menurut Henry Simamora, tujuan pelatihan antara lain; (1) memperbaiki kinerja, serta memutakhirkan keahlian para pegawai sejalan dengan kemajuan teknologi, (2) mengurangi waktu belajar bagi pegawai baru supaya menjadi kompeten, (3) membantu memecahkan permasalahan operasional, (4) mempersiapkan pegawai untuk promosi, (5) memenuhi kebutuhan pertumbuhan pribadi (Simamora, 2006).

Merujuk pada berbagai teori tersebut, kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh Kemensetneg RI dan Pemprov Jabar sebagai contoh instansi-instansi pemerintah secara prosedural telah memenuhi unsur pelatihan dalam rangka meningkatkan kecakapan pegawai bidang kehumasan terkait penggunaan media sosial. Namun demikian, secara substansial, pelatihan yang diselenggarakan bisa dikatakan belum cukup optimal apabila mengacu pada kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh pegawai bidang kehumasan terkait penggunaan media sosial itu sendiri. Permasalahan meliputi banyak aspek seperti keragaman media sosial, kecakapan memilih media sosial yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsi organisasi, aturan-aturan serta etika dalam bermedia sosial, mekanisme monitoring dan evaluasi dalam produksi produk-produk di media sosial, dan masih banyak lagi. Dengan demikian, metode pelatihan yang hanya dikemas dalam bentuk webinar singkat dan bersifat hanya untuk

menambah wawasan saja tapi minim penguatan keahlian dikhawatirkan tidak mampu memberikan keahlian dan kapasitas yang mumpuni dan komprehensif bagi para pegawai dalam mengemban tugasnya.

Merujuk pada berbagai teori mengenai pelatihan sendiri seperti yang dipaparkan dalam berbagai rujukan akademik di atas, terdapat kelemahan dalam mendefinisikan pelatihan jika dikaitkan dengan konteks permasalahan dalam instansi pemerintah. Pelatihan tidak bisa sekedar dimaknai atau dipersempit pada pemaknaan mengenai bagaimana mengubah perilaku pegawai dan meningkatkan pengetahuan dan keahlian mereka saja. Hal ini mungkin cocok untuk diterapkan di perusahaan-perusahaan swasta yang berorientasi pada profit atau keuntungan. Dalam artian jika kompetensi pegawai bagus, maka kontribusi kepada perusahaan akan positif dalam bentuk citra yang baik bagi perusahaan, laba, dan sebagainya. Akan tetapi dalam konteks pemerintahan, pelatihan juga dimaknai sebagai mekanisme untuk menguatkan nilai pengabdian dan pelayanan para pegawai itu sendiri kepada publik atau masyarakat yang menjadi audiens mereka. Selain tentu saja pengetahuan dan keahlian yang berkorelasi lurus dengan manfaat yang diberikan kepada instansi yang notabene merupakan representasi pemerintah yang memiliki legalitas dalam mengelola kehidupan berbangsa dan bernegara. Oleh sebab itu, penelitian ini akan merumuskan sebuah metode pelatihan yang komprehensif, yang tidak hanya memenuhi unsur-unsur pelatihan dalam penguatan kompetensi pegawai bidang kehumasan saja, tapi juga penguatan nilai pengabdian dan pelayanan para aparatur negara bidang kehumasan kepada masyarakat, bangsa, dan negara. Inilah yang menjadi unsur kebaharuan (*novelty*) dalam penelitian ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif (*qualitative*

approach). Penelitian kualitatif dilakukan guna menggali informasi mengenai suatu fenomena dan melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Pada penelitian kualitatif, yang menjadi poin penekanan ialah persoalan kualitas, bukan pada kuantitas atau banyaknya jumlah data yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, eksistensi dan kemampuan peneliti memainkan peran penting dalam memahami dan menginterpretasikan objek yang diteliti (Kriyantono, 2012). Secara khusus, penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif sendiri dimaksudkan untuk menggambarkan, merangkum berbagai situasi, kondisi, dan realitas sosial di masyarakat yang menjadi objek penelitian, serta menarik realitas sosial tersebut ke permukaan sebagai sebuah karakter, sifat, model, ciri, sekaligus tanda dan gambaran mengenai situasi, kondisi, serta fenomena tertentu (Bungin, 2011).

Penulis sendiri secara objektif memilih pendekatan kualitatif dengan mengacu pada fenomena yang ditelaah dalam penelitian ini, yakni tantangan penggunaan media sosial oleh pegawai bidang kehumasan yang menuntut penulis untuk mencari makna dan memberikan karakter, sifat, model, ciri, tanda, sekaligus gambaran terhadap fenomena tersebut. Lebih jauh, objek yang diteliti dalam penelitian ini menuntut penulis untuk menggunakan kapasitas kognitif dalam melihat, mencermati, serta mengkonstruksi pemahaman mengenai fenomena yang terjadi melalui proses pengumpulan data yang relevan dan kredibel dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *desk research* dan studi kasus dalam pengumpulan data. *Desk research* artinya adalah data-data yang dikumpulkan adalah data sekunder yang diperoleh dari aktivitas mereferensi berbagai sumber ilmiah dan populer, serta sumber-sumber kredibel lainnya yang relevan dengan tema penelitian yang dilakukan. Sedangkan studi kasus adalah peneliti menelaah kasus tertentu untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai objek yang diteliti.

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak awal Maret 2020 lalu menjadi restriksi tersendiri bagi penulis untuk turun ke lapangan secara langsung melakukan studi banding (*benchmark*) ke berbagai instansi pemerintah, selain instansi tempat peneliti sendiri bekerja sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada berbagai landasan teoretis yang digunakan, dapat ditarik sebuah sintesa teori bahwa pelatihan pada intinya merupakan sebuah proses yang berlangsung secara sistematis dalam rangka mengubah perilaku para pegawai, meningkatkan keahlian dan kemampuan pegawai dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya agar mampu berkontribusi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh sebab itu, ada tiga hal yang harus dijadikan pedoman dalam perumusan sebuah bentuk pelatihan media sosial bagi pegawai bidang kehumasan, yakni; (1) sebuah proses yang bersifat sistematis, (2) sebuah mekanisme pelatihan yang mampu meningkatkan wawasan dan keahlian, dan (3) sebuah bentuk pelatihan yang mampu memfasilitasi tercapainya tujuan organisasi, dalam hal ini instansi pemerintah. Karena organisasi yang menaungi adalah instansi pemerintah, yang artinya tidak berorientasi profit, melainkan pelayanan kepada masyarakat sebagai audiens, maka pelatihan yang dijalankan juga harus mampu meningkatkan komitmen dan kapasitas pelayanan dari pegawai instansi pemerintah tersebut.

Untuk studi kasus, instansi yang bisa dicermati aktivitasnya adalah Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia (Lemhannas RI), sebagai instansi pemerintah yang berstatus sebagai Lembaga Pemerintah Non-Kementerian (LPNK). Secara umum, Lemhannas RI memiliki tugas pokok dan fungsi membantu presiden dalam hal menyelenggarakan pendidikan penyiapan kader dan pemantapan pimpinan tingkat nasional, menyelenggarakan pengkajian

yang bersifat konseptual dan strategis mengenai berbagai permasalahan nasional, regional, dan internasional yang diperlukan oleh presiden guna menjamin keutuhan dan tetap tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), serta menyelenggarakan pemantapan nilai-nilai kebangsaan yang terkandung di dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, nilai-nilai Pancasila, serta nilai-nilai dalam Bhinneka Tunggal Ika.

Seperti halnya instansi pemerintah lainnya, sebagai sebuah lembaga negara, Lemhannas RI juga memiliki dan menyelenggarakan fungsi kehumasan. Merujuk kepada Peraturan Gubernur Lemhannas RI Nomor 12 Tahun 2017 tanggal 20 Desember 2017 tentang Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lemhannas RI. Biro Hubungan Masyarakat atau disingkat Rohumas, mempunyai tugas melaksanakan penerangan dan publikasi, pengelolaan informasi dan dokumentasi, keprotokolan dan peliputan, serta pengelolaan perpustakaan. Rohumas Lemhannas RI memiliki tiga bagian, yakni Bagian Penerangan, Bagian Protokol dan Peliputan, serta Bagian Perpustakaan (Wulandari, 2020). Dari ketiga bagian tersebut, yang memiliki keterkaitan erat dengan pengelolaan media sosial adalah Bagian Penerangan (Bagpen), khususnya Subbagian Informasi dan Dokumentasi (Subbag Infodok). Secara garis besar, Subbag Infodok ini memiliki tugas pokok dan fungsi dalam menghimpun dan menyiapkan informasi publik yang diperoleh dari seluruh unit kerja di lingkungan Lemhannas RI, serta membantu dalam merancang konten yang menarik untuk media sosial.

Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi tersebut, Subbag Infodok Bagpen Rohumas Lemhannas RI berpedoman pada regulasi yang ditetapkan, yakni Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) yang kemudian dalam lingkup internal Lemhannas RI diturunkan ke dalam Peraturan Gubernur Lemhannas RI Nomor 4 Tahun 2013 tanggal 21 Januari 2013 tentang Organisasi Pengelola Informasi dan Dokumentasi di Lingkungan Lemhannas RI,

serta Keputusan Gubernur Lemhannas RI Nomor 16 Tahun 2013 tanggal 28 Januari 2013 tentang Penetapan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) di Lingkungan Lemhannas RI. Melalui kepatuhan terhadap UU KIP, Lemhannas RI berkomitmen untuk membuka akses sebesar-besarnya kepada publik terkait aktivitas pelayanan yang dilakukan, serta kebijakan-kebijakan Lemhannas RI. Hal ini merupakan pengejawantahan komitmen Lemhannas RI untuk menciptakan tata kelola pemerintah yang terbuka, baik, dan bersih, serta bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN).

Menyikapi fenomena penggunaan media sosial yang sangat masif sebagai instrumen untuk menjalankan tugas pokok dan fungsi kehumasan, maka Subbag Infodok Rohumas Lemhannas RI juga turut menggunakan berbagai platform media sosial untuk menunjang tugasnya. Tercatat hingga saat ini, ada empat platform dominan yang digunakan, yakni Instagram, Facebook, Twitter, serta YouTube. Penggunaan platform-platform tersebut adalah sebagai sarana untuk memberikan pelayanan informasi kepada publik. Penggunaan media sosial juga dimaksudkan untuk melengkapi media dan metode konvensional yang selama ini sudah diterapkan seperti pelayanan informasi melalui sambungan telepon atau fax dengan nomor pelayanan +6221-3832463, surat elektronik dengan alamat humas@lemhannas.go.id, penggunaan website dengan alamat <http://ppid.lemhannas.go.id/>.

Selain menggunakan perangkat-perangkat elektronik tersebut, permintaan informasi publik juga dapat dilakukan dengan mengunjungi Ruang Pelayanan Informasi dan Dokumentasi Lemhannas RI di Gedung Astagatra Lantai II, Jalan Medan Merdeka Selatan Nomor 10 Jakarta Pusat (Wulandari, 2020).

Penggunaan beberapa fitur konvensional tersebut sejauh ini cukup optimal dalam mendukung fungsi pelayanan informasi publik bagi Lemhannas RI. Akan tetapi kecepatan dan luasnya jangkauan dalam menyajikan informasi

menjadi terbatas karena pola komunikasi yang dilakukan bersifat satu arah, yakni hanya memberikan informasi kepada pihak yang hendak mengetahui informasi tersebut saja. Oleh sebab itu, fitur-fitur media sosial yang digunakan seperti Instagram, Facebook, Twitter, hingga YouTube menjadi sarana terciptanya komunikasi yang dialogis antara Lemhannas RI dengan publik yang hendak mendapatkan informasi. Lemhannas RI sebagai instansi pemerintah juga memiliki peluang untuk menginformasikan dan menyosialisasikan hal-hal positif yang sudah dilakukan guna memperkuat citra diri di mata publik. Dalam operasionalisasi media sosial tersebut, Subbag Infodok Rohumas diperkuat oleh para personel yang menjalankan tugas dan fungsi masing-masing. Adapun tugas dan fungsi dalam mengelola media sosial terkait erat dengan indikator efektivitas dalam penggunaan media sosial itu sendiri (Wulandari, 2020).

Dalam lingkup Lemhannas RI, media sosial yang digunakan mengacu pada lima aspek utama, yakni jangkauan, frekuensi dan lalu lintas, pengaruh, percakapan dan keberhasilan, serta aspek keberlanjutan. Aspek jangkauan dijadikan indikator dengan menganalisis seberapa banyak jumlah tautan yang merujuk ke pesan yang disampaikan, jumlah *tweet* dan *retweet* tentang pesan yang dimuat, jumlah orang yang membicarakan pesan, serta jumlah hubungan baru yang terbentuk. Aspek frekuensi dan lalu lintas menganalisis faktor kuantitas yang mencakupi jumlah kunjungan, jumlah pengunjung, serta jumlah pengunjung yang kembali. Aspek pengaruh menganalisis seberapa jauh jangkauan percakapan yang dilakukan, yang meliputi pembahasan mengenai pesan dan isi, komentar tentang pesan dan isi, *retweet*, serta jumlah *sharing* dan pesan yang dikirimkan. Aspek percakapan dan keberhasilan menganalisis tentang tindakan yang diharapkan dan tingkat keberhasilannya. Sedangkan aspek keberlanjutan menganalisis mengenai status dari khalayak, apakah hanya melakukan sekali tindakan atau justru menjadi *client* atau

ambassador dari produsen berita (Wulandari, 2020).

Mencermati aspek-aspek dalam penggunaan media sosial tersebut, terlebih lagi dikaitkan dengan tugas pokok dan fungsi yang dijalankan Lemhannas RI sebagai sebuah lembaga pemerintah, tentu bukanlah hal yang mudah bagi para pegawai bidang kehumasan untuk menjalankannya. Selain tentu saja harus memiliki latar belakang pendidikan kehumasan yang memadai, mereka juga dituntut untuk memiliki pengetahuan yang luas mengenai ragam media sosial, kompatibilitasnya dengan tugas pokok dan fungsi instansi yang digarap, kapasitas untuk memonitoring, mengukur, serta mengevaluasi efektivitas dan efisiensi penggunaan media sosial, sinergi dengan instrumen konvensional yang dijalankan, hingga aspek-aspek etika dalam bermedia sosial yang harus dipatuhi. Khusus untuk pedoman beretika dalam bermedia sosial, para pengawas kehumasan Lemhannas RI berpedoman pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Beberapa etika yang harus dipatuhi misalnya menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah, menghormati kode etik pegawai negeri, serta menjaga kerahasiaan negara dan melaksanakan sumpah jabatan (Kementerian Pertahanan Republik Indonesia, 2017).

Selain berbagai kompleksitas dalam operasionalisasi media sosial, para pengawas juga dituntut untuk memahami dinamika sosial dari media sosial sendiri sebagai sarana informasi dan komunikasi. Inilah yang penulis sebut sebagai sebuah proses yang tidak mudah untuk dilakukan oleh para pegawai bidang kehumasan. Setidaknya ada dua fenomena yang mengemuka akhir-akhir ini. Pertama, maraknya ujaran kebencian, hoaks, dan berita palsu yang berlebarnya di media sosial sehingga berdampak negatif terhadap kerja dan kinerja instansi pemerintah. Kedua, konsekuensi hukum bagi mereka yang melakukan aktivitas memproduksi

atau menyebarkan konten-konten yang bersifat negatif tersebut. Hal ini disebabkan karena mereka yang melakukan aktivitas di media sosial harus mematuhi rambu-rambu beraktivitas yang ditetapkan oleh pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2016). Terkait dengan dua dinamika tersebut, para pegawai atau pengawas bidang kehumasan juga dituntut untuk memiliki kecakapan dalam mengidentifikasi aspek-aspek negatif dalam penggunaan media sosial, serta mampu menjalankan peran edukasi dalam setiap pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

Dalam pengamatan penulis, terdapat beberapa hal yang masih harus dikembangkan dan diperbaiki untuk memperkuat kapasitas pengawas bidang kehumasan di Lemhannas RI, termasuk juga di instansi-instansi pemerintah lainnya. Kendala pertama adalah belum adanya tim khusus yang benar-benar fokus menangani media sosial. Pengawas yang ada juga mengemban tugas dan tanggung jawab untuk melakukan fungsi PID lainnya seperti mengelola informasi dan melakukan dokumentasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di masing-masing unit kerja. Kendala kedua adalah keterbatasan jumlah personel yang dimiliki. Kendala ketiga adalah kecepatan media sosial sendiri untuk bertransformasi dan berdinamika sesuai dengan kemajuan teknologi dan perubahan di masyarakat. Hal inilah yang sulit diikuti oleh para pengawas bidang kehumasan, terlebih lagi mereka terkendala jumlah sumber daya manusia dan beban kerja (*workload*) yang cukup banyak. Oleh sebab itu, dibutuhkan pilihan solusi yang tepat. Permasalahan yang dihadapi oleh Lemhannas RI pada hakikatnya juga terjadi pada instansi-instansi pemerintah lainnya seperti Kemensetneg RI dan Permprov Jabar sehingga mendorong kedua instansi tersebut untuk melakukan pelatihan peningkatan kompetensi pegawai bidang kehumasan dalam

menggunakan media sosial. Langkah ini jugalah yang menurut hemat penulis bisa dipilih dan diterapkan oleh Lemhannas RI.

Merujuk pada postur permasalahan yang ada di Rohumas Lemhannas RI yang menjadi lokus studi kasus, formulasi jenis pelatihan yang akan dilakukan harus mencakupi tiga unsur utama, yakni jangka waktu, sekup pelatihan, serta bentuk pelatihan itu sendiri. Pelatihan yang baik adalah pelatihan yang dilakukan secara sistematis dan berjenjang. Oleh sebab itu, pilihan pelatihan tidak bisa dilakukan secara situasional dan sporadis seperti menyelenggarakan pelatihan singkat atau webinar saja. Dibutuhkan pelatihan yang bersifat berjenjang dan jangka panjang. Secara praktis, dalam konteks penguasaan media sosial, pelatihan yang dilakukan bisa ditempuh dalam waktu satu tahun dengan perincian tiga kali pelatihan dalam setahun. Masing-masing pelatihan bisa digelar selama satu minggu penuh dengan analisis praktik dan evaluasi dampak untuk empat bulan ke depan. Sedangkan dari sisi sekup pelatihan, pelatihan yang diberikan tidak hanya bersifat menambah wawasan atau ilmu pengetahuan saja, tapi pelatihan yang mampu memberikan keahlian praktis kepada para pengawak kehumasan, bahkan hingga keahlian praktis tingkat mahir. Hal ini akan menjadikan pelatihan sebagai sarana investasi jangka panjang bagi instansi pemerintah yang menjalankan. Model ini akan lebih terasa manfaatnya tatkala sebuah instansi banyak mengerjakan pengawak bidang kehumasan yang justru tidak memiliki kompetensi di bidang kehumasan karena kendala sumber daya manusia yang ada pada organisasi tersebut.

Terkait bentuk pelatihan yang dijalankan, yang dijadikan patokan formulasi adalah tugas pokok dan fungsi organisasi, serta manfaat yang hendak dicapai melalui penggunaan media sosial. Meskipun Lemhannas RI telah memilih empat platform media sosial arus utama sebagai sarana, yakni Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube, akan tetapi keempat platform yang dimiliki tersebut belum tentu sudah optimal dimanfaatkan. Bahkan analisis yang lebih

ekstrem bisa menghantarkan pada pemahaman bahwa belum tentu keempat platform tersebut cocok bagi kebutuhan instansi. Oleh sebab itu, analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, and Treatment*) perlu dilakukan dalam pemilihan media sosial, bukan sekedar mengacu pada klasifikasi atau kecenderungan arus utama yang berlaku di pasar. Oleh sebab itu, bentuk pelatihan yang disarankan untuk diterapkan antara lain sebagai berikut;

1. Pelatihan *profiling* atau identifikasi keunggulan dan kelemahan masing-masing platform media sosial. Melalui *profiling* yang dilakukan, tentunya dengan mengedepankan analisis *SWOT* dan sejenisnya, diharapkan dapat ditentukan model media sosial yang paling cocok bagi organisasi, baik dalam menunjang tugas pokok dan fungsi, maupun kesesuaian jumlah pengawak, jumlah sarana dan prasarana, serta kapasitas finansial organisasi.
2. Pelatihan *operating, monitoring, dan evaluating* media sosial. Pelatihan model ini adalah pelatihan yang sangat bersifat teknis karena membekali para pengawak dengan kompetensi inti dalam bermedia sosial. Para pengawak tidak hanya dituntun untuk mampu mengoperasikan, tapi juga melakukan monitoring secara periodik atas *ouput* dan *outcome* dari konten media sosial yang dipublikasikan, sekaligus melakukan evaluasi dan pelaporan hasil aktivitas media sosial yang dilakukan kepada pejabat yang berwenang (PPID).
3. Pelatihan *Search Engine Optimization (SEO)*. Pelatihan model ini adalah pelatihan yang juga bersifat teknis dan tidak kalah penting dengan pelatihan model kedua. Pelatihan ini membekali para pengawak mengenai kompetensi untuk menaikkan *rating* atau jumlah *viewers* dari konten yang dipublikasikan di media sosial. Kerap kali suatu instansi begitu gencar mempublikasikan produk-produknya di media sosial. Akan tetapi, produk tersebut kurang diatensi oleh publik karena memiliki

kapasitas *SEO* yang minim. Sebagai konsekuensinya, keterserapan informasi oleh publik yang menjadi audiens sangatlah minim.

4. Pelatihan mengenai etika dalam bermedia sosial. Model pelatihan ini dapat dilakukan dengan mengundang para pejabat dari kementerian terkait yang mengeluarkan regulasi agar informasi yang disampaikan benar-benar akurat dan diserap secara sempurna oleh para pegawai bidang kehumasan yang mengikuti pelatihan.
5. Pelatihan dengan metode *benchmarking*. Dari sekian banyak instansi pemerintah yang tersebar di level pusat dan daerah, tentunya masing-masing instansi memiliki keunggulan masing-masing dalam pengoperasian media sosial. Oleh sebab itu, adalah suatu hal yang bijak apabila dilakukan studi banding atau *benchmarking* ke instansi yang sukses dan unggul dalam bermedia sosial sehingga didapatkan *best practices* untuk ditiru dan diimplementasikan di instansi pemerintah lainnya.
6. Pelatihan *viewers education*. Model keenam ini tak kalah vital dengan model pelatihan lainnya karena menunjukkan peran dan kontribusi organisasi dalam mengurangi aktivitas negatif para pengguna media sosial. Dalam model ini, para pengawak dibekali kompetensi mengenai bagaimana membuat konten-konten edukatif yang disisipkan pada konten inti agar para pengguna media sosial yang membaca konten yang dipublikasikan tetap patuh pada rambu-rambu yang digariskan dalam bermedia sosial.

Berbagai model pelatihan media sosial tersebut merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam penguatan kompetensi pegawai bidang kehumasan. Pelatihan-pelatihan media sosial tersebut diharapkan dapat mengubah perilaku pegawai bidang kehumasan, dari yang sebelumnya awam menggunakan media sosial, menjadi lebih familiar. Dari sebelumnya yang kurang cakap dan holistik dalam memahami

fitur-fitur media sosial, menjadi mahir dalam menggunakan media sosial bagi kepentingan organisasi. Model-model pelatihan tersebut tidak hanya membekali pegawai bidang kehumasan dengan ilmu pengetahuan saja, tapi juga keahlian teknis dan berbagi pengalaman (*sharing experiences*) dengan pegawai bidang kehumasan lainnya dari instansi pemerintah yang lebih unggul dalam bermedia sosial. Kesemua model pelatihan tersebut harus dikuasai secara sempurna. Untuk menguasai secara sempurna, semuanya harus selaras dengan jenjang pelatihan yang sudah ditentukan, yakni bersifat jangka panjang dan berkesinambungan. Model-model pelatihan media sosial tersebut diharapkan tidak semata-mata memberikan manfaat bagi organisasi, tapi lebih dari itu, memberikan pelayanan pada level yang paling paripurna kepada masyarakat sebagai audiens.

KESIMPULAN

Media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi semakin menduduki peran vital di era globalisasi saat ini. Penggunaan media sosial yang pada awalnya lebih banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan swasta yang berorientasi profit untuk mempromosikan produk-produknya, perlahan tapi pasti mulai diadopsi oleh instansi-instansi pemerintah. Melalui berbagai platform media sosial yang digunakan seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Pola komunikasi yang dijalankan dengan publik sebagai audiens tidak lagi bersifat satu arah seperti instrumen konvensional yang digunakan selama ini, tapi bersifat dua arah dan saling memberikan *feedback* satu sama lain. Jangkauan media sosial terhadap publik juga sangatlah luas, bahkan tanpa batas. Selain itu, media sosial juga menyajikan efektivitas dan efisiensi dalam penyajian produk-produknya. Akan tetapi, untuk mengambil manfaat yang luar biasa dari media sosial tersebut bukanlah suatu hal yang mudah. Dibutuhkan kompetensi yang mumpuni dari para pengawak atau pegawai bidang kehumasan. Inilah kendala yang

dihadapi oleh instansi-instansi pemerintah seperti Kemensetneg RI, Pemprov Jabar, termasuk Lemhannas RI yang menjadi lokus utama studi kasus. Permasalahan menjadi semakin kompleks tatkala aspek dinamika media sosial yang cepat dan sisi negatif media sosial juga dijadikan sebagai poin-poin yang harus diperhatikan dalam penguatan kompetensi para pegawai bidang kehumasan.

Oleh sebab itu, pelatihan media sosial bagi para pegawai bidang kehumasan adalah suatu hal yang sangat dibutuhkan. Pelatihan tidak hanya bertujuan untuk menguatkan kompetensi mereka dalam hal ilmu pengetahuan, wawasan, dan keahlian dalam bermedia sosial saja, tapi lebih dari itu, pelatihan yang dijalankan juga dapat menguatkan semangat pelayanan dan pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan media sosial yang dijalankan disarankan meliputi tiga unsur utama, yakni periode atau jangka waktu pelatihan, sekup pelatihan, serta bentuk-bentuk pelatihan yang dibutuhkan. Bentuk-bentuk pelatihan yang dijalankan meliputi pelatihan dalam hal *profiling* atau identifikasi media sosial yang dibutuhkan sebagai respons atas beragamnya media sosial yang tersedia, pelatihan dalam hal *operating*, *monitoring*, dan *evaluating* media sosial, pelatihan *SEO* untuk meningkatkan keterserapan informasi kepada publik, pelatihan mengenai etika dalam bermedia sosial, pelatihan studi banding atau *benchmarking* antarinstansi pemerintah untuk mendapatkan *best practices* dari instansi pemerintah lainnya yang lebih piawai dalam bermedia sosial, serta pelatihan *viewers education* untuk mengedukasi para pengguna media sosial agar mematuhi rambu-rambu yang ditetapkan oleh pemerintah agar tidak terjerumus pada tindak kejahatan di dunia siber yang merugikan banyak pihak.

REFERENSI

- Ambar Teguh Sulistiyani, R. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori, dan Pengembangan Dalam Konteks Organisasi Publik*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- H.V. Rivai, E. S. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik Edisi 2*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons Volume 53 Issue 1*, 59-68.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2016, November 25). *Undang-Undang ITE*. Retrieved Oktober 26, 2020, from www.kominfo.go.id: <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU%2019%20Tahun%202016.pdf>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Ditjen Komunikasi dan Informasi Publik Kominfo RI.
- Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. (2017, Maret 10). *Peraturan Menteri PAN dan RB Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*. Retrieved Oktober 23, 2020, from www.kemhan.go.id: <https://www.kemhan.go.id/itjen/2017/03/10/peraturan-menteri-pendayagunaan-aparatur-negara-dan-reformasi-birokrasi-republik-indonesia-nomor-83-tahun-2012-tentang-pedoman-pemanfaatan-media-sosial-instansi-pemerintah.html>

- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2020, Januari 21). *Belajar Pengelolaan Media Sosial bagi Instansi Pemerintah Bersama Facebook Indonesia*. Retrieved Oktober 23, 2020, from [setneg.go.id: https://www.setneg.go.id/baca/index/belajar_pengelolaan_media_sosial_bagi_instansi_pemerintah_bersama_facebook_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/belajar_pengelolaan_media_sosial_bagi_instansi_pemerintah_bersama_facebook_indonesia)
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2020, September 8). *Perkuat Wawasan Pengelola Medsos, Pemprov Jabar Gelar Webinar "Sinergitas Pengelolaan Media Sosial"*. Retrieved Oktober 24, 2020, from [jabarprov.go.id: https://jabarprov.go.id/index.php/news/39121/2020/09/08/Perkuat-Wawasan-Pengelola-Medsos-Pemprov-Jabar-Gelar-Webinar-Sinergitas-Pengelolaan-Media-Sosial](https://jabarprov.go.id/index.php/news/39121/2020/09/08/Perkuat-Wawasan-Pengelola-Medsos-Pemprov-Jabar-Gelar-Webinar-Sinergitas-Pengelolaan-Media-Sosial)
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi 3*. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Widya, A. R. (2021). Influencer Social Media Sebagai Komunikasi Strategis Kehumasan Pemerintah Pada Era Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi Vol. 5 (1) 2021*, 1-11.
- Wulandari, Y. (2020). *Kuliah Kerja Praktik Bidang Kehumasan Lemhannas RI*. Jakarta: Lemhannas RI.