

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kementerian Pertahanan RI (Kemhan RI) sangat dihargai oleh masyarakat dalam hal melindungi negara Indonesia dari berbagai ancaman nontradisional seperti terorisme, penggunaan senjata pemusnah massal, dan kondisi internal yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan. Strategi yang dipicu oleh ideologi, politik, ekonomi dan masyarakat, serta sosial budaya juga tentu akan memunculkan berita positif dan negatif. Memantau pemberitaan mengenai Kemhan RI dan merencanakan serta melakukan strategi untuk mengatasi pemberitaan yang beredar di media merupakan tugas humas.

Berdasarkan pra riset yang sudah dilakukan, bahwa humas Kemhan RI setiap harinya menganalisa 5 berita atau isu yang menonjol mengenai Kemhan RI seperti TNI, alutsista dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menimbulkan berbagai persepsi akan Kemhan RI. Terjadinya musibah mengenai tenggelamnya kapal selam KRI Nanggala-402 menimbulkan berita negatif atau berita hoaks. Pengamat militer Connie Rahakundini Bakrie mengungkapkan bahwa terdapat mafia dalam pengadaan alat utama (alutsista) TNI (Lesmana, S.A & Ardiansyah, N, 2021). Kemudian terdapat pemberitaan yang menimbulkan pro dan kontra mengenai biaya alutsista. Kementerian Pertahanan (kemhan) berencana memborong alat utama sistem persenjataan dengan anggaran yang luar biasa (Jannah, S.M & Pratama, A). Pro kontra bermunculan karena mereka yang menolak menganggap duit sebanyak itu dapat membuat keuangan negara secara keseluruhan berdarah-darah.

Pemberitaan negatif juga terdapat pada portal berita CNN Indonesia, Kemhan Akui Rencana Beli Eurofighter Thypoon Bekas Austria. Pemberitaan tersebut menyebutkan bahwa Menhan tertarik untuk membeli Jet tempur bekas yang kemudian muncul tanggapan negatif dari masyarakat dan berbagai pihak. Kemhan RI berencana untuk membuat anggaran pertahanan yang menurut berbagai pihak nominal yang diberikan tidak masuk akal. Melihat pemberitaan mengenai

anggaran pertahanan, Detik Finance memunculkan artikel Rencana Anggaran Pertahanan Rp. 1.700 Triliun Dikritik Keras, di mana hal tersebut mengarah menjadi pemberitaan negatif dan mendapat komentar dari masyarakat yang mayoritas kontra terhadap anggaran tersebut, tetapi Kemhan RI tetap dapat mempertahankan citra positifnya di hadapan masyarakat.

Terdapat faktor internal yang juga menjadi hambatan bagi Kemhan RI dalam menjalankan tugasnya dan dapat ditinjau dari Bidang Personil Biro Humas Kemhan RI. Keterbatasan pegawai di bidang personil merupakan kendala yang muncul dikarenakan adanya pegawai yang meninggal, berpindah instansi, dan pensiun. Kendala ini berujung pada menurunnya kompetensi, kualitas, dan kuantitas SDM di Bidang Personil Biro Humas Kemhan RI. Menurunnya kompetensi dan kualitas SDM ini pun dapat dilihat dari *website* resmi Kemhan RI, dengan judul artikel ASN Biro Humas Setjen Diminta Tingkatkan Kemampuan diri. Dituliskan bahwa Biro Humas Kemhan RI masih membutuhkan pegawai yang kompeten serta berpengalaman untuk mendukung kelancaran dan meningkatkan kinerja organisasi. Hambatan internal di bidang personil ini dapat berpengaruh terhadap kualitas diseminasi informasi dari Kemhan RI yang juga akan berdampak pada citra Kemhan RI.

Hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan Kemhan RI merupakan hal yang penting untuk dipertahankan agar dapat memperoleh opini atau pendapat publik yang mendukung kelangsungan Kemhan RI sebagai lembaga negara. Diseminasi informasi ke publik dan pihak media perlu dilakukan oleh Kemhan RI terkait kebijakan, situasi, kondisi keamanan, dan ketika terjadi peristiwa yang menyangkut pertahanan negara Indonesia. Namun, terdapat beberapa informasi dan hal strategis yang tidak dapat disampaikan oleh Kemhan RI kepada publik dan pihak media.

Kasus yang menunjukkan fenomena ini dapat dilihat dari portal berita Merdeka, DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alusista? Pemberitaan tersebut menjelaskan mengenai permintaan DPR untuk transparansi dari Menteri Pertahanan Prabowo Subianto terkait rancangan perpres pemenuhan kebutuhan Alat Pertahanan dan Keamanan (ALPAHANKAM) Kemhan dan TNI

Tahun 2020-2024, di mana rapat kerja dilakukan secara tertutup dari publik dan pihak media. Contoh lain dapat dilihat dari kasus yang diberitakan oleh portal berita Kompas, Komisi I dan Wamenhan-Panglima TNI Gelar Rapat Tertutup Bahas Anggaran. Rapat yang dilakukan membahas beberapa topik seperti realisasi dan pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Tahun 2021 yang dilakukan secara tertutup. Kurangnya keterbukaan dalam kasus ini dapat menjadi hambatan terkait kepercayaan yang dimiliki publik dan memunculkan persepsi yang negatif terhadap Kemhan RI.

Salah satu peran penting yang dilakukan oleh humas yaitu menciptakan citra positif. Menciptakan suatu citra positif, humas dapat menjadi juru pada suatu instansi tersebut karena humas memiliki relasi yang cukup luas sehingga dapat membentuk citra perusahaan dengan koneksi yang mereka punya. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Alya (2019) bahwa citra yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Langkat di mata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Langkat yaitu menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai humas, serta dengan menjaga keterbukaan informasi yang diberikan kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi citra positif.

Melihat hal yang terjadi penelitian yang dilakukan Alya memiliki relevansi dengan penelitian penulis, sehingga memiliki urgensi penelitian yaitu sebuah Lembaga pemerintahan harus memiliki strategi komunikasi humas untuk meningkatkan citra positif. Kemhan RI sebagai Lembaga pemerintahan yang dipercayai oleh masyarakat dalam melindungi negara Indonesia harus memiliki citra yang positif agar segala kegiatan dapat dipercaya dan diterima oleh masyarakat. Strategi komunikasi humas merupakan langkah-langkah yang harus direncanakan dan dilakukan oleh humas untuk mencapai suatu tujuan dari Lembaga tersebut.

Humas merupakan bagian dari suatu perusahaan, instansi pemerintahan maupun organisasi yang berfungsi sebagai penghubung antara lembaga pemerintah, lembaga pemerintah dengan lembaga non-pemerintah, lembaga pemerintah dengan media, dan antara lembaga pemerintah dengan lembaganya dan masyarakat luas. Humas pemerintah berkepentingan dengan masyarakat luas dan perlu

mengkomunikasikan informasi yang diteruskan secara cepat dan akurat agar masyarakat dapat menerima informasi sesuai kebutuhan. Bagian humas pemerintah mengumpulkan, memproses, dan menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan rencana, kegiatan, dan pencapaian untuk mencerminkan tanggapan organisasi terhadap reaksi dan pendapat masyarakat terhadap organisasi.

Peran humas adalah untuk membantu menentukan dan mewujudkan tujuan dari rencana pemerintah, meningkatkan daya tanggap pemerintah, dan memberikan informasi yang memadai kepada publik untuk pengaturan mandiri. Strategi komunikasi yang dibangun oleh humas tidak hanya dapat memenangkan citra positif, tetapi juga membangkitkan kepercayaan publik. Citra positif yang telah ditanam harus dipertahankan karena akan mempengaruhi reputasi pemerintah. Didasarkan pada Nada *et al* (2017) peran humas Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa Selatan dalam membangun citra memiliki empat peran yaitu sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan sebagai teknisi komunikasi.

Didasarkan pada penelitian Humairah (2019) bahwa dalam mempertahankan citra Bank Muamalat, humas membuat strategi yang harus dijalankan yaitu bersosialisasi dengan masyarakat sekitar untuk memberikan edukasi dan melakukan program CSR. Selaras dengan Masyhuda (2019) bahwa dalam meningkatkan citra positif MTs Negeri Kota Batu dibutuhkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas. Strategi yang digunakan yaitu melakukan pembanahan terhadap internal MTs yaitu melakukan peningkatan kemampuan guru dan melakukan kegiatan dan mempublikasikannya melalui media sosial dan media massa. Melihat penelitian yang dilakukan oleh Humairah dan Masyhuda terdapat perbedaan strategi dengan penelitian penulis. Humas Kemhan RI mempertahankan citra dengan cara membagikan informasi secara terbuka mengenai aktivitas yang dilakukan oleh Kemhan RI melalui media sosial yang dimiliki.

## Gambar 1. Humas Kemhan RI Raih Penghargaan

### Humas Kemhan Raih Penghargaan Sebagai Fast and Responsive Government Public Relations

Jumat, 1 Juli 2022



Penghargaan yang diterima Karo Humas Setjen Kemhan Brigjen TNI Taufiq Shobri tersebut, karena Biro Humas dinilai konsisten mengedepankan profesionalitas dalam membangun opini publik dengan memberikan informasi secara cepat, transparan, objektif serta *up to date* terkait dengan program-program yang akan, sedang dan telah dilakukan.

Jakarta – Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan (Biro Humas Setjen Kemhan) meraih penghargaan kategori “*Outstanding Public Institution*” dengan spesifikasi “*Fast and Responsive Government Public Relation*”, pada ajang *INews Maker Awards 2022* bertajuk “*Advancing Dynamic Capabilities in Economic Rebound*” di Jakarta, Kamis (30/6).



Humas Kemhan RI telah menjalankan peran nya dengan baik. Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan RI meraih penghargaan pada ajang *Inews Maker Awards 2022* yang bertema “*Advancing Dynamic Capabilities in Economic Rebound*” kategori “*Outstanding Public Institution*” dengan spesifikasi “*Fast and Responsive Government Public Relations*”. Biro Humas Kemhan RI mendapatkan penghargaan karena dinilai konsistensinya terhadap mengedepankan profesionalitas dalam membangun opini publik dengan memberikan informasi secara terbuka, terkini terkait program yang dilakukan oleh Kemhan RI. Selain itu, Humas Kemhan RI meraih penghargaan karena mampu mengaktualisasikan tugas pokoknya dengan memberikan respon yang cepat dalam penyampaian informasi kepada publik melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube*) maupun kanal program *Public Service Announcement* (Iklan Layanan Masyarakat), serta melalui media *mainstream*.

Kemhan RI merupakan lembaga pemerintah yang sangat dilihat masyarakat dalam mempertahankan negara Indonesia. Untuk mempertahankan negara Indonesia, tentunya Kemhan RI melakukan kerjasama dengan Kementerian Pertahanan dari berbagai negara untuk menjalin hubungan yang baik. Membela negara merupakan kewajiban seluruh warga negara Indonesia, sehingga Kemhan

Shafa Arawinda, 2022

Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial  
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

RI sebagai Lembaga pertahanan negara harus memiliki strategi komunikasi untuk membangun citra positifnya melalui media sosial agar masyarakat menaruh kepercayaan yang besar dan meningkatkan semangat bela negara. Mengacu pada Herlina (2019) yang menyebutkan bahwa humas memiliki peranan penting dalam setiap Lembaga karena menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik citra negatif maupun positif.

Citra memiliki pengertian sebagai refleksi dari realitas suatu organisasi, yang dilihat oleh masyarakat atau publik. Selaras dengan penelitian Susanti (2014) bahwa keberhasilan sebuah organisasi tidak hanya bergantung pada jasa yang dihasilkan, tetapi hal penting yang mempengaruhi keberhasilan sebuah organisasi adalah citra positif (*good image*). Menurut Wasesa dalam (Susanti, 2014) citra perusahaan di mata masyarakat dapat dilihat dari pendapat ataupun pola pikir masyarakat pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Realitas tersebut didapatkan dari media-media yang berhubungan langsung dengan publik dapat dianggap mewakili persepsi masyarakat.

Citra merupakan salah satu aset penting bagi organisasi yang selayaknya harus terus ditingkatkan dan dipelihara. Menurut Katz dalam (Soemirat & Ardianto, 2005), citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Adanya citra ini, sangat berpengaruh pada pandangan masyarakat. Jika citra yang dibangun baik, maka hal tersebut dapat berdampak baik dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Kemhan RI. Didasarkan pada Sabrina (2019) citra positif Pemerintah Kabupaten Langkat dipengaruhi dengan peningkatan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota dan masyarakat serta adanya keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini adalah salah satu dampak nyata dari perkembangan era modern, terbukti bahwa kemajuan teknologi selain mengalami perkembangan dengan seiring berjalannya waktu juga mengalami perubahan, salah satunya adalah internet. Kelleher (2007) mendefinisikan internet sebagai jaringan global yang dapat diakses oleh seluruh publik. Jaringan yang dimaksud tersebut adalah suatu sistem yang menghubungkan

berbagai komputer, kabel, serta nirkabel yang terhubung untuk membantu masyarakat dalam mencari dan bertukar informasi dengan tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Internet merupakan media komunikasi baru (*new media*) yang masuk ke Indonesia, sebagai salah satu negara yang berkembang Indonesia tidak dapat terhindar dari terpaan internet.

Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun sistem operasi dan mesinnya berbeda (Ahmadi dan Hermawan, 2013). Perkembangan internet dapat menyebabkan terbentuknya dunia baru yaitu dunia maya yang di mana setiap individu masyarakat memiliki hak untuk berinteraksi dengan individu lainnya tanpa adanya batasan. Hal tersebut menjadi dorongan globalisasi untuk dapat berjalan dengan baik karena dunia maya dapat mempertemukan dan menghubungkan komunitas di seluruh dunia. Internet dapat memberikan media komunikasi yang beragam bagi masyarakat seperti dengan adanya tampilan data berupa gambar, suara, video serta komunikasi audio visual secara langsung.

Mengakses internet dibutuhkan media yang bersifat *online* seperti media sosial. Media sosial merupakan media *online* yang mendukung seseorang untuk dapat berinteraksi melalui internet. Menurut Rob Franklin *et al* dalam (Pienrasmi, 2015) kehadiran internet membawa dampak tersendiri bagi dunia bisnis maupun institusi media, termasuk pula bagi dunia Humas. Didasarkan pada Marzanie & Irwansyah (2019) bahwa humas dapat memanfaatkan internet untuk melakukan strategi komunikasi secara digital untuk mencapai tujuannya yaitu membangun citra.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan internet, saat ini komunikasi melalui media sosial menjadi hal yang sangat menarik.

Gambar 2. Data Pengguna Internet



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Laporan *We Are Social* yang berjudul *Digital 2022: The Latest Insight Into The State Of Digital*, disebutkan bahwa dari total 277,7 juta penduduk di Indonesia, dan 204,7 juta telah menggunakan internet dan 191,4 juta merupakan pengguna media sosial. Pengguna internet di Indonesia memiliki beberapa alasan utama, salah satunya adalah sebanyak 80,1% menggunakan internet untuk menemukan informasi. Laporan mengenai media sosial menunjukkan betapa banyak dan besarnya potensi media sosial sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi terutama bagi humas pemerintahan salah satunya adalah Kemhan RI. Pada jurnal “*social networks and the challenge for public relation*” McLennan & Howell mengutip Liu, Arnet, Capella & Beatty menyarankan bahwa jejaring media sosial dapat digunakan oleh organisasi dalam membangun hubungan dengan publiknya dan memberikan berbagai macam informasi dan layanan kepada berbagai publik baik secara langsung maupun tidak langsung.

Beragamnya media komunikasi saat ini menjadikan humas Kemhan RI untuk dapat memilih media yang sesuai agar dapat menyampaikan informasi baik untuk internal maupun untuk masyarakat publik. Humas dapat menggunakan media sosial untuk menginformasikan kepada publik terkait rencana yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun organisasi non-pemerintah. Hal ini dapat memudahkan

humas untuk menjalankan fungsinya dalam kegiatan publikasi. Media sosial telah menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, bahkan saat ini sebagian besar masyarakat sudah menjadi ketergantungan untuk menggunakan atau mengakses media sosial.

Internet sebagai portal berita terkadang memunculkan pemberitaan yang negatif sehingga menjadi sebuah perhatian besar yang harus ditanggulangi oleh humas karena mengingat citra yang akan timbul di masyarakat jika tidak diatasi akan menjadi taruhannya. Selaras dengan Antoni (2019) melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Pemerintah Kota Bandung dalam meningkatkan citra positif yaitu melakukan penyebaran informasi menggunakan media sosial Instagram karena dapat diakses oleh siapa saja dalam proses perencanaannya. Melihat hal tersebut media sosial dapat mempermudah humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai jembatan antara Lembaga dengan masyarakat dan dalam membangun citra suatu Lembaga. Penelitian yang dilakukan oleh Antoni mempunyai relevansi terhadap penelitian penulis yaitu dalam meningkatkan citra positif lembaga pemerintahan, humas melakukan penyebaran informasi menggunakan media sosial.

Media sosial juga dapat digunakan humas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait informasi mengenai Kemhan RI dengan cara membagikannya kepada publik. Humas Kemhan RI sangat bekerja keras dalam memberikan informasi dan sarana berkomunikasi dengan publik serta mengembangkan hubungan yang baik kepada masyarakat dan pihak media dengan cara memberikan informasi secara meluas, merata dan aktual. Humas Kemhan RI sangat penting untuk mengatasi hal yang terjadi dalam pemberitaan-pemberitaan yang beredar di masyarakat. Mengacu pada penelitian Cahyani (2019) Strategi Humas Pemkot Subaya meningkatkan citranya dengan menggunakan media sosial untuk menyebarkan suatu informasi kepada publik dengan tepat sesuai yang seharusnya mereka dapatkan.

Terdapatnya media sosial, maka isu-isu negatif yang sedang berkembang pada masyarakat dapat diminimalisir dengan cara mempublikasikan informasi secara terbuka, sehingga Kemhan RI dapat menciptakan citra yang baik kepada

masyarakat. Kepercayaan yang timbul dimata masyarakat merupakan karena adanya campur tangan dari seorang humas yang mampu mengolah strategi komunikasi dalam menciptakan sebuah citra Kemhan RI dengan mempublikasikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial. Pada dasarnya seluruh Lembaga memiliki keinginan agar citranya baik, karena hal tersebut menimbulkan kesan serta dapat meningkatkan kepercayaan dimata masyarakat. Media sosial yang digunakan oleh humas Kemhan RI adalah Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube.

Penelitian ini akan melihat strategi yang digunakan oleh Humas Kemhan RI untuk membangun citra positif dengan teori *Impression Management*. Ervin Goffman menjelaskan bahwa proses presentasi diri yang dikenal dengan teori *Impression Management* yang dapat diterapkan pada konteks humas karena membahas tiga konsep penting yang juga terdapat dalam praktik humas yaitu proses interaksi tidak bisa lepas dari upaya membangun hubungan, mengidentifikasi lawan bicara, dan membangun kesan atau citra positif masyarakat terhadap suatu Lembaga. Dalam penggunaan media sosial, tentunya hampir semua orang maupun perusahaan melakukan pengelolaan kesan tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun juga dengan penuh kesadaran demi kepentingan.

Berdasarkan literatur yang digunakan, memiliki perbedaan yaitu penelitian ini melihat strategi komunikasi humas pada sebuah Kementerian yaitu Kementerian Pertahanan RI dalam meningkatkan citra positifnya melalui media sosial yang dimiliki yaitu Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Impression Management Theory*, sehingga berbeda dari penelitian terdahulu dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan hasil akhir untuk mengetahui strategi dan kendala yang dialami humas Kemhan RI dalam membangun citra positif melalui media sosial. Penulis tertarik untuk menulis penelitian dan membahas skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Humas Kemhan RI Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana strategi komunikasi humas dan kendala dalam membangun citra positif melalui media sosial Kemhan RI?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian adalah:

- **Tujuan Praktis :**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas dan kendala dalam membangun citra positif melalui media sosial Kemhan RI.

- **Tujuan Teoritis :**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya dalam strategi komunikasi humas.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mempunyai manfaat. Baik dari segi teoritis maupun praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua.

**Manfaat Akademik :**

Manfaat secara akademik dari penelitian diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya dalam strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada sosial media, serta penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori *Impression Management* dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan dalam penelitian sejenis.

**Manfaat Praktis :**

Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi organisasi, lembaga, instansi, khususnya instansi-instansi pemerintahan seperti

kementerian dalam meningkatkan citra positif pemerintahan pada media sosial.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan secara umum pedoman penulisan skripsi di lingkungan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah yang membahas mengenai gap dan urgensi penelitian, rumusan masalah mengenai strategi dan faktor dalam menjalankan strategi komunikasi humas Kemhan RI dalam membangun citra positif melalui media sosial, tujuan penelitian untuk mengetahui strategi dan faktor-faktor humas Kemhan RI dalam membangun citra di media sosial, manfaat penelitian terdapat manfaat akademik dan praktis, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi konsep-konsep penelitian mencakup strategi komunikasi; humas; humas pemerintah; citra dan media sosial, teori penelitian menggunakan *Impression Management*, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi obyek penelitian yaitu humas Kemhan RI, jenis penelitian yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus, teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara mendalam serta dokumentasi, sumber data yaitu key informan dan informan yang berjumlah 5 dengan kriteria yaitu key informan kepala biro humas

dan informan staff biro humas, teknik analisis data menggunakan reduksi data; penyajian data dan melakukan verifikasi menggunakan teknik keabsahan data dengan uji kredibilitas menggunakan triangulasi sumber serta triangulasi teknik, dan waktu serta lokasi penelitian pada bulan Agustus – Oktober 2021 di Kemhan RI, Jl. Medan Merdeka Barat No.13-14 Jakarta Pusat.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan deskripsi dari objek penelitian, hasil penelitian dengan analisis teori dan konsep penelitian mengenai strategi Humas Kemhan RI dalam membangun citra positif melalui media sosial.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil jawaban pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi yang digunakan oleh Humas Kemhan RI dalam membangun citra positif melalui media sosial serta kendala yang dialami.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi referensi pendukung dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, dan referensi lainnya.

#### **LAMPIRAN**

Lampiran berisikan lampiran hasil wawancara dan dokumentasi penelitian.