

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

MUHAMAD ALDRI MAHENDRA. Strategi Direktorat Informasi dan Media dalam Pengelolaan Media Sosial Kementerian Luar Negeri. *Strategy of The Directorate Information and Media on Social Media Management in The Ministry of Foreign Affairs*. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO

Media sosial merupakan media yang kian berkembang di tengah masyarakat. Seiring dengan perkembangan tersebut, media sosial kini tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi saja. Namun, penggunaannya sudah diaplikasikan untuk kepentingan pemerintah. Salah satunya yaitu Kementerian Luar Negeri. Direktorat Informasi dan Media sebagai unit yang mengelola media sosial utama Kementerian Luar Negeri, menjadi ujung tombak dalam proses penyampaian informasi kepada publik dalam membangun citra Indonesia dan membentuk opini publik yang positif bagi kegiatan penyelenggaraan hubungan luar negeri.

Topik penulisan laporan akhir diperoleh dari hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, jalan Pejambon No. 6, Jakarta Pusat, selama dua bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari 2020 hingga April 2020. Penyusunan laporan tugas akhir ini dilakukan dengan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, partisipasi aktif, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Tujuan laporan tugas akhir ini adalah untuk menjelaskan strategi Direktorat Informasi dan Media dalam pengelolaan media sosial Kementerian Luar Negeri.

Pengelolaan media sosial ditugaskan kepada salah satu subdirektorat yang ada di Direktorat Informasi dan Media yaitu Subdit Audio Visual. Beberapa tugas tersebut, yaitu meliputi kegiatan Kementerian Luar Negeri, membuat desain komunikasi visual, dan mengelola kanal Youtube Kementerian Luar Negeri.

Media sosial yang dikelola oleh Direktorat Informasi dan Media merupakan jenis media sosial utama milik Kemlu (Kementerian Luar Negeri). Adapun *platform* yang digunakan, yaitu Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Strategi yang dilakukan dalam pengelolaannya, yaitu pertama, menentukan target audiens sesuai konten untuk masing-masing *platform*. Kedua, membuat perencanaan konten menyesuaikan dengan keperluan dan issue yang tengah berkembang. Ketiga, membuat tagar untuk narasi yang terdiri dari satu tagar narasi umum, yaitu #IniDiplomasi, dan empat tagar khusus prioritas politik luar negeri saat ini, yaitu #RintisKemajuan, #DemiNKRI, #NegaraMelindungi, dan #IndonesiaUntukDunia. Selanjutnya, evaluasi media sosial yang dilakukan oleh pihak ketiga.

Strategi yang dilakukan oleh Direktorat Informasi dan Media merupakan upaya guna memaksimalkan fungsi dari media sosial Kemlu sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan tentang kebijakan, program dan capaian kinerja yang dilakukan oleh Kemlu.

Kata kunci : audio visual, kementerian luar negeri, media sosial, strategi