

# STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS KEMHAN RI DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL

## ABSTRAK

Kementerian Pertahanan RI (Kemhan RI) sangat dihargai oleh masyarakat dalam hal melindungi negara Indonesia dari berbagai ancaman nontradisional seperti terorisme. Strategi yang dipicu oleh ideologi, politik, ekonomi dan masyarakat, sosial budaya, serta situasi dan kondisi keamanan, ketika terjadi peristiwa yang menyangkut pertahanan negara Indonesia yang melatarbelakangi, tentu akan ada berita positif dan negatif. Memantau pemberitaan mengenai Kemhan RI dan merencanakan serta melakukan strategi untuk mengatasi pemberitaan yang beredar di media merupakan tugas humas.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi komunikasi humas dan kendala dalam membangun citra positif melalui media sosial Kemhan RI dengan menggunakan teori *impression management*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi dengan triangulasi data.

*Key informan* pada penelitian ini terdapat 2 dan informan terdapat 2 yaitu orang yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis yaitu Humas Kemhan RI bagian Opini. Penelitian ini menggunakan teori *impression management*. Hasil dari penelitian ini yaitu humas Kemhan RI dalam membangun citra positif melalui media sosial yaitu (1) melihat dinamika yang berkembang dan melakukan penebalan informasi; (2) membuat konten yang disukai oleh masyarakat dengan desain yang menarik dan ringan; (3) membuat perencanaan konten dengan melakukan *monitoring* melalui analisa media; (4) terima terhadap kritik yang terdapat di media sosial dan menyikapi secara komprehensif; (5) melakukan publikasi melalui media sosial dan bekerjasama dengan kementerian lainnya dan influencer; (6) mengadakan kegiatan seminar dan quiz untuk berinteraksi dengan masyarakat; (7) melakukan strategi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Kata Kunci: Strategi Humas, Media Sosial, Humas Pemerintahan

# **COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS MINISTRY OF DEFENSE OF THE REPUBLIC OF INDONESIA IN BUILDING A POSITIVE IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA**

## **ABSTRACT**

The Indonesian Ministry of Defense (Kemhan RI) is highly valued by the public in terms of protecting the Indonesian state from various non-traditional threats such as terrorism. Strategically triggered by ideology, politics, economy and society, socio-culture, as well as security situations and conditions, when an incident involving the defense of the Indonesian state is the background, of course there will be positive and negative news. Monitoring the news about the Ministry of Defense of the Republic of Indonesia and planning and implementing strategies to deal with the news circulating in the media is a public relations task

This study aims to discuss public relations communication strategies and obstacles in building a positive image through social media of the Indonesian Ministry of Defense using impression management theory. This study uses a qualitative research method with a case study approach. The data collection technique was done by purposive sampling. Researchers used four stages of data analysis, namely data collection, data reduction, data presentation, and withdrawal/verification by data triangulation.

There are 2 key informants in this study and 2 informants, namely people who were selected based on criteria that have been determined by the author, namely the Public Relations of the Indonesian Ministry of Defense, the Opinion section. This research uses impression management theory. The results of this study are the Public Relations of the Ministry of Defense of the Republic of Indonesia in building a positive image through social media, namely (1) seeing the dynamics that develop and carrying out information thickening; (2) create content that is liked by the community with an attractive and light design; (3) planning content by monitoring through media analysis; (4) accept criticism on social media and respond comprehensively; (5) publish through social media and collaborate with other ministries and influencers; (6) holding seminars and quizzes to interact with the community; (7) carry out planning, implementation and evaluation strategies.

Keywords: Public Relations Strategy, Social Media, Government Public Relations