

Pendekatan dialogis public relations di media sosial public relations pemerintah (analisis isi twitter @kemkominfo dan @Gprbaik tahun 2015) = Dialogic public relations approach in social media government public relations content (analysis twitter @kemkominfo and @Gprbaik 2015)

Fatihul Rahmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432868&lokasi=lokal>

Abstrak

Dialog dipertimbangkan sebagai cara paling etis dalam praktik public relations. Sama halnya dengan public relations pemerintah, dialog seharusnya mendapatkan tempat utama dalam melakukan komunikasi dengan publik. Potensi media terutama media sosial untuk terlibat dalam dialog sebagian besar belum dimanfaatkan secara maksimal. Media sosial menyediakan saluran komunikasi dua arah sehingga public relations, khususnya pemerintah dapat membangun hubungan dialogis dengan para pemangku kepentingan atau publiknya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk komunikasi dialogis public relations pemerintah di media sosial, khususnya twitter.

Penelitian ini hanya berfokus pada sisi formal dialog dan bukan pada isinya. Dalam rangka untuk melihat ada atau tidaknya komunikasi dialogis, dua media sosial twitter kementerian komunikasi dan informatika akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi. Sejumlah sampel tweet akan dianalisis menggunakan prinsip-prinsip dialogis di media sosial dan karakteristik pesan Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media sosial Twitter Kementerian Kominfo tidak termasuk kedalam kelompok dialogis. Dengan demikian, media sosial tidak digunakan sebagai sarana untuk membangun hubungan dialogis antara organisasi dengan publik atau stakeholdernya.

.....Dialogue is considered as the most ethical way in the practice of public relations. Similarly with the government's public relations, dialogue should have a major place in their communication with the public. Especially social media potential for engaging in dialogue mostly not exploited to its full potential. Social media providing two-way communication so that the government public relations can build dialogic relationship with their stakeholders or public. This study aimed to explain the form of the government public relations dialogical communication in social media, especially in Twitter.

This study focuses only on the formal side of the dialogue, not the content of dialogue itself. In order to see whether or not the dialogical communication, two social media Twitter ministry of communications and information technology will be analyzed using content analysis method. Sample tweet will be analyzed using the principles of dialogue in social media and Twitter message characteristics. The results showed that both social media Twitter Ministry of Communications is not included in the dialogic group. Therefore, social media is not used to build a dialogical relationship between the organization and the public or stakeholders.