

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Pembuatan konten di media sosial untuk seorang humas di Kantor Pertanahan Kota Surabaya I digunakan sebagai wadah mereka untuk membentuk citra positif dan lebih interaktif kepada masyarakat. Selain hal tersebut pemanfaatan media sosial juga digunakan untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh Kantor Pertanahan Kota Surabaya I.

Segala aktifitas dokumentasi yang akan diunggah di media sosial oleh pihak humas Kantor Pertanahan Kota Surabaya I harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari Kepala Kantor, sehingga informasi yang diunggah di media sosial merupakan informasi yang tepat dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak instansi seperti informasi mengenai program dari Presiden Jokowi yaitu Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) dan informasi terkait kerja sama dengan pihak lain.

IV.2 Saran

Berikut merupakan saran penulis kepada humas Kantor Pertanahan Kota Surabaya I

1. Konten yang ada di media social Kantor Pertanahan Kota Surabaya I sudah berjalan dengan baik, akan tetapi perlu ditingkatkan kembali mengenai jam untuk mengunggah konten di media sosial dan memperbanyak konten di media sosial.
2. Memaksimalkan konten di media sosial dengan mensosialisasikan program pengurusan sertipikat tanah dari rumah atau biasa disebut UTAMA agar memudahkan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, Elvinaro; Soemirat, S. (2015). *Dasar-dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.

BUDIARGO, D. (2015). *BERKOMUNIKASI ALA NET GENERATION*. PT Elex Media
Komputindo.

Cutlip M Scott. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.).

Lattimore. (2010). *Public Relations, Profesi dan Praktik*. Salemba Humanika.

Jurnal

Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada
Komunitas Fotografi. *JOM FISIP*, 2.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880/5750>

Ardhoyo, T. (2013). Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan
Produk Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1, 15–21.

Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu
Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.

Marta, R. (2019). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA
SUMATERA BARAT*. 3, 102–112.

Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public Relations di
Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9.

Rulli, N. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis
Rekatama Media.

Ruslan, R. (2018). *Manajemen public relations dan media komunikasi: konsepsi dan aplikasi*

(14th ed.).

Sonya, M., & Yo Meylani, dan S. R. N. (2015). Karakteristik Press Release

Praktisi PublicRelations Hotel Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*

Makna, 6.