



Judul Skripsi :

**STRATEGI KEMENTERIAN PARIWISATA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF
DI MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus pada *Instagram Wonderful Indonesia*)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Ida Bagus Indra GunaTita
NIM : 1410411169



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAKARTA
2019

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang tercinta

Ayah, Mama, Nisa, Divya dan Kakak

Terimakasih kepada kalian atas *supportnya* selama ini membantu penyusunan skripsi selama ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Banyak sekali hal yang tidak bisa saya ungkapkan tetapi tidak dapat diungkapkan satu persatu. Semoga hasil dari perjuangan saya selama ini dapat berbuah hasil yang manis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Ida Bagus Indra GunaTita

NRP : 1410411169

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku,

Jakarta, 20 Juni 2019



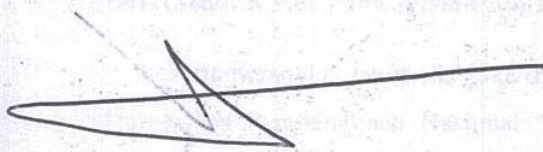
PERNYATAAN
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Id Bagus Indra GunaTita
NRP : 1410411169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : **Strategi *Public Relations* Kementerian Pariwisata Dalam Pembentukan Citra Positif Di Media Sosial (Studi Kasus Pada *Wonderfull Indonesia Di Instagram*)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Mengetahui dan Menyetujui,

Pembimbing Utama



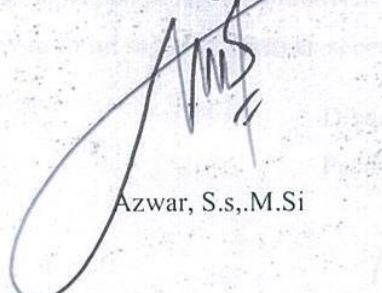
Dr. Retno Dyah Kusumastuti M.Si

Pembimbing Pendamping



Dra. Hermina S., MM

Ketua Program Studi



Azwar, S.s., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 30 April 2019

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ida Bagus Indra GunaTita
NRP : 1410411169
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS KEMENTERIAN
PARIWISATAA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF DI MEDIA
SOSIAL (Studi Kasus Pada *Wonderfull Indonesia Di Instagram*)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juni 2018



Ida Bagus Indra GunaTita

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya serta kemudahanNya di dalam proses penyelesaian skripsi ini. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dengan judul “**STRATEGI PUBLIC RELATIONS KEMENTERIAN PARIWISATA INDONESIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF (Studi kasus pada *Instagram Wonderful Indonesia*)**”.

Penyusunan dalam penelitian skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dan berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua dan Kakak peneliti, yang mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan masa perkuliahan.
2. Pasangan hidupku Anisa dan Divya yang telah mensupport untuk penyelesaian penulisan ini.
3. Dr. Retno Dyah Kusumastuti M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi utama yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dra. Hermina S., MM selaku Pembimbing Skripsi Pendamping yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.
5. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
6. Dr. Kusumajanti, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
7. Tata Usaha serta MIKMAS Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

8. Teman seangkatan Ilmu Komunikasi FISIP 2014 yang saling membantu ,meluangkan waktu untuk bisa saling bertukar pikiran dan memberikan semangat.

Penulis berharap Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan ilmu komunikasi pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan pada keterbatasan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KEMENTERIAN
PARIWISATA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF DI
MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA INSTAGRAM
WONDERFULL INDONESIA)**

Abstrak

Kementerian Pariwisata meraih penghargaan *the best ministry tourism* di ajang *National Tourism Organization* (NTO), yang diketahui reward itu adalah selalu di adakan setahun sekali untuk menjalin hubungan dengan negara asia. namun sangat disayangkan mengapa *followers* dari akun utama *wonderfull indonesia* tidak sesuai dengan pencapaian yang mereka dapat. **Tujuan penelitian** ini ingin mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh *public relations* Kementerian Pariwisata dalam pembentukan citra positif di media sosial terutama instagram. **Teori yang digunakan** yaitu teori Manajemen Impresi, yaitu pandangan masyarakat terhadap *wonderfull Indonesia*. **Metode yang digunakan** yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus. **Teknik pengumpulan data** dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi non partisipan. Dan studi kepustakaan. **Hasil penelitian adalah** strategi yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dalam pembentukan citra baik menggunakan event, kuis mingguan, lomba, *fast response costumer service* yang bertujuan agar *wonderfull Indonesia* bisa mengetahui saran dan kritikan dari masyarakat. Namun dalam hal ini memiliki kendala di mana banyak masyarakat yang menganggap bahwa seputar informasi mengenai pariwisata membosankan, ini membuat acuan Kementerian Pariwisata untuk tampil lebih modern dan kekinian untuk bersaing kedalam dunia luar.

Kata Kunci : *instagram*, manajemen impresi, Strategi.

**STRATEGY PUBLIC RELATIONS MINISTRY TOURISM IN
FORMING POSITIVE IMAGE IN SOCIAL MEDIA (CASE
STUDY IN WONDERFULL INDONESIA INSTAGRAM)**

Abstract

*The Ministry of Tourism won the best ministry tourism award at the National Tourism Organization (NTO), which is known that the reward is always held once a year to establish relations with Asian countries. but it is very unfortunate why followers from Indonesia's wonderful main account are not in accordance with their achievements. **The purpose of this study is to find out how the strategies used by the Ministry of Tourism's public relations in the formation of positive images on social media, especially Instagram. The theory that the researchers used** was the Impresi Management theory, namely the view of society towards Indonesia's wonderful. **The method used is** qualitative with a case study approach. **Data collection techniques** are carried out by in-depth interviews, non-participant observation. And literature study. **The results of the research** are strategies carried out by the Ministry of Tourism in the formation of good image using events, weekly quizzes, competitions, fast response customer services that aim to make Indonesia wonderfully able to find advice and criticism from the public. But in this case it has an obstacle where many people consider that information about tourism is boring, this makes the Ministry of Tourism reference to appear more modern and contemporary to compete in the outside world.*

Keywords : *instagram, Impresi management, Strategy*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Signifikasi Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	13
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	13
2.2.2.1 Tujuan <i>Public Relations</i>	14
2.2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.2.2.3 Peran dan Tugas <i>Public Relations</i>	15
2.2.2.4 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	15
2.2.3 Konsep Strategi <i>Public Relations</i>	16

2.2.4 Konsep Citra	16
2.2.5 Konsep Strategi Komunikasi	19
2.2.6 Konsep Khalayak/Publik	21
2.2.6.1 Publik Internal	21
2.2.6.1 Publik Eksternal	22
2.2.7 Konsep Sosial Media	22
2.2.7.1 <i>Instagram</i>	23
2.2.7.2 <i>Instagram</i> sebagai sarana Komunikasi.....	23
2.3 Teori Penelitian	24
2.3.1 Teori <i>Impression Management</i>	24
2.4 Kerangka Berpikir	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data	29
3.2 Objek Penelitian	30
3.2.1 Pemilihan <i>Informant</i>	31
3.3 Teknik Analisis Data.....	31
3.4 Teknik Keabsahan Data	32
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	33

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Tentang Kementerian Pariwisata	34
4.1.2 Tugas dan Fungsi Kementerian Pariwisata.....	34
4.1.3 Visi Misi Kementerian Pariwisata (Kemenpar).....	36
4.1.4 Struktur organisasi Kementerian Pariwisata (Kemenpar)	36
4.1.5 Sejarah Logo	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Strategi <i>Public Relations</i> Kementerian Pariwisata (Kemenpar) Dalam Pembentukan Citra Positif di Media Sosial	41
4.2.2 <i>Event</i> dan Program Pesona Indonesia.....	54

4.2.3 Strategi Menurut Teori Manajemen Impresi	60
4.3 Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	77
5.1 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Referensi Berita.....	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.	10
Tabel 3 Waktu Penelitian.	34
Tabel 4 <i>Followers</i> Genpi dan Genwi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Pembentukan Citra Pengalaman Stimulus.....	20
Gambar 2 Kerangka Berpikir	27
Gambar 3 Instagram Pesona Indonesia	45
Gambar 4 Twitter Pesona Indonesia	46
Gambar 5 Facebook Pesona Indonesia	47
Gambar 6 <i>Website</i> Pesona Indonesia	48
Gambar 7 Hutan de Jawatan	63
Gambar 8 Pulau Samalona.....	64
Gambar 9 Green Canyon.....	64
Gambar 10 Kepulauan Anambas	65
Gambar 11 Goa Rangko.....	66
Gambar 12 Danau Biru	66
Gambar 13 Air Terjun Katohala	68

LAMPIRAN

Lampiran A Surat Permohonan Riset ke Kementerian Pariwisata RI	A1
Lampiran B Transkrip Wawancara Informan.....	B1
Lampiran C Sertifikat.....	C1
Lampiran D (Dokumentasi Penelitian)	D1
Lampiran E Riwayat Hidup	E1