



Judul Skripsi :

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

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

Nama : Shafa Arawinda

NIM : 1810411243



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shafa Arawinda

NIM : 1810411243

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 02 November 2022

Yang menyatakan,



Shafa Arawinda

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafa Arawinda
NIM : 1810411243
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 fee*) atas karya ilmiah yang berjudul:

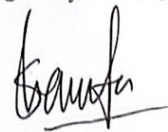
“Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, 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, 02 November 2022

Yang menyertakan,



Shafa Arawinda

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Shafa Arawinda

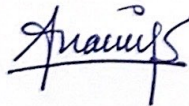
NIM : 1810411243

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial.**

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.

Pembimbing I



Dr. Ana Kuswanti

Penguji I



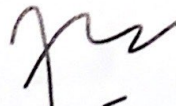
Windhi Tia Saputra., M.Si

Penguji II



Ratu Laura Mulia B., M.Sc

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas., M.Si

Ditetapkan dan Tanggal Ujian : Jakarta, 08 Desember 2022

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

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat ALLAH SWT karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial* dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam mencapai gelar sarjana Strata satu yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

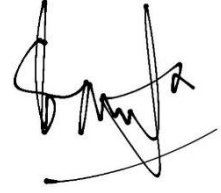
Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik yang bersifat moril maupun materil. Pada kesempatan ini izinkan saya dengan hormat memperkenalkan dan mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sangat luar biasa dalam membantu saya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Dr. Ana Kuswanti, S.Ikom., M.Si. selaku Dosen pembimbing 1 yang telah banyak membantu, mendukung, dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai juga memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Ratu Laura Mulia Baskara, S.Psi.,M.Sc, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu saya dalam memberikan masukan dan arahan terkait teknik penulisan skripsi yang benar dari penyusunan skripsi hingga tahap penyelesaian.
3. Dr. R. Duddy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Dr. Fitria Ayuningtyas S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang selalu memberikan semangat dan kemudahan dalam proses penyelesaian pendidikan S1 Ilmu Komunikasi.

5. Saya mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang paling istimewa dalam hidup saya yaitu orang tua saya Ibu Drg. R.A Anindhita Kartika Dewi dan Bapak saya Mohamad Adji Widjanarko
6. Saya juga ingin mengucapkan Terima kasih kepada Kemhan RI, khususnya Biro Humas dan bagian Opini yang telah memberikan saya kesempatan untuk belajar dan mencari pengalaman dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Tidak lupa juga saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Biro Humas Bagian Opini yang telah membantu saya dalam melakukan wawancara dan penarikan data.
8. Sahabat saya Bernama Nadya Maulida Larissa, Aisyah Andriani C, Nadia Parisya yang telah membantu dalam berdiskusi mengenai penelitian ini.
9. Saya juga ingin berterima kasih kepada Livaldy Alviano yang telah memberikan semangat serta dukungan yang sangat luar biasa dalam proses pengerjaan dan penarikan data yang saya lakukan.
10. Terima kasih kepada teman-teman mobile legend UPN Berjaya karena telah menghibur di tengah saya sedang mengalami kelelahan dalam penulisan skripsi ini.
11. Terakhir saya mau mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah melewati seluruh proses dan rintangan dalam hidup, dalam pengerjaan skripsi yang tentunya tidak mudah. Terima kasih telah melewati dan menjalani hari-hari dengan penuh semangat dan tanpa putus asa untuk membahagiakan orang tua dengan mendapatkan gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna walaupun penulis telah mengerjakan skripsi ini dengan maksimal. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga nantinya dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Penulis berharap dengan penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Atas Perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 02 November 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Shafa Arawinda

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
BAB I	12
PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Masalah.....	12
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.5 Sistematika Penulisan	23
BAB II.....	25
TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Konsep Penelitian.....	25
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	25
2.1.2 Hubungan Masyarakat (Humas)	34
2.1.3 Humas Pemerintah	40
2.1.4 Strategi Humas	46
2.1.5 Citra Lembaga.....	47
2.1.6 Media Sosial.....	50
2.1.7 Teori Penelitian	52
2.2 Kerangka Berpikir.....	57

Tabel 1. Kerangka Berpikir.....	58
BAB III	60
METODOLOGI PENELITIAN.....	60
3.1 Objek Penelitian	60
3.2 Jenis Penelitian.....	61
3.3 Teknik Pengumpulan Data	62
3.4 Sumber Data.....	63
3.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.6 Tabel Rencana Waktu	65
Tabel 2. Waktu Kegiatan Penelitian.....	66
BAB IV	67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.1.1 Sejarah Kementerian Pertahanan RI (Kemhan RI)	67
4.1.2 Visi dan Misi Kementerian Pertahanan RI (Kemhan RI)	70
4.1.3 Logo Kementerian Pertahanan RI (Kemhan RI).....	70
4.2 Hasil Penelitian	72
4.2.1 Humas Kemhan RI.....	73
4.2.2 Strategi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial.....	74
4.2.3 Citra Humas Kemhan RI.....	84
4.2.4 Media Sosial Kemhan RI	89
4.3 Hasil Pembahasan	99
4.3.1 Tugas dan Peran Humas Kemhan RI	99

4.3.2 Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial	101
4.3.3 Strategi Humas Kemhan RI dengan <i>Teori Impression Management</i>	106
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
V.2 Saran.....	111
V.2.1 Saran Praktis.....	112
V.2.2 Saran Teoritis	112
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Kerangka Berpikir.....	58
Tabel 2. Tabel Waktu Kegiatan.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Humas Kemhan RI Raih Penghargaan.....	16
Gambar 2. Data Pengguna Internet.....	18
Gambar 3. Logo Kemhan RI.....	71
Gambar 4. Konten Infografis pada Media Sosial @kemhanri.....	76
Gambar 5. Konten pada Media Sosial Kemhan RI.....	77
Gambar 6. Kolaborasi Kemhan RI dengan Influencer.....	78
Gambar 7. Salah Satu Program Kerjasama dengan Media.....	81
Gambar 8. Publikasi Media Sosial @kemhanri mengenai Menhan.....	87
Gambar 9. Instagram Kemhan RI.....	89
Gambar 10. Twitter Kemhan RI.....	90
Gambar 11. Youtube Kemhan RI.....	91
Gambar 12. Facebook Kemhan RI.....	92