



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMDA DIY DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI GEN Z

Diana Nurwulan  
5201711201

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengelolaan media sosial TikTok Humas Pemda DIY sebagai sarana informasi bagi Gen Z. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan Teori *The Circullar Model of SOME* milik Regina Lutterl dengan empat tahapan yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage* dan *Engage*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan diperkuat dengan dokumentasi guna mendukung keaslian data. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Pemda DIY dalam mengelola media sosial TikTok, pada tahapan *sahre* dengan berpartisipasi melalui semua media sosial yang dimiliki dalam membagikan informasi yang disesuaikan dengan segmen audience sesuai dengan target audience yang dicapai yaitu Gen Z melalui media sosial TikTok. Pada tahap *optimize*, Humas Pemda DIY memanfaatkan fitur yang terdapat pada media sosial TikTok yaitu hastag guna mempermudah audience dalam memperoleh informasi dan supaya informasi yang dibagikan jangkauannya luas serta terlibat langsung pada suatu perbincangan di media sosial TikTok. Selanjutnya, pada tahap *manage* dengan melakukan monitoring dan mengklasifikasikan informasi yang akan dibagikan serta berusaha merespon dan menjawab pertanyaan yang masuk dari audience. Sementara, pada tahap *engage*, Humas Pemda DIY menjalin hubungan baik dan berkolaborasi KOL guna menjalin kerja sama dalam memperbaiki informasi sehingga dapat mempengaruhi audience.

**Kata Kunci:** Strategi Humas Pemerintah, Media Sosial TikTok, Gen Z

## **ABSTRACT**

### ***PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY OF DIY REGIONAL GOVERNMENT IN MANAGING TIKTOK SOCIAL MEDIA AS AN INFORMATION TOOL FOR GEN Z***

*Diana Nurwulan  
5201711201*

*This study aims to determine and explain how the management of TikTok social media by the DIY Regional Government Public Relations as a means of information for Gen Z. This study is a descriptive qualitative study with Regina Lutterl's The Circular Model of SOME Theory with four stages, namely Share, Optimize, Manage and Engage. The data collection technique in this study uses observation techniques, interviews and is reinforced with documentation to support the authenticity of the data. The results of this study indicate that the DIY Regional Government Public Relations in managing TikTok social media, at the share stage by participating through all social media owned in sharing information that is tailored to the audience segment according to the target audience achieved, namely Gen Z through TikTok social media. At the optimize stage, the DIY Regional Government Public Relations utilizes the features on TikTok social media, namely hashtags, to make it easier for the audience to obtain information and so that the information shared has a wide reach and is directly involved in a discussion on TikTok social media. Furthermore, at the manage stage by monitoring and classifying the information to be shared and trying to respond to and answer questions received from the audience. Meanwhile, at the engage stage, the DIY Regional Government Public Relations establishes good relationships and collaborates with KOLs in order to establish cooperation in improving information so that it can influence the audience.*

**Keywords:** *Government Public Relations Strategy, TikTok Social Media, Gen Z*