
**PERAN HUMAS DINAS PERHUBUNGAN TERHADAP
PEMANFAATAN DAN PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI**

*The Role Of Private Department Of Transportation On The Utilization
And Management Of Social Media As A Communication Media*

Muktariza.r, Dr. Rahmawati Dra., M.Si, Nadia Muharman, MA.
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

ABSTRAK, Penelitian ini bertujuan menggambarkan kinerja humas Dinas perhubungan Aceh melalui peran humas (public relations) dalam memanfaatkan dan mengelola sosial media instagram sebagai media komunikasi. Landasan teoritis penelitian menggunakan 4 katagori peran humas menurut Dozier & Broom. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pemilihan informan melalui Teknik nonprobability sampling, melalui pendekatan purposive sampling (sampel bertujuan) terhadap 6 informan. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui analisis interaktif Miles & Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian, kinerja Humas Dinas Perhubungan Aceh dalam memanfaatkan sosial media instrgram adalah melalui fitur-fitur social media Instagram guna proses penyampaian pesan terkait publikasi dan interaksi. Pengelolaan sosial media terlaksana melalui empat element fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan dilaksanakan oleh tim innovation center room (ICR) melalui subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat. Maka melalui 4 katagori peran humas menurut Dozier & Broom, Dinas Perhubungan Aceh menjalankan peran sebagai penasehat ahli yaitu membantu mencari solusi permasalahan hubungan Lembaga dengan public melalui sekretaris dinas. Kemudian peran sebagai fasilitator komunikasi, lembaga menghadirkan admin sosial media yang responsive, terkait pertukaran pesan/arus informasi serta komunikasi Lembaga dapat berjalan secara komunikasi dua arah. Peran sebagai pemecah masalah adalah proses pengambilan Tindakan dalam menghadapi situasi krisis kelembagaan yang menyangkut citra dan reputasi Lembaga dapat terlaksana secara terstruktur dan konkuren. Peran sebagai teknisi komunikasi yaitu proses memperoleh, mengelola, mengolah serta mempublikasi informasi melalui postingan rutin social media kelembagaan.

Kata Kunci: Peran, Humas, Dinas Perhubungan Aceh, Pemanfaatan, Media Sosial.

ABSTRACK

This study aims to describe the public relations performance of the Aceh Transportation Agency through the role of public relations in utilizing and managing Instagram social media as a communication medium. The theoretical basis of the research uses 4 categories of public relations roles according to Dozier & Broom. The research approach is qualitative with descriptive type. Informant selection technique through nonprobability sampling technique, through purposive sampling approach to 6 informants. Data collection methods through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques through Miles & Huberman interactive analysis which includes data reduction, presentation and conclusion drawing. The results of the study, the performance of the Public Relations of the Aceh Transportation Agency in utilizing instrgram social media is through Instagram social media features for the process of delivering messages related to publications and interactions. Social media management is carried out through four functional elements, namely planning, organizing, movement and supervision carried out by the innovation center room (ICR) team through the program, information and public relations subsections. So through 4 categories of public relations roles according to Dozier & Broom, the Aceh Transportation Agency carries out the role of an expert advisor, namely helping to find solutions to problems in institutional relations with the public through the secretary of the agency. Then the role as a communication facilitator, the institution presents a responsive social media admin, related to the exchange of messages / information flow and communication. The institution can run in two-way communication. The role as a problem solver is the process of taking action in dealing with institutional crisis situations that concern the image and reputation of the institution can be carried out in a structured and concurrent manner. The role as a communication technician is the process of obtaining, managing, processing and publishing information through routine institutional social media posts.

Keywords: Role, Public Relations, Aceh Transportation Service, Utilization, Social Media.

PENDAHULUAN

Grunig (2009:1) mengemukakan bahwa kehadiran social media telah mengubah cara para praktisi dalam berpikir dan melaksanakan praktik-praktiknya. Mereka beranggapan bahwa hal ini merupakan sebuah kekuatan revolusioner dalam bidang public relations. Grunig (2009:13) media baru digunakan oleh public relations untuk kepentingan – kepentingan seperti media digital, dapat digunakan untuk melakukan program-program komunikasi. Hubungan masyarakat (Humas) saat ini banyak dipaktekkan di berbagai lembaga, instansi maupun organisasi.

Peran Humas dalam structural Lembaga semakin penting dan strategis. Keberadaan mereka bertujuan untuk mengembangkan, mempertahankan, serta membentuk citra dan reputasi, guna masyarakat mengenal tugas pokok dan fungsional Lembaga tersebut. (Ruslan,2002:24). The British Institute Of Public Relations (dalam Ruslan, 2007:16) menjelaskan bahwa praktisi Public Relations (PR) melaksanakan aktivitas memikirkan ide, merencanakan, mencurahkan daya atau keahlian, guna dapat membentuk, mengembangkan. Serta menjaga Hubungan saling pengertian organisasi Lembaga pemerintah terhadap publiknya.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi (Permenpan,No.12 Thn 2007), Tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat dilingkungan Instansi Pemerintah, dalam Pasal 6 Bab III, menyatakan bahwa “Fungsi Humas Pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.” Masyarakat memiliki hak memperoleh informasi melalui amanat Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menyatakan “bahwa negara menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.

Pelaksanaan publikasi dan interaksi yang dilaksanakan Lembaga melalui bidang Hubungan Masyarakat (Humas) Dinas Perhubungan Aceh yaitu melalui tiga media social yang dominan yaitu facebook, twitter, dan instagram. Namun dari ketiga media sosial tersebut, instagram memiliki pengikut terbanyak yaitu 35,819 (35,8k) pengikut. Sedangkan dua media sosial lain, Twitter memiliki pengikut 8.980 (8,9k) serta Facebook memiliki pengikut 7.818 (7,8k). Publikasi Informasi yang dibagikan melalui beragam social media memiliki isi yang sama (Observasi Peneliti, Juni-Juli 2022)

Postingan informasi pada Instagram (@Dishub_Aceh) memiliki isi publikasi informasi seperti dokumentasi kegiatan Lembaga, Kerjasama, kujungan kerja terkait pengawasan mutu pelayanan moda transportasi, peraturan, jadwal transportasi (darat, laut dan udara), hingga informasi keselamatan dalam berkendara. Dinas Perhubungan menyapa pengunjung/pengikut postingan social media Instagram dengan sebutan #RakanModa. Penerapan sapaan tersebut merupakan bentuk sapaan yang digunakan menjangkau segmentasi masyarakat dari segala umur dan kalangan, dominasi pengguna social media Instagram merupakan generasi milenial dan gen-z

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Sosial Blade (socialblade.com) sebagai salah satu aplikasi analitik statistic guna menganalisis kunjungan masyarakat dalam memperoleh informasi melalui media sosial. Dinas Perhubungan Aceh secara rutin mempublikasi jumlah postingan 1 sampai 3 postingan/perhari. Serta mampu meningkatkan followers sebanyak 9 hingga 35 Orang/Hari. Sehingga secara akumulatif selama 1 bulan terakhir (16-Juni hingga 15 Juli 2022), Jumlah postingan yang dipublikasi oleh humas Dinas Perhubungan Aceh sebanyak 90 Postingan, serta dapat menambah jumlah pengikut sebanyak 570 pengikut baru (Followers).

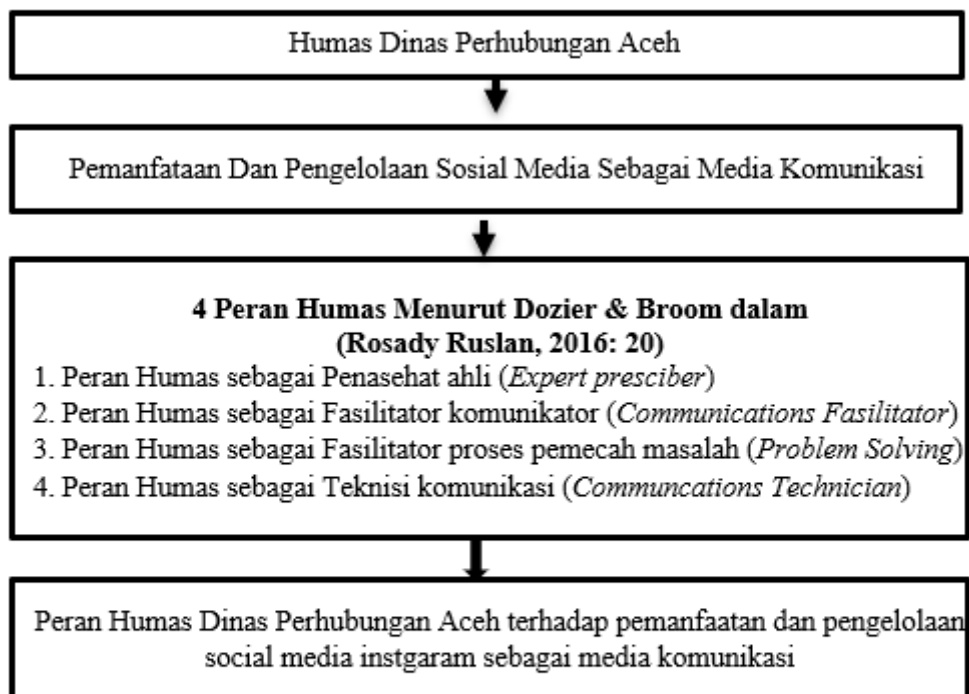
Focus penelitian merujuk pada analisis pemanfaatan dan pengelolaan social media yang dilaksanakan staff kehumasan Lembaga. Pemanfaatan dikaji melalui penggunaan fitur-fitur Instagram terkait aktivitas publikasi informasi. Pengelolaan social media dikaji berdasarkan empat element dasar fungsi pengelolaan yang diterapkan oleh staff kehumasan dalam memperoleh, mengelola dan mengolah informasi, sehingga menghasilkan publikasi postingan rutin pada social media Instagram Lembaga (@Dishub_Aceh).

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini, peneliti menggunakan 4 katagori konsep peran public relations menurut Dozier & Broom (1985) dalam Ruslan (2016:20) sebagai landasan teoritis penelitian. 4 katagori konsep peran public relations yaitu: peran sebagai penasehat ahli, peran sebagai fasilitator komunikasi, peran sebagai fasilitator pemecahan masalah, dan peran humas sebagai teknisi komunikasi. pada landasan konseptual peneliti menggunakan Humas, Peran Humas, Media Sosial, Pemanfaatan & Pengelolaan social media , Media komunikasi.

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar: 2.4.1. Kerangka Berpikir



(Sumber: olahan peneliti: 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian tersebut menerapkan lokasi penelitian yaitu secara langsung pada kantor Dinas Perhubungan Aceh, yang beralamat di Jalan Mayjend T. Hamzah Bendahara No.52, Kuta Alam, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh 23121.

Pendekatan penelitian adalah melalui penelitian kualitatif, melalui metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan mendeskripsikan serta menganalisis fenomena perubahan perilaku, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, secara individual maupun kelompok. (Ariesto, 2010:1)

Dalam penelitian peneliti menemukan, memahami serta menjelaskan peran humas dinas perhubungan terhadap pemanfaatan dan pengelolaan social media sebagai media komunikasi. Peneliti menganalisis postingan foto, video maupun narasi caption. Sehingga peneliti menemukan, memahami serta menjelaskan bagaimana penerapan publikasi postingan tersebut sebagai kinerja Lembaga. Peneliti mampu mendeskripsikan melalui metode merangkumkan ulang pernyataan wawancara narasumber secara lisan yang dirubah ke kalimat langsung, sesuai dengan indicator konsep teori, serta dapat menjawab permasalahan penelitian.

Melalui pendekatan deskriptif, penerapan penelitian dalam memperoleh data penelitian adalah melalui (Field Research), Data yang diperoleh melalui Field Research adalah pelaksanaan penelitian dilapangan oleh peneliti dalam memperoleh data atau informasi secara langsung terhadap informan penelitian (Sumadi S, 1995:81). Field Research dalam penelitian peneliti adalah peneliti sebagai instrument penelitian terlibat secara langsung, menganalisis serta mengamati berbagai aktivitas yang dilaksanakan oleh Subbagian Proginmas melalui observasi.

Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan Teknik nonprobability sampling melalui pendekatan *purposive sampling*, melalui *purposive sampling* peneliti menetapkan beberapa kriteria, sebagai berikut:

- 1) Sekretaris Dinas Perhubungan Aceh, sebagai Dewan Pengarah terkait publikasi informasi, mengevaluasi, serta menyampaikan laporan pencapaian kinerja maupun situasi Lembaga yang menyangkut citra dan reputasi.
- 2) Kepala Subbagian Program, Informasi dan Humas Dinas Perhubungan Aceh sebagai Gate keeper atau penanggung jawab bidang, guna pengawasan kinerja Tim ICR dalam mempublikasikan informasi melalui postingan social media.
- 3) Tim ICR (Inovation Center Room) yang terdiri dari Pegawai Negeri Sipil maupun Tenaga Kontrak Subbagian Program, Informasi, Humas Dinas Perhubungan, sebagai pihak pelaksana kinerja dalam memperoleh, mengelola, mengolah informasi. Sehingga menghasilkan publikasi informasi melalui postingan. Namun Pegawai negeri sipil (PNS) maupun tenaga kontrak pada bidang subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat Dinas Perhubungan aceh dapat memenuhi pertimbangan tambahan seperti berikut:
 - a. Pegawai Negeri Sipil telah menempati posisi tertentu dalam subbagian Program, Informasi Dan Hubungan Masyarakat, minimal 3 bulan. Guna mampu memahami mekanisme kinerja serta tugas pokok dari subbagian tersebut.
 - b. Tenaga kontrak telah minimal 6 bulan, sehingga memiliki program kerja sesuai dengan keahlian bidang, serta memiliki surat ikatan kontrak (SK) selama priode jabatan berlaku.

Sumber data primer dalam penelitian peneliti adalah diperoleh langsung dari informan-informan penelitian yang merupakan narasumber subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat yang telah menjawab serta memberikan pernyataan nya melalui pelaksanaan proses wawancara semi-terstruktur dan hasil observasi penelitian. Sedangkan untuk data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis traffic pengunjung melalui bantuan website analitik *social-blade* dan *viral vinder*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menerapkan pelaksanaan observasi, wawancara serta dokumentasi (Taylor & Rogdan, 1984) yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah Data diperoleh, Maka Teknik Analisi data yang diterapkan dalam penelitian peneliti adalah

pendekatan analisis data melalui model analisis interaktif Miles dan Huberman (Sugiono, 2013: 245) yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (verifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan dan pengelolaan social media sebagai media komunikasi adalah Implementasi Undang-undang No.14 Thn 2008 tentang keterbukaan informasi public. Dinas Perhubungan Aceh memiliki wewenang urusan pemerintahan dan pembangunan bidang perhubungan sesuai dengan amanat peraturan gubernur No.118 Thn 2016. Grunig (2009:1) mengemukakan bahwa kehadiran social media telah mengubah cara para praktisi dalam berpikir dan melaksanakan praktik-praktiknya. Lebih lanjut Grunig menjelaskan optimalisasi potensi social media. Menurut Grunig (2009:13) media baru digunakan oleh public relations untuk kepentingan – kepentingan seperti media digital, dalam penelitian ini social media dapat digunakan untuk melakukan program-program komunikasi guna publikasi dan interaksi Lembaga terhadap masyarakat. Tim ICR (Inovations Center Room) melaksanakan praktik public relations secara sistematis dan terstruktur guna pemanfaatan dan pengelolaan social media. Pemanfaatan fitur-fitur social media terkait publikasi postingan serta aktivitas masyarakat dalam menanggapi postingan adalah hubungan komunikasi yang strategis, bersifat komunikasi dua arah dan interaktif, simetris atau dialogis serta bertanggung jawab secara sosial.

Pemanfaatan fitur- fitur social media Instagram diterapkan melalui postingan yang paling umum adalah (caption, hastag, mention) serta interaksi postingan melalui (like, comment, share). Beragam postingan penting menggunakan captions, guna menjelaskan isi atau narasi pesan yang hendak disampaikan Lembaga kepada masyarakat. Penerapan caption berfokus pada 3 tipe captions yaitu news rilis, feature news, storytelling. Penggunaan Hastag, menggunakan tanda tegar (#) sering dilaksanakan Lembaga guna mempermudah katagrori tema atau topik publikasi postingan. Seperti penggunaan wajib setiap publikasi postingan menyebutkan nama lembaga yaitu #DishubAceh.

Penggunaan Mantions, sebagai upaya yang dibentuk oleh dinas perhubungan guna membangun hubungan kerjasama bilateral antar lintas Lembaga dalam gugus tugas SKPA. Selain itu juga memperkenalkan bentuk

hubungan kerjasama yang dibentuk, dibina serta koordinasi dan konsolidasi antar kelembagaan pemerintahan daerah.

Maka Pemanfaatan fitur- fitur social media Instagram guna kebutuhan publikasi postingan informasi , dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Captions, penerapan captions pada dinas perhubungan merujuk pada 3 tipe, yaitu news rilis, feature news, storyteling
2. Hastag, penggunaan hastag terkait publikasi informasi adalah guna mempermudah katagori tema topik postingan Lembaga
3. Mantions, adalah sebuah upaya yang dibentuk oleh dinas perhubungan dalam guna membangun hubungan Kerjasama terhadap Lembaga lain, guna memperkenalkan Kerjasama kelembagaan atau sturktural internal Lembaga.

Lebih lanjut setelah menggunakan beragam fitur dalam mempublikasikan postingan informasi Lembaga. Maka postingan tersebut akan ditanggapi masyarakat melalui beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram. Aktivitas pasca publikasi postingan dikaji melalui like, comment, share. Like yang diperoleh oleh dinas perhubungan secara masif, melalui observasi dan wawancara yang telah peneliti laksanakan adalah minimal 70-100 dalam dua hari. Serta secara maksimal diperoleh 500-700. Colom comentar pada setiap postingan memiliki tanggapan 7-20 perpostingan tergantung pada topic postingan. Untuk Share Lembaga menjelaskan partisipasi yang cenderung sangat kurang, bahkan tidak ada. Hanya internal Lembaga yang mempublikasikan (Repost) postingan melalui akun media social personal masing- masing staff.

Keberhasilan Pemanfaatan social media juga di dukung oleh Pengelolaan yang sistematis dan terstruktur, melalui 4 fungsi pengelolaan umum sebagai berikut:

1. Perencanaan, pelaksanaan perencanaan dibentuk melalui penentuan rubrik mingguan/bulanan yang ditugaskan melalui monitoring dan pembagian kinerja yang sistematis melalui aplikasi atau website analitik trello. Manajemen social media memilki tugas mengawasi, mengevaluasi dan melaporkan hasil pencapaian postingan kepada kepala subbagaian program informasi sebagai pencapaian target dan tugas pokok Lembaga dalam mempublikasikan informasi dan pelayanan kepada masyarakat
2. Pengorganisasian yang dibentuk oleh dinas perhubungan ace adalah melalui rapat mingguan atau bulanan, Dinas Perhubungan memiliki 15 Staff tenaga

kontrak dengan pembagian 9 devisi guna kebutuhan publikasi informasi melalui publikasi postingan social media.

3. Pergerakan adalah upaya atau kinerja yang ditugaskan kepada seluruh Tim ICR sebagai pelaksana proses memperoleh, mengelola dan mengolah informasi sesuai dengan tugas pokok yang telah disepakati. Tanggung jawab setiap staff adalah mengoptimalkan postingan yang rutin guna pelayanan dan proses informasi yang sistematis.
4. Pengawasan, sebagai proses terakhir upaya pengelolaan informasi sebagai kebutuhan postingan social media Instagram dilaksanakan secara langsung oleh Sekertaris Dinas & Kepala Subbagian Program, informasi dan hubungan masyarakat. Pengawasan tersebut dibentuk melalui diskusi grup serta evaluasi isi konten agar layak dipublikasi kepada masyarakat.

Ketika situasi yang menempatkan Lembaga mengalami krisis citra maupun reputasi terkait tugas pokok serta fungsional kelembagaan. Permasalahan secara internal maupun eksternal diselesaikan melalui penerapan 4 katagori peran Humas menurut Dozier & Broom (Dalam Ruslan, 2016: 20-21) yaitu peran humas sebagai penasehat ahli, peran humas sebagai fasilitator komunikasi, peran humas sebagai fasilitator pemecah masalah dan peran humas sebagai teknisi komunikasi.

1. Peran Humas Dinas Perhubungan Aceh sebagai Penasehat Ahli adalah menyelesaikan situasi krisis yang dihadapi Lembaga, yang memiliki keterkaitan citra dan reputasi Lembaga. Lembaga dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsional Lembaga, tentu menerima masukan berupa kritikan dan saran dari masyarakat. Peran PR dalam cakupan ini adalah mengatasi persoalan tersebut, kemudian masukan tersebut akan dipertimbangkan serta disampaikan ke pimpinan Lembaga, Guna menyelesaikan permasalahan. Peran tersebut dilaksanakan oleh sekretaris Dinas Perhubungan Aceh selaku dewan pengawas subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat.
2. Peran humas Dinas Perhubungan Aceh sebagai Fasilitator Komunikasi, adalah Subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat. Menghadirkan admin social media pada setiap platform social media Lembaga. Guna arus informasi dan komunikasi Lembaga terhadap masyarakat dapat berjalan dengan sistematis dan terstruktur. Peran Admin social media adalah sebagai jembatan komunikasi antara Lembaga terhadap masyarakat. Lembaga mempublikasi informasi melalui publikasi postingan. Sehingga masyarakat memberikan respon

umpan balik (feedback) melalui aktivitas kolom komentar atau direct masege terkait publikasi postingan tersebut. Hubungan tersebut guna menciptakan kesepahaman tugas dan fungsional Lembaga dalam masyarakat, humas melaksanakan tugas sebagai pendengar keluhan, saran, pertanyaan dan pernyataan yang sesuai dengan keinginan public. Sehingga menghasilkan komunikasi dua arah Lembaga terhadap masyarakat.

3. Peran Humas sebagai fasilitator pemecahan masalah adalah praktisi humas membantu pimpinan dalam menghadapi masalah secara rasional dan professional, serta menjadi mediator dalam memberikan solusi dalam mengatasi situasi krisis citra dan reputasi. Sekertaris Dinas Sebagai Penasehat Ahli melalui kepala subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat melaksanakan skema kinerja terkait penindakan dan pengarahan tim. Kepala Subbagian bersama jajaran tim ICR memiliki otoritas dalam persoalan dan solusinya. Guna menyelesaikan situasi krisis yang dihadapi Lembaga.
4. Peran Humas sebagai teknisi komunikasi adalah mengarahkan staff Tim ICR melakukan pelaksanaan kinerja dengan peran menulis (latter, in house journal, featur news, straight news). Tugas pokok Tim ICR adalah memperoleh, mengelola serta menghasilkan hasil karya tulis yang dapat dipublikasi melalui social media.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peran Humas Dinas Perhubungan Aceh terhadap pemanfaatan dan pengelolaan social media Instagram sebagai media komunikasi terkait postingan publikasi pada akun social media (@Dishub_Aceh). Pemanfaatan dan pengelolaan social media telah terlaksana mulai 2018, bersegmentasi pada generasi milenial atau Gen-Z. Untuk pengemasan pesan secara interaktif, edukatif dan komunikatif. Publikasi postingan rutin dilaksanakan setiap hari. Pemanfaatan fitur-fitur social media Instagram melalui caption, hastag, mention membantu Lembaga dalam menarasikan informasi serta berkomunikasi dengan masyarakat. serta sehingga menghasilkan interaksi melalui kolom komentar maupun kontak pesan pada setiap postingan. Pemanfaatan fitur lain adalah menanggapi postingan yang telah terpublikasi melalui aktivitas (like, comment, share). Aktivitas tersebut adalah bagaimana cara masyarakat menanggapi isi postingan Informasi yang Lembaga publikasi.

Penarapan Peran yang telah terlaksana yaitu sebagai penasehat ahli dilaksanakan oleh sekretaris dinas, fasilitator pemecah masalah dilaksanakan oleh kepala subbagian, Peran sebagai fasilitator komunikasi terlaksana melalui admin yang responsive dan interaktif pada seluruh platform social media lembaga. Peran sebagai teknisi komunikasi dilaksanakan oleh seluruh staff subbagian program, informasi dan hubungan masyarakat melalui Tim ICR.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Lembaga perlu memberikan sosialisasi atau strategi komunikasi guna membangun kesadaran masyarakat dalam memperoleh atau memberikan tanggapan lebih interaktif pada social media Lembaga. Guna evaluasi dan pengembangan social media sebagai media komunikasi kelembagaan.

2. Secara Praktis, Dinas Perhubungan Aceh mampu mempertahankan skema kinerja tersebut terkait pemanfaatan dan pengelolaan social media. Pengembangan dan pengenalan pemanfaatan dan pengelolaan social media sebagai media komunikasi, diperluas jangkauan. Dengan mengedukasi dan memberikan pelatihan rutin pada dinas yang konkuren lintas kabupaten/kota seperti Dinas Kabupaten Aceh Utara dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. 2001. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- A. Muri Yusuf. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : Kencana.
- Andi, Prastowo. 2010. Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : DIVA Press
- Anwar, Khoirul dan Asianti, Oetojo. 2004. Aplikasi Sistem Informasi Manajemen bagi Pemerintah di Era Otonomi Daerah : SIMDA. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- A.Anditha Sari. (2017). Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik (1st ed.). Deepublish.
- Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, 2010. Judul : Terampil Mengolah Data Kualitatif . Jakarta: Prenada Media Group
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- Assauri, Sofyan. 1996. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Cetakan Ketiga. Penerbit Rajawali. Jakarta.
- Azwar, Syaifudin. 2001 . Metode Penelitian, Edisi I, cet. 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bogdan, Robert dan Taylor, Pengantar Metode Penelitian Kualitatif, Terjemahan oleh Arief Rurchan, (Surabaya : Usaha Nasional, 1992).
- Cangara, Hafied. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- (—————). 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : Raja Grafindo
- Cutlip, Scoot M, Allen H. Center, Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- (—————). 2006. *Effective Public Relations* (Edisi kesembilan). Jakarta: Kencana

Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Dogan, Umrah dan Nuran Oze (2018), *Issues and Communication: Media and Public Relations*, Edisi pertama, London: IJOPEC Publication

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga

Indrawan, Rully, Yaniawati, R. Poppy, 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika aditama

Kustadi Suhandang, 2004. *Public relations perusahaan: Kajian Program Implementasi*. Bandung, Yayasan Nuansa Cendekia.

Keith Butterick, 2014, *Pengantar Publik Relations: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Mukarom Zainal. 2015. *Manajemen Publik Relation. (Panduan Efektif Pengolahan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: Pustaka Setia.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

(———)2012. *Komunikasi Antarbudaya (Di Era Budaya Siber)*. Jakarta:Prenada Media Group.

(———). 2016. *Media Sosial:Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media.

Prastowo, Andi. 2010. *Menguasai Teknik- Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta : Diva Press

Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi komunikasi*, bandung: Remaja Rosdakarya.

Ruliana, Poppy and Lestari, Puji, (2019). *Teori Komunikasi*. Bandung. PT Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady, 2016. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali pers

(———) 2008, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, Jakarta, Rajawali Pers

(———) 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

(———) 2007. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sumadi suryabrata, 1994. *Metodologi Penelitian*, Cet VIII, Jakarta. RajaGrafindo Persada

(———) (1992). *Metode penelitian edisi 1*. Jakarta: PT Rajawali.

Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah, 2011. *Teori dan Praktik Publik Relations*. Depok : Gramata Publishing

Samsu, S. M. 2017. *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta, Elex Media Kompetindo.

Sugiyono, 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwatono, 2014. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Journal

Grunig, James E. *Excellence Theory in Public Relations*. 2014. University of Maryland

Flew, Terry. (2008). *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press

Grunig, J.E, (2009) *Paradigm of global public relations in digitalisation*, Vol 6. Prism.

M. Khoirul Anwar, Asianti Oetojo S. *Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Bagi Pemerintahan Di Era Otonomi Daerah*