

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PRAKTIK PUBLIC RELATIONS DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN MANGGARAI BARAT NUSA TENGGARA TIMUR

Reinardis Primadesti¹, Harliantara², Nur' Annafi Farni Syam Maella³

^{1,2,3}Universitas Dr. Soetomo, Jl. Semolowaru No. 84, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur

Email: primadesti0512@gmail.com¹, harliantara@unitomo.ac.id², nurannafi@unitomo.ac.id³

Abstrak: Praktik public relations menggunakan media sosial di era digital dapat terjadi karena di dukung oleh interaktivitas yang dimungkinkan akibat adanya internet, terutama di media sosial. Praktik public relations di era digital membutuhkan pemahaman mendalam tentang penggunaan media sosial dalam hal membuat dan membagikan informasi kepada publik. Penggunaan media sosial dalam praktik PR di era digital dapat dianggap sebagai sebuah terobosan yang berpotensi untuk dapat berkomunikasi, mendengarkan opini publik. Maka media sosial hadir dengan segala kemudahan dalam mencapai tujuan tersebut. penelitian ini membahas tentang penggunaan media sosial oleh praktisi public relations Dinas komunikasi dan Informatika Manggarai Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mulai dari wawancara, observasi hingga dokumentasi. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yakni PR Diskominfo mengakui bahwa kehadiran media sosial sangat disambut dengan antusias hingga membuat keoptimisan PR Diskominfo untuk terus mengoptimalkan penggunaan media sosial. Sejauh ini penggunaan media sosial oleh PR diskominfo digunakan sebagai; membangun citra lembaga, pelaksanaan CSR, membangun opini publik, dialog dan interaksi, keterlibatan publik hingga pada management krisis.

Kata Kunci: Public Relations, Media Sosial, Era Digital, Diskominfo.

Abstract:

The practice of public relations using social media in the digital era can occur because it is supported by the interactivity made possible by the internet, especially on social media. Public relations practice in the digital era requires a deep understanding of the use of social media in terms of creating and sharing information with the public. The use of social media in PR practice in the digital era can be considered a potential breakthrough in being able to communicate and listen to public opinion. So social media comes with all the conveniences in achieving this goal. This research discusses the use of social media by public relations practitioners at the West Manggarai Communication and Information Service. The method used in this research is a qualitative approach, the data collection method used in this research starts from interviews, observation to documentation. The results obtained in this research are that PR Diskominfo admitted that the presence of social media was welcomed with enthusiasm, which made PR Diskominfo optimistic in continuing to optimize the use of social media. So far, the use of social media by PR Diskominfo has been used as; building the image of the institution, implementing CSR, building public opinion, dialogue and interaction, public involvement and crisis management.

Keywords: Public Relations, Social Media, Digital Era, Diskominfo.

PENDAHULUAN

Pada zaman ini perkembangan teknologi informasi berbasis internet sudah semakin berkembang dengan pesat. Dengan adanya internet kini seseorang dapat dengan mudah untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Keuntungan yang didapatkan dari menggunakan internet adalah para penggunanya dapat mengakses berita dan informasi dimanapun dan kapanpun menggunakan alat seperti komputer, laptop, ipad, dan juga telepon seluler (*smartphone*) lebih dari itu, pengguna internet dapat mencari informasi relavan dengan menyaring sekumpulan besar data, dimana seseorang tidak lagi menerima apa yang sedang diberitakan, melainkan mencari hingga mengirimkan informasi. (Bungin 2008:135). Digitalisasi membuat praktisi public relations dapat dengan cepat merangkul media sosial dan mempertimbangkannya untuk menjadi bentuk dari kehumasan (Grunig,2009). Hal tersebut berarti PR dapat menggunakan media sosial untumerevolusi pekerjaan kehumasan, diharapkan bahwa dengan adanya digitalisasi PR menjadi lebih global, strategis, semakin berkomunikasi dua arah, dan interaktif, simetris atau dialogis dan bertanggung jawab secara sosial. Namun tidak dipungkiri jika sebelumnya diungkapkan oleh Grunig bahwa begitu banyak praktisi public relations memandang media sosial sebagai kekuatan revolusioner yang mengubah cara mereka berpikir dan cara mereka mempraktikkan kegiatan kehumasan. (Grunig,2009).

Saat ini praktisi public relations Diskominfo Manggarai Barat telah mempertimbangkan penggunaan media sosial sebagai salah satu keberhasilan praktik praktisi public relations dalam lembaga tersebut. penggunaan media sosial dianggap sebagai upaya kreatif dan persuasif yang dilakukan oleh PR Diskominfo Manggarai Barat untuk upaya optimalisasi fungsi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Penggunaan media sosial dalam melakukan praktik PR di era digital memiliki keuntungan bagi PR dimana dengan mengoptimalkan media sosial makan pesan yang disampaikan dapat dilakukan secara real time, akan tetapi selain dari kelebihan yang ada pada media sosial masih banyak pula praktisi PR di Indonesia yang berjuang karena dampak media baru, mereka tidak sepenuhnya dapat merangkul media baru. Misalnya hal tersebut disebabkan karena kurangnya keterampilan dan pemahaman digital, tanggapan publik yang sulit di prediksi, dan penyebaran berita palsu atau (Hoaks). Untuk itu dibutuhkan pemahaman dari para praktisi public relations termasuk PR Diskominfo Manggarai Barat agar dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial yang dapat digunakan untuk

membangun citra dan reputasi; media sosial memberikan kesempatan untuk membangun citra positif dan reputasi dalam sebuah Lembaga. Praktisi Public relations Diskominfo Manggarai Barat harus memastikan bahwa konten yang dibagikan dan interaksi dengan publik mencerminkan nilai-nilai dan Tujuan organisasi. dalam hal Krisis Management; media sosial dapat menjadi platform utama untuk mengelola krisis. PR Diskominfo manggarai Barat harus memahami bagaimana merespons cepat dan efektif terhadap isu atau kontroversi yang muncul di media sosial agar dapat meminimalkan dampak negatifnya. Keterlibatan dengan publik; media sosial memungkinkan organisasi menyebarkan informasi dengan cepat kepada publik. Para praktisi PR Diskominfo Manggarai Barat harus memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan akurat, transparan, dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Pemantauan dan analisis; praktisi PR Diskominfo Manggrai Barat perlu memantau aktivitas di media sosial untuk memahami persepsi publik terhadap lembaga tersebut. analisis data dapat membantu PR Diskominfo Manggarai Barat dalam mengevaluasi keberhasilan kampanye, mengidentifikasi tren, dan membuat strategi yang lebih efektif.

Adapun penelitian terdahulu di lakukan oleh Asti Prasetyawati (2021) dengan judul Dualisme dampak pemanfaatan Media Sosial Tiktok dalam humas Pemerintah, dimana dalam hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi kehumasan dan pemahaman tentang platform media sosial yang tepat masih belum banyak di miliki oleh tim public relations pemerintah, termasuk Indonesia. Sehingga meskipun sudah menggunakan media sosial dalam hal membagikan informasi, format konten yang dibagikan masih terkesan monoton dan terlalu rumit untuk di konsumsi Masyarakat luas. Hasilnya informasi menjadi tidak diminati dan tidak dimengerti oleh Masyarakat. Dalam situasi seperti ini, praktisi public relations pemerintah dapat dikatakan mengalami kegagalan. Namun, hal ini tidak menghentikan praktisi public relations pemerintah untuk tetap menggunakan media sosial sebagai salah satu cara yang dipilih dalam menyebarkan berbagai informasi terkait pemerintahan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimanakah penggunaan media sosial oleh praktisi public relations Dinas komunikasi dan informatika Manggarai Barat dan potensi media sosial dalam praktik public relations atau dalam konteks komunikasi organisasi. penulis tertarik meneliti hal ini karena pada perubahan teknologi yang semakin berkembang dengan cepat menggunakan media sosial dapat dianggap sebagai upaya yang kreatif dan dapat memberikan pesan informatif

kepada publik oleh praktisi PR Diskominfo Manggarai Barat. Media sosial menjadi alternatif dalam upaya memberikan informasi kepada Masyarakat dalam lingkup yang luas. Praktisi Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Manggarai Barat sebagai salah satu entitas yang bertanggung jawab atas penyampaian informasi kepada masyarakat, menghadapi tantangan baru dan peluang yang akan dihadapi di era digital ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ Penggunaan media Sosial dalam praktik public relations di Dinas komunikasi dan Informatika Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur.**

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif menekankan analisis proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih fenomena yang dihadapi. Data kualitatif bersifat tidak terstruktur dalam arti variasi data yang diberikan oleh sumbernya (orang, partisipasi atau responden yang ditanyai) sangat beragam, kondisi ini memang disengaja oleh periset karena tujuannya untuk memperoleh ide atau pandangan yang mendalam dan luas dari partisipan. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah

Wawancara mendalam (depth Interview), Observasi lapangan dan Dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Divisi Humas dan staff Divisi Humas Dinas Komunikasi Informatika Manggarai Barat, yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut; Memiliki pengetahuan tentang Dinas Komunikasi dan Informatika Manggarai Barat dan Publiknya, memiliki pengetahuan tentang kehumasan dan kemampuan mengelola Media Sosial, mengelola media sosial dinas komunikasi dan infromatika manggrai barat. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Dalam Penelitian ini adalah tentang Penggunaan media sosial dalam praktik public relations di Dinas komunikasi dan informatika Kabupetn Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari wawancara dengan Praktisi Pr diskominfo mengenai tanggapan dengan adanya kehadiran media sosial dalam menunjang praktik Public relations di era digital, maka secara keseluruhan praktisi PR menyambut dengan baik dan antusias perihal dengan penggunaan dan pemanfaatan media sosial. Bahkan praktisi PR mengungkapkan keoptimisan mereka, karena dengan hadirnya media sosial membuka peluang yang lebih baik kepada praktisi untuk terus memperbaiki strategi mereka dalam menjalankan tugas-tugasnya. Praktisi meyakini bahwa kehadiran media sosial membawa kemudahan bagi praktisi dalam melakukan aktivitas komunikasi dengan publiknya, memberikan ruang yang lebih untuk terjadinya interaksi yang melibatkan adanya umpan balik. Praktisi juga memanfaatkan penggunaan dari media sosial sebagai alat untuk pemantauan baik untuk memantau respon dan juga mensegmentasi publiknya. Media sosial memfasilitasi pemberian respon cepat baik dalam penyebaran informasi dari lembaga Diskominfo maupun respon dari Masyarakat. Seluruh PR Diskominfo sepakat bahwa prevalensi media sosial saat ini memberikan manfaat bagi mereka misalnya dalam penyebaran informasi, seperti halnya pesan dapat disampaikan lebih cepat kepada Masyarakat, biaya operasional penyebaran lebih murah, dan dapat menjangkau lebih banyak ruang cakupan.

Jenis Konten yang digunakan PR Diskominfo

Praktisi public relations Diskominfo berpendapat bahwa kunci dari penggunaan media sosial adalah perencanaan strategis mengenai konten informasi yang disebarluaskan kepada publik. Penyebaran informasi harus bersifat konsisten dan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan konten maka dibutuhkan strategi pemetaan yang perlu dilakukan oleh Praktisi Public relations. sehingga selain dari penggunaan konten audio visual, PR Diskominfo juga menggunakan beberapa jenis konten seperti konten infografis, edukasi dan video pendek. Dan setiap konten yang sudah dibuat diunggah pada platform yang digunakan (Instagram, facebook, youtube dan website). Dalam setiap konten yang diposting Praktisi PR menambahkan *Background* dengan *tone* yang sama berlaku untuk semua postingan. Hal ini menjadi ciri khas dari setiap konten yang diunggah oleh Diskominfo di media sosial. Selain *warna* dan *background* informasi pendukung lainnya juga disertakan pada setiap visual postingannya; Logo Diskominfo mabar, *Alamat website*, *tagar* atau *hastag*(#), serta *caption* yang jelas .

penggunaan dan pemanfaatan media sosial pada Praktik PR**• Pennggunaan media sosial dalam membangun Citra lembaga Diskominfo**

Praktisi PR Diskominfo menjelaskan bahwa media sosial memberikan keuntungan bagi PR dalam membangun citra positif lembaga Diskominfo. Praktisi PR dapat memberikan informasi mengenai berbagai kebijakan dan identitas lembaga kepada Masyarakat dengan tujuan agar dapat meningkatkan kepercayaan Masyarakat. Untuk memastikan keberhasilan membangun citra positif lembaga Diskominfo maka penggunaan dan pemanfaat media sosial dilaksanakan dengan prinsip-prinsip; 1) *informasi yang di publikasikan harus bersifat akurat dan factual, dan dapat di pertanggungjawabkan.* 2) *menggunakan bahasa yang baik sopan dan jelas serta tidak mempublikasikan informasi yang bersifat rahasia.* dengan Pranata Humas Diskominfo, juga menerangkan bahwa untuk tetap membangun citra positif lembaga di Masyarakat, Praktisi PR sudah memaksimalkan penggunaan media sosial dengan menjaga transparansi berkaitan dengan kebijakan atau program yang ditetapkan. Bentuk informasi transparansi.



Gambar bentuk kampanye transparansi

• Keterlibatan Publik

Sejauh ini selama menggunakan media sosial Diskominfo sudah melakukan beberapa hal untuk membangun keterlibatan dengan publik misalnya memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media sosial (berupa kolom komentar) dan website yang digunakan Diskominfo. Selain itu Diskominfo juga melakukan beberapa kegiatan yang dilaksanakan secara offline dan online Bersama Masyarakat setempat dengan tema Gali ilmu Literasi digital Bersama Masyarakat umum dan komunitas di Kabupaten Manggarai Barat. Kegiatan tersebut dilakukan agar dapat berdiskusi dengan publik dan mendengarkan pandangan publik terkait dengan kegiatan yang dilaksanakan. Kegiatan Literasi digital tersebut di ikuti oleh 355 orang masyarakat Boleng dari tenaga pendidik,

para siswa serta pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Alasan utama dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah karena perkembangan digital begitu pesat sehingga pemerintah memberi pemahaman berkaitan dengan penggunaan dan manfaat teknologi yang tepat di era digital.



Kegiatan Literasi Digital Diskominfo

- **Pelaksanaan CSR**

praktisi PR diskominfo mengakui bahwa kehadiran media sosial juga sejauh ini sudah dimanfaatkan atau digunakan untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan CSR atau program yang dilakukan oleh Diskominfo. Seperti yang diketahui CSR memiliki arti sebagai Corporate social Responsibility yang artinya masyarakat akan terlibat dan merasakan kegiatan tersebut. Sehingga dengan menggunakan media sosial untuk memperlancar kegiatan CSR tersebut dapat memantau respon public yethadap kegiatan yang dilakukan. Contoh kegiatan CSR yang dilakukan oleh Diskominfo Mabar Bersama dengan PT. Pelindo adalah penanaman pohon mangrove yang dilakukan guna untuk encega banjir dan menjaga kelestarian di lingkungan laut. Selain dari penanaman pohon mangrove tersebut Diskominfo bersama dengan Bupati Manggarai Barat juga melakukan kegiatan penanaman 2.000 anak Bambu di kecamatan Pacar yang terletak di Kabupaten Manggrai Barat. Publikasi dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh Diskominfo ini sangat baik dan mampu tersampaikan sehingga dapat diterima dengan baik oleh Masyarakat. Pesan informasi yang dikemas melalui foto dan video yang disajikan melalui media sosial merupakan suatu usaha yang bagus dan mengikuti trend zaman. Tidak hanya dari tampilan foto dan video, caption dan deskripsi yang di buat oleh PR Diskominfo sangat mudah di mengerti oleh Masyarakat luas.



- **Membangun Opini publik melalui Media Sosial Oleh PR Diskominfo Mabar**

Sebagaimana dengan tugas humas seharusnya, mengoptimalkan penggunaan media sosial oleh PR Diskominfo pun harus menjalankan tugasnya dalam membangun opini publik. Untuk membangun opini publik melalui media sosial, PR Diskominfo menjadi *gatekeeper* terkait dengan informasi yang beredar di publik. PR Diskominfo melalui media sosial yang digunakan berusaha untuk mengedukasi Masyarakat setempat agar terhindar dari hoaks dan lebih bijak dalam bermedia sosial. Selain itu salah satu kegiatan yang pernah dilakukan oleh PR Diskominfo bersama dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Barat, dalam membangun opini publik adalah dengan melaksanakan kegiatan kampanye edukasi yang berlangsung di Hotel Sentro Bajo, Jumat 8 Desember 2023 dengan tema Lokakarya optimalisasi penanganan stunting dan partisipasi Masyarakat di Kabupaten Manggarai Barat, sehingga melalui dilaksanakannya Lokakarya tersebut diharapkan seluruh peserta menyadari dan memahami secara utuh bahwa penanganan stunting adalah urusan konvergensi. Edukasi tersebut di muat dalam akun youtubeDiskominfo.

(<https://youtu.be/c4HYBIFF53c?sj=c79BF2aPWmxuL.6IG>).

- **Dialog dan Interaksi**

Dialog anggap sangat penting dalam mengacu pada pertukaran informasi atau pendapat yang memungkinkan saling berinteraksi antara praktisi PR Diskominfo dan juga publiknya. Hal ini tentunya melibatkan komunikasi dua arah dimana praktisi PR pemerintah dan publik berperan sebagai penerima pesan dan pengirim pesan. Selain melakukan interaksi dengan memanfaatkan fitur yang ada pada media sosial (fitur kolom komentar) PR sudah berusaha membuat fitur khusus yang ada pada website Diskominfo, yaitu fitur PPID yang akan digunakan dalam waktu yang dekat dimana fitur tersebut dirancang khusus agar dapat melakukan dialog dan interaksi bersama dengan publik.



Gambar Fitur PPID

- **Hubungan Timbal Balik**

Hubungan Timbal balik antara Praktisi PR Diskominfo Kabupaten Manggarai Barat adalah merupakan interaksi saling menguntungkan yang melibatkan penyampaian dan pertukaran informasi, gagasan dan umpan balik antara praktisi public relations sebagai entitas informasi dan Masyarakat sebagai penerima dan partisipan aktif dalam proses komunikasi. Hubungan tersebut tentunya dilandasi oleh prinsip saling mendengarkan, saling berpartisipasi, dan keseimbangan antara kepentingan PR Diskominfo dan kebutuhan serta harapan Masyarakat. Sehingga melalui komunikasi dua arah hubungan timbal balik ini bertujuan untuk saling membangun saling pengertian, membangun kepercayaan Masyarakat. untuk berlangsungnya hubungan timbal balik antara PR Diskominfo dengan publiknya, pada website resmi diskominfo terdapat fitur survey kepuasan masyarakat atas layanan atau pun kelengkapan informasi yang diberikan oleh PR Diskominfo. atas layanan atau pun kelengkapan informasi yang diberikan oleh PR Diskominfo. Sehingga dengan adanya fitur tersebut dapat diketahui apakah Masyarakat sudah merasa puas dengan kelengkapan informasi yang telah di muat di media sosial Diskominfo. Dan hasil yang didapatkan setelah mengetahui survey tersebut ternyata Masyarakat masih menganggap bahwa informasi yang diberikan belum lengkap.

- **Penyampaian Informasi lebih efektif**

Memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai praktik PR dalam menyampaikan informasi kepada publik dibutuhkan perancangan pesan yang tepat untuk khalayak yang menjadi sasaran dan menyebarluaskannya pada media sosial yang tepat. apalagi di era digital ini PR Diskominfo harus mengubah metode penyampaian yang kaku agar dapat menarik perhatian publik. Berdasarkan informasi yang di peroleh peneliti dari pranata Humas Diskominfo, bahwa selama beberapa bulan terakhir dalam menyampaikan pesan informasi yang lebih efektif, PR diskominfo telah menggunakan beberapa startegi sebagai berikut; mengubah konten narasi menjadi audio visual, menambahkan tone warna pada setiap postingan agar lebih menonjol.

Mengoptimalkan penggunaan hashtag dan tagar.

Penggunaan Teknologi Komunikasi

a. Youtube Diskominfo Mabar

sebagai praktik PR di era digital memiliki bentuk pemanfaatan yang berbeda sesuai dengan pengelolaannya terhadap masing-masing media. Untuk youtube untuk postingannya adalah video kegiatan yang dilakukan pemerintah Manggarai Barat, namun pada umumnya youtube hanya berfungsi untuk meliput kegiatan-kegiatan besar saja dan hanya fokus pada penggunaan konten audio visual saja. Diharapkan Masyarakat dapat melihat kegiatan yang telah dilakukan.



b. Instagram Diskominfo Mabar

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh Humas Diskominfo dalam menyampaikan informasi kepada publik. pada akun Instagram Diskominfo sudah memiliki 1.032 pengikut dan 305 postingan yang telah dimuat. Dalam setiap postingan yang diunggah berisikan tentang konten informatif, infografis dan edukasi yang dapat di lihat oleh publik.



c. Facebook Diskominfo Mabar

merupakan salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh Humas Diskominfo Mabar dalam menyampaikan Informasi kepada publik. Pada akun facebook Diskominfo memiliki sebanyak 12 ribu pengikut dengan jumlah postingan.

**d. Website Diskominfo Mabar**

Selain dari penggunaan facebook, youtube dan juga Instagram, praktisi Public relations Diskominfo Mabar juga menggunakan website untuk memuat berbagai informasi yang dibutuhkan oleh Masyarakat. Dalam website Diskominfo Mabar terdapat berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan mencari informasi. Misalnya; pada fitur profil yang memuat tentang *visi misi, struktur Organisasi dan uraian tugas serta fungsi* Diskominfo. Pada Fitur layanan memuat tentang *layanan tata Kelola aplikasi informatika serta informasi dan komunikasi publik*. Pada fitur informasi memuat tentang *berita, artikel, agenda, pengumuman, survei kepuasan Masyarakat*. Pada fitur publikasi memuat tentang *perencanaan, keuangan, pelaporan serta regulasi*. Pada Fitur PPID memuat tentang *daftar informasi public*.

**KESIMPULAN**

1. praktisi PR diskominfo sudah mengoptimalkan penggunaan media sosial dan memanfaatkan media sosial dalam pemantauan perkembangan isu, komunikasi krisis serta dalam penyebaran informasi mengenai kegiatan tanggung jawab sosial serta kampanye-kampanya yang dilakukan oleh Diskominfo Manggarai Barat. diharapkan untuk kedepannya praktisi PR Diskominfo dapat memanfaatkan media sosial lebih optimal dari sebelumnya dalam menunjang praktik PR di era digital.

-
2. Disisi lain, media sosial merupakan topik hangat yang masih perlu di eksplorasi lebih jauh oleh para praktisi PR Diskominfo. Media sosial memberikan tantangan bagi para praktisi untuk lebih mengasah kemampuan mereka dalam mengelola media sosial. Beberapa kendala juga dialami oleh praktisi public relation Diskominfo Manggarai Barat. Namun menurut praktisi PR Diskominfo kendala-kendala tersebut dapat diatasi dengan terus berusaha untuk mengenal media sosial, praktisi juga melakukan strategi pemetaan dalam proses penciptaan dan penyebaran informasi untuk mengantisipasi kesalahan pada konten yang akan disebarluaskan.
 3. Dinas komunikasi dan informatika Manggarai Barat hanya menggunakan beberapa platform digital dalam menunjang keberhasilan praktik PR. beberapa media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Manggarai Barat diantaranya adalah; *Instagram, Youtube, Facebook, Website.*

DAFTAR PUSTAKA

- Narayana M. Prasetya. 'Media sosial dan peran Manajerial Public Relations PT.PLN Persero' Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.1 No.2 159-178
- Elvinaro Ardianto, 'public relations on the net; sebuah perspektif baru Humas' Media top Vol.2 No.1
- Hanindyalaila pienrasmi. (2015). 'pemanfaatan sosial media oleh praktisi public relations di Yogyakarta' Jurnal Komunikasi, ISSN Vol.9 N0.2
- Punjus, S. Nugraha& Irwansyah. (2022). 'pemanfaatan sosial media dalam kehumasan digital kementrian luar negeri' Jurnal Ilmu komunikasi Vol.11 No.1
- Sujanto, R.Y. 2022. 'public relations di era 4.0' Yogyakarta;PT. Pustaka Baru Ardianto
- Elvinaro. 2019. 'metodologi penelitian untuk public relations' Bandung; Sembiosa Rekatama Media
- Arini ulfa Satira& Rossa Hidriani. (2021). 'Peran penting Public relations di era digital' Jurnal Islamic Communication media studies Vol.1 No.1
- Indah Soetantri & Tony Sukasah. (2020). 'praktik kegiatan Humas BNN dalam Pemanfaatan media sosial' Jurnal public relations Vol.1 No.1

Asti Prasetyawati. (2021). ‘Dualisme dampak pemanfaatan media sosial tiktok dalam humas pemerintah’ Jurnal Komunikasi Global