

## ABSTRAK

Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan merupakan sebuah instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam bidang komunikasi kepada publik. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menuntut para praktisi humas tak terkecuali humas pemerintah untuk dapat beradaptasi dan memilih saluran media baru yang efektif dalam melakukan komunikasi publik. Dengan tingkat kepopuleran media sosial menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan guna berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, tidak jarang media sosial milik pemerintah belum dikelola secara maksimal dan sering kali dianggap hanya sebagai pelengkap saja. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan sebagai platform komunikasi publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana peneliti berusaha memaparkan dan mendeskripsikan informasi tentang pemanfaatan media sosial yang dikelola Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan telah memanfaatkan media sosial dalam aktivitas komunikasi publik sebagai platform untuk mempromosikan, menyebarluaskan program dan kebijakan pemerintah agar bisa diketahui masyarakat. Berdasarkan teori *Excellence Public Relations*, aktivitas komunikasi yang terjalin sudah berjalan secara dua arah, tetapi masih menggunakan model *two-way asymmetric* dimana instansi berharap publik tetap bertindak, berpikir dan bersikap sesuai kehendak pemerintah melalui publikasi aktif yang cenderung bersifat “*telling*” mengenai berbagai aktivitas pimpinan tanpa mendengarkan keinginan masyarakat. Tantangan yang dihadapi ialah mengembangkan model komunikasi yang lebih berkualitas, berinovasi agar pesan tidak monoton dan lebih diterima masyarakat dengan pengembangan konten edukatif dan interaktif melalui kolaborasi dengan *influencer* dan *content creator*.

**Kata Kunci:** *humas, komunikasi publik, media sosial*

## **ABSTRACT**

*Public Relations of the South Sumatra Provincial Government is a government agency responsible for communication to the public. The development of communication and information technology requires public relations practitioners, including government public relations, to be able to adapt and choose new media channels that are effective in conducting public communication. With the level of popularity, social media is one of the platforms used by the Public Relations of the South Sumatra Provincial Government to communicate with the community. However, it is not uncommon for government-owned social media to not be managed optimally and is often considered only as a complement. So this study aims to find out how social media is used by the Public Relations of the South Sumatra Provincial Government as a public communication platform. This study uses a qualitative method with a descriptive approach where the researcher tries to explain and describe information about the use of social media managed by the Public Relations of the South Sumatra Provincial Government. Data collection techniques are carried out by interviews and observations. The results of the study show that the public relations of the South Sumatra Provincial Government has used social media in public communication activities as a platform to promote and disseminate government programs and policies so that they can be known to the public. Based on the theory of Excellence Public Relations, communication activities that have been established have been running in two directions, but still use a two-way asymmetric model where agencies expect the public to continue to act, think and behave according to the government's will through active publications that tend to be "telling" about various leadership activities without listening to the wishes of the community. The challenge faced is to develop a better quality communication model, innovate so that the message is not monotonous and more accepted by the public by developing educational and interactive content through collaboration with influencers and content creators.*

**Keywords:** *public relations, public communication, social media*