

ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DALAM KONTEKS PELAYANAN PUBLIK

Paramudya Wiratama

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
email: paramudya.witama@gmail.com

Abstrak

Kajian ini didasari atas terdapatnya umpan balik negatif dari masyarakat khususnya warganet terhadap penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah, berdasarkan fenomena tersebut dikaji bagaimana etika komunikasi penggunaan media sosial pada instansi pemerintah dalam konteks pelayanan publik. Kajian dilakukan dengan cara studi literatur. Hasil kajian memperlihatkan etika komunikasi pemerintah berperan penting dalam mendorong keberhasilan pelayanan publik, sehingga harus menjadi perhatian serius bagi praktisi humas pemerintah dalam berkomunikasi kepada masyarakat. Penggunaan media sosial pemerintah tidak bisa dipersamakan layaknya menggunakan media sosial pribadi karena terdapat perbedaan etika dan aturan main di antara keduanya, jika akun media sosial pribadi secara leluasa dapat dipergunakan berekspresi demi kepentingan pribadi, maka akun media sosial pemerintah digunakan semata-mata untuk mendukung pelayanan publik dengan tujuan akhir mencapai tujuan negara.

Kata Kunci: etika, komunikasi, media sosial, pemerintah

Abstract

This study is based on the existence of negative feedback from the community, especially netizens on the use of social media by government agencies, based on this phenomenon, it is studied how the ethics of communication using social media in government agencies in the context of public services. The study was conducted by means of a literature study. The results of the study show that government communication ethics plays an important role in encouraging the success of public services, so it must be a serious concern for government public relations practitioners in communicating to the public. The use of government social media cannot be equated with using personal social media because there are differences in ethics and rules of the game between the two, if personal social media accounts can freely be used for expression for personal gain, then government social media accounts are used solely to support public services. with the ultimate goal of achieving state goals.

Keywords: ethics, communication, social media, government.

Pendahuluan

Kehadiran media sosial membawa pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, media sosial secara signifikan telah mengubah gaya berkomunikasi masyarakat, penggunaan media sosial sebagai tren baru berkomunikasi tak dapat terbantahkan lagi (Setiadi, 2016). Hal ini terjadi seiring pertumbuhan pengguna yang sekian masif. Publikasi *datareportal.com* (2022) mengungkapkan terdapat 191 juta pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari tahun 2022, ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi dan mengalami peningkatan sebesar 12,6 persen atau sekitar 21 juta pengguna di banding tahun 2021. Dengan jumlah pengguna begitu banyak maka hal yang wajar jika media sosial di nilai sebagai saluran efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pelayanan publik telah menjadikan media sosial sebagai salah satu opsi dalam berkomunikasi dengan publik (Hastrida, 2021). Hal ini menjadi penting mengingat faktor komunikasi memiliki korelasi dengan pelayanan publik. (Koapaha, Warouw, & Rembang, 2018) mengungkapkan komunikasi merupakan salah satu elemen penting dan sangat berdampak terhadap proses pelayanan publik yang baik, namun peranan komunikasi pemerintah dalam konteks persoalan pelayanan publik merupakan salah satu indikator yang sering luput dari perhatian pemerintah.

Media sosial memang terbukti dapat memberikan suasana interaktif di antara penggunaannya, begitu juga dalam hal membangun komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, dengan adanya media sosial akses komunikasi dengan pemerintah terasa kian dekat, jarak bukan lagi menjadi hambatan, kehadirannya seolah memberi jawaban akan rumitnya berkomunikasi dengan pemerintah di masa lampau, tanpa bertatap muka atau pun melalui prosedur formal yang panjang masyarakat kini lebih mudah berkomunikasi dengan pemerintah, manfaat ini sangat positif dalam membangun masyarakat yang informatif. (Hastrida, 2021) mengungkapkan terjalinnya ikatan interaktif antara pemerintah dengan publik merupakan hakikat dari pengelolaan media sosial pemerintah. Terdapatnya sikap saling dukung dengan adanya pembagian informasi, kerja sama massal dan transaksi sosial antara pemerintah dengan konstituennya merupakan indikator keberhasilan dari media sosial. Publik dapat kesempatan mengekspresikan diri dan pikirannya, memperoleh kesempatan untuk berbicara, termasuk juga kesempatan dalam hal memberikan kritik kepada pemerintah secara langsung dan terbuka di media sosial.

Namun dibalik manfaat yang di dapat dari penggunaan media sosial pemerintah, muncul persoalan baru menyangkut bagaimana etika pemerintah dalam menggunakan media sosial? Apakah ada kebijakan terkait standar etika pemerintah dalam berkomunikasi di media sosial? Persoalan ini menarik untuk dikaji karena penggunaan media sosial merupakan sesuatu yang baru pada instansi pemerintah, dan realitasnya penggunaan media sosial oleh pemerintah juga mendapatkan kritikan dari masyarakat. Fenomena terkait penggunaan media sosial pemerintah pernah diteliti oleh (Karunianingsih & Utomo, 2020) dalam artikel yang berjudul “Etika Komunikasi

Publik bagi Humas Pemerintah dalam Bermedia Sosial (Studi Kasus pada Akun Twitter @Kemkominfo dan @InfoBMKG). Dalam penelitian tersebut penulis menyoroti cara komunikasi akun resmi Twitter Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemkominfo) yang mendapatkan umpan balik negatif berupa kritikan dan komentar negatif dari warganet, namun sebaliknya akun Twitter milik Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG) justru lebih diterima oleh warganet dalam korelasinya dengan etika komunikasi terhadap masyarakat sebagai wadah informasi resmi yang dimiliki instansi pemerintah.

Adanya umpan balik negatif dari masyarakat khususnya warganet terkait etika penggunaan media sosial pemerintah menandakan terdapatnya permasalahan dalam cara berkomunikasi pemerintah. Mengingat etika komunikasi adalah hal yang penting dalam pelayanan publik dan sedangkan dalam praktiknya terdapat umpan balik negatif terhadap etika komunikasi pemerintah, maka dalam artikel ini akan di kaji bagaimana seharusnya etika komunikasi penggunaan media sosial pemerintah dalam konteks pelayanan publik.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah dengan melakukan studi literatur/studi kepustakaan. Menurut Zed (2003:3) dalam (Supriyadi, 2016) studi kepustakaan merupakan “sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian”. Dalam kajian ini akan ditelusuri literatur-literatur yang relevan dengan maksud kajian.

Hasil dan Pembahasan

A. Etika

Terdapat ragam definisi tentang makna etika, namun istilah ini selalu berhubungan dengan sikap atau tingkah laku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring etika adalah “ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak)”. Menurut (Yusuf, 2017) etika memiliki keidentikan sekali dengan suatu ukuran perilaku yang menggambarkan terkait apa perbuatan yang semestinya diperbuat dan apa pula yang semestinya ditinggalkan.

(Said, 2021) berpandangan bahwa etika adalah sebagai tolak ukur peradaban bangsa, yang merupakan dasar kehidupan berbangsa dan bernegara, tingginya peradaban tersebut di nilai dari kepatuhan masyarakat bertindak berdasarkan aturan main yang telah disetujui secara kolektif.

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa etika pada intinya berbicara tentang sikap atau tingkah laku manusia tentang bagaimana bersikap baik dan benar dan menghindari apa yang tidak elok sebagai landasan kehidupan berbangsa dan bernegara.

B. Tujuan Negara sebagai Landasan Komunikasi Pemerintah

Pelaksana humas pemerintah atau dikenal juga sebagai praktisi humas pemerintah sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 Ayat (3) Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Per/12/M.PAN/08/2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah bahwa “Praktisi humas pemerintah adalah individu yang pekerjaan dan jabatannya melakukan fungsi humas dan komunikasi pada lembaga pemerintahan.” Berdasarkan peraturan ini jelas bahwa fungsi humas pemerintah berkaitan dengan tugas pemerintah. Pemerintah sendiri sebagai bagian dari negara tugasnya berkaitan dengan pencapaian tujuan negara, sebagaimana dijelaskan oleh C.S.T. Kansil (1985) dalam (Saputra, 2017) bahwa “Pemerintah ini sebagai alat untuk bertindak demi kepentingan rakyat, untuk mencapai tujuan negara sebagaimana tertera dalam Alinea ke IV Pembukaan UUD Tahun 1945”. Erliana Hasan (2005) dalam Hariyanto dan Juniari C (2019:29) menjelaskan bahwa “komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara”.

Salah satu tujuan negara Indonesia sebagaimana diamanatkan dalam UUD 1945 adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, ini merupakan tujuan negara yang harus menjadi fokus penyelenggaraan negara, hal tersebut harus dijadikan panduan bagi siapa pun yang diberi amanat sebagai pelaksana tujuan negara dan harus diaplikasikan oleh setiap unsur-unsur penyelenggara negara yang bertindak atas nama pemerintah tak terkecuali bagi setiap orang yang diberi tugas dalam menjalankan fungsi humas di instansi pemerintahan. Jadi sebagai bagian dari alat yang tugasnya berkaitan dengan pemerintahan fungsi humas pemerintah tidak boleh lari dari prinsip-prinsip dasar tujuan negara, humas pemerintah harus memastikan bahwa setiap komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat benar-benar harus sesuai dengan tujuan negara, termasuk dalam hal ini komunikasi pemerintah melalui media sosial.

C. Komunikasi Pemerintah sebagai Unsur Pelayanan Publik

(Rohayatin et al., 2017) mengungkapkan perlunya bagi aparatur pemerintah memberikan pelayanan publik yang selalu berorientasi terhadap kepentingan masyarakat (publik), mengingat pelayanan publik sebagai salah satu unsur yang berharga dalam organisasi pemerintah.

Menurut (Larasari, 2008), pelayanan publik merupakan segala ragam pelayanan yang dilakukan oleh aparatur pemerintah di sektor publik mengacu kepada kebutuhan publik untuk menyediakan barang dan atau jasa sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Terkait hal ini institusi pemerintah bertindak sebagai perangkat pemberi layanan dan merupakan satu di antara fungsinya yang penting dan utama.

Komunikasi pemerintah sebagai bagian dari pelayanan publik di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, dalam Pasal 5 Ayat (1) UU tersebut dijelaskan bahwa:

“Ruang lingkup pelayanan publik meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik serta pelayanan administratif yang diatur dalam peraturan perundang-undangan”.

Selanjutnya dalam ayat (2) dijelaskan bahwa:

“Ruang lingkup sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya.”

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa pelayanan publik merupakan suatu tindakan pemerintah yang berorientasi kepada kepentingan publik dengan memberikan layanan kepada masyarakat, salah satu ruang lingkup dari pelayanan publik tersebut adalah komunikasi dan informasi, mengingat hal ini maka dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat tenaga humas atau praktisi humas pemerintah harus berorientasi kepada kepentingan publik yang mengacu kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

D. Korelasi Etika Komunikasi Pemerintah dengan Pelayanan Publik

Dalam beberapa literatur dijelaskan mengenai keterkaitan antara etika komunikasi dan pelayanan publik (Aprilia & Nurchotimah, 2022) mengungkapkan pentingnya komunikasi pemerintahan dalam menentukan keberhasilan pelayanan publik demi mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, mengingat kedudukan pemerintah sebagai aktor dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi dalam hal pembangunan sumber daya masyarakat.

(Aminulloh, Setyawan, & Fauzan, 2014) berdasarkan penelitiannya memberikan beberapa kesimpulan bahwa terdapatnya pengaruh positif dan signifikan komunikasi terhadap pelayanan publik, terdapatnya pengaruh positif dan signifikan etika terhadap pelayanan publik, dan juga terdapatnya pengaruh positif dan signifikan komunikasi dan etika terhadap pelayanan publik. Selain itu terdapatnya juga pengaruh positif dan signifikan perilaku arogansi dan sikap apatisme terhadap pelayanan publik, terdapatnya juga pengaruh positif dan signifikan komunikasi terhadap pelayanan publik melalui perilaku arogansi dan sikap apatisme masyarakat, kemudian terakhir terdapatnya pengaruh positif dan signifikan etika terhadap pelayanan publik melalui perilaku arogansi dan sikap apatisme masyarakat.

Berdasarkan literatur di atas dapat dipahami bahwa terdapatnya korelasi antara etika komunikasi terhadap pelayanan publik, etika komunikasi yang baik akan memberikan dampak yang baik terhadap kualitas pelayanan publik, dan tentunya apabila aparatur negara tidak bijak dalam berkomunikasi tanpa memperhatikan etika komunikasi dapat berakibat negatif terhadap keberhasilan pelayanan publik, sehingga dapat disimpulkan etika komunikasi pemerintah berperan penting dalam mendorong keberhasilan pelayanan publik, sehingga harus menjadi perhatian serius bagi praktisi humas pemerintah dalam berkomunikasi kepada masyarakat.

E. Etika Penggunaan Media Sosial Pemerintah

Perkembangan teknologi yang kian maju juga berdampak pada kecondongan perubahan rangkaian tindakan humas pemerintah atau GPR (Ramadani, 2019). Perubahan tersebut di tandai dengan beralihnya pola komunikasi pemerintah dari cara-cara konvensional ke cara-cara digitalisasi, ini juga merupakan respons terhadap perubahan perilaku komunikasi masyarakat saat ini.

Salah satu bentuk perubahan komunikasi pemerintah tersebut adalah dengan penggunaan media sosial dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media sosial menurut KBBI Daring Kemdikbud adalah “laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial”. Media sosial pada intinya adalah media yang berbasis online memiliki fitur-fitur interaktif untuk berkomunikasi dengan sesama penggunanya.

Pemerintah telah menerbitkan peraturan terkait penggunaan media sosial pemerintah melalui Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Aturan ini sebagai acuan bagi instansi pemerintah dalam menyebarkan informasi dan komunikasi kepada masyarakat, prinsip media sosial humas pemerintah menurut peraturan ini adalah:

“1. kredibel, yakni menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan; 2. integritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika; 3. profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya; 4. responsif, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat; 5. terintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (*on-line*) maupun yang tidak berbasis internet (*off-line*); 6. keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan pribadi.”

Prinsip-prinsip di atas merupakan pedoman bagi setiap individu praktisi humas pemerintah di dalam berkomunikasi menggunakan akun media sosial pemerintah. Prinsip-prinsip tersebut perlu diteladani dengan baik untuk menghindari timbulnya umpan balik negatif dari warganet, setiap pesan atau konten informasi yang dimuat harus benar-benar memperhatikan keenam variabel tersebut, penting untuk selalu diingat bahwa etika komunikasi pemerintah berkorelasi dengan keberhasilan pelayanan publik.

F. Perbedaan Pengelolaan Media Sosial Pribadi dan Media Sosial Pemerintah.

Mengamati penggunaan media sosial di Indonesia, perbedaan pengelolaan media sosial pemerintah dengan media sosial pribadi dapat dilihat dari beberapa aspek yakni: siapa pengelola, kegunaan, aturan main, dan juga pendanaannya. Akun media sosial pribadi biasanya dikelola secara pribadi, digunakan untuk kepentingan pribadi atau kepuasan pribadi, tidak ada norma-norma/aturan/pedoman khusus yang mengatur tentang fungsi dan tujuannya, pedomannya hanya norma-norma umum atau aturan yang berlaku untuk semua masyarakat, seperti halnya UU ITE yang berlaku untuk seluruh penggunaan media sosial. Sedangkan media sosial yang

dikelola pemerintah adalah media sosial yang dikelola oleh unsur pemerintah, difungsikan untuk kepentingan negara/pemerintah/pelayanan publik dan tanggung jawabnya berdasarkan fungsi, tugas atau kewenangan yang di miliki oleh pemerintah, selain berpedoman kepada aturan umum juga terdapatnya aturan atau pedoman khusus dalam penggunaannya. Terbitnya instrumen hukum yang mengatur tentang tata cara penggunaan media sosial pemerintah menandakan penggunaan media sosial pemerintah di atur secara khusus, dari sisi SDM pun media sosial pemerintah biasanya di kelola oleh unsur pemerintah, dan jika terdapat biaya dalam produksi kontennya maka akan dibebankan kepada pemerintah. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dipetakan sebagai berikut perbedaan di antara keduanya:

	Media Sosial dikelola Pribadi	Media Sosial dikelola Pemerintah
Pengelola	Perorangan/Individual/secara pribadi	Dikelola oleh pemerintah melalui individu terpilih/praktisi atau tenaga humas terpilih
Fungsi/Kegunaan	Difungsikan untuk kepentingan atau kepuasan pribadi	Difungsikan untuk kepentingan pemerintah/negara, publik/masyarakat/berorientasi pada kepentingan publik
Aturan hukum yang mengikat/yang dipedomani	Berdasarkan norma umum/aturan hukum yang berlaku umum	Selain aturan umum, terdapat instrumen hukum khusus atau pedoman khusus di dalam peruntukannya.
Pembiayaan	Biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan konten berasal dari biaya pribadi	Jika terdapat biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan konten, maka dibebankan ke pemerintah

Pentingnya mengidentifikasi perbedaan di atas adalah untuk mengingatkan para pengelola media sosial pemerintah agar terhindar dari sudut pandang pribadi dalam memanfaatkan media sosial pemerintah, ketika suatu akun media sosial ditetapkan sebagai akun resmi pemerintah maka secara otomatis penggunaannya harus sesuai dengan tugas dan fungsi pemerintah. Hal penting yang mesti selalu di ingat bahwa media sosial pemerintah merupakan wajah pemerintah di dunia maya, untuk itu penggunaannya harus beradab sesuai dengan pedoman dan aturan yang berlaku.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial bagi pemerintah dalam mendukung pelayanan publik adalah wujud adaptasi pemerintah menghadapi perubahan pola komunikasi masyarakat, media sosial dinilai mampu memberikan suasana interaktif antara pemerintah dan masyarakat, namun penggunaan media sosial dalam mendukung pelayanan publik harus tetap memperhatikan etika dan tujuan negara. Dari beberapa literatur terkait etika komunikasi pemerintah dan pelayanan publik menunjukkan terdapatnya korelasi antara etika komunikasi dan pelayanan publik, ini merupakan elemen yang saling mempengaruhi, ketika etika komunikasi diabaikan maka dapat berdampak kepada pemberian umpan balik negatif kepada pemerintah, sebaliknya jika etika komunikasi

pemerintah dijaga dengan baik maka dapat mendorong keberhasilan pelayanan publik kepada masyarakat.

Penggunaan media sosial pemerintah tidak bisa dipersamakan layaknya menggunakan media sosial pribadi karena terdapat perbedaan etika dan aturan main di antara keduanya, jika akun media sosial pribadi secara leluasa dapat dipergunakan berekspresi demi kepentingan pribadi, maka akun media sosial pemerintah digunakan semata-mata untuk mendukung pelayanan publik dengan tujuan akhir mencapai tujuan negara. Oleh karena itu, bagi praktisi humas pemerintah khususnya yang mengelola media sosial pemerintah harus bisa membedakan fungsi ini, ketika mengelola media sosial pemerintah maka orientasinya adalah kepentingan publik dan segala kebiasaan yang menyangkut kepentingan pribadi harus dikesampingkan, dan perlu ditekankan bahwa media sosial pemerintah merupakan wajah pemerintah di dunia maya, untuk itu penggunaannya harus secara beradab sesuai dengan pedoman dan aturan yang berlaku.

Pemerintah melalui PermenPANRB No. 83 tahun 2012 telah memberikan pedoman bagi praktisi humas pemerintah dalam pengelola media sosial pemerintah, pedoman ini perlu direalisasikan dengan baik agar tidak terjadi lagi hal-hal yang dapat merusak citra pemerintah sebagai pelayan publik.

BIBLIOGRAFI

- Aminulloh, Akhirul, Dody Setyawan, & Fahmi Fauzan. (2014). Model komunikasi, sifat arogansi dan etika komunikasi pemerintah menuju pelayanan publik prima. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 98–108. [Google Scholar](#)
- Aprilia, Icha Annisa & Aulia Sholichah Iman Nurchotimah. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Communication*, 13(1), 70 – 85. [Google Scholar](#)
- Digital 2022: Indonesia <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Etika. 2016. Kamus Besar Indonesia(KBBI) Daring. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/etika>
- Hariyanto, Eri dan Desak Ketut Juniari C. (2019). Komunikasi Publik di Era Industri 4.0: Pelajaran dari Strategi Komunikasi Pemerintah Mengkomunikasikan Utang kepada Masyarakat. Jakarta: @jualinbukumu. Retrieved from <https://play.google.com/>
- Hastrida, Andhini. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(2), 149–165. [Google Scholar](#)
- Karunianingsih, Diyah Ayu & Ardian Setio Utomo. (2020). Etika Komunikasi Publik Bagi Humas Pemerintah Dalam Bermedia Sosial (Studi Kasus Pada Akun Twitter @Kemkominfo dan @Infobmkg). *Jurnal Heritage*, 8(2), 127–144. [Google Scholar](#)
- Koapaha, Adjeng Putri, Desie Warouw, & Max Rembang. (2018). Peranan Komunikasi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat (Studi Pada Pemerintah Kelurahan Bengkol Kecamatan Mapanget). *Acta Diurna Komunikasi*, 7(3). [Google Scholar](#)
- Larasati, Endang. (2008). Reformasi Pelayanan Publik (Public Services Reform) dan Partisipasi Publik. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik*. 5 (2). 254-267. [Google Scholar](#)
- Media Sosial. 2016. Menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI) Daring. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media%20sosial>
- Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Per/12/M.PAN/08/2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah

Ramadani, Thoriq. (2019). The implementation of public communication management policy at Ministry of Energy and Mineral Resources. *Jurnal Borneo Administrator*. [Google Scholar](#)

Rohayatin, Titin, Tulus Warsito, Ulung Pribadi, Achmad Nurmandi, Wahyudi Kumorotmo, & Suranto. (2017). Faktor Penyebab Belum Optimalnya Kualitas Penyelenggaraan Pelayanan Publik dalam Birokrasi Pemerintahan. *Jurnal Caraka Prabhu*, 1(01), 22–36. [Google Scholar](#)

Said, Harmoko M. (2021). Menggagas Peradilan Etik Penyelenggara Negara Di Indonesia. *SASI*, 27(1), 24–37. [Google Scholar](#)

Saputra, Roy. (2017). Fungsi-Fungsi Aparat Pemerintah dalam Mewujudkan Tujuan Negara. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 6(2). [Google Scholar](#)

Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2). [Google Scholar](#)

Supriyadi, Supriyadi. (2017). Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan antar Pustakawan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2(2), 83–93. [Google Scholar](#)

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

Yusuf, Imam Maulana. (2017). Etika vs etiket (Suatu telaah tentang tuntutan dan tuntunan dalam penyelenggaraan pelayanan publik). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 60–78. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Paramudya Wiratama (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

