

**ANALISIS MEDIA SOSIAL TWITTER @CNNIDdaily SEBAGAI
STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN
CITRA CNN INDONESIA TV**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



ROSE MALIA RISKANI

1151003006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rose Malia Riskani

NIM : 1151003006

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rose Malia Riskani

NIM : 1151003006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Media Sosial Twitter @CNNIDdaily sebagai Strategi
Cyber Public Relations dalam Membangun Citra CNN Indonesia
TV

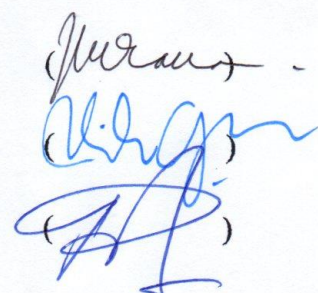
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

Penguji 1 : Dr. Vivid F. Argarini

Penguji 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Peran Media Sosial Twitter dalam Membangun Citra CNN Indonesia TV sebagai Media Independen” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, maka akan terasa sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. **Kedua orang tua**

Terima kasih atas doa dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis sejak lahir hingga saat ini. Terima kasih atas semangat dan pengertiannya kepada penulis selama kuliah hingga dalam proses penyusunan tugas akhir. Terima kasih yang tidak terhingga untuk semua hal yang Papa dan Mama lakukan yang menjadi motivasi terbesar bagi penulis.

2. **Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.**

Terima kasih Ibu Mirana selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, solusi, dan arahannya kepada penulis sejak awal pemilihan topik hingga penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih pula atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama penulis mengemban ilmu, khususnya pada peminatan *Corporate Communication*. Terima kasih atas kepercayaan Ibu kepada penulis.

3. **Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih atas bimbingan, dukungan, pengalaman dan ilmu yang Bapak/Ibu berikan selama penulis mengemban ilmu hingga berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu yang telah mendidik penulis untuk meningkatkan kualitas diri sehingga

bisa menyelesaikan studi S1 dan siap untuk melanjutkan pada tahap hidup yang selanjutnya.

4. **Civitas Akademika Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada seluruh staf dari biro-biro di Universitas Bakrie atas bantuannya selama proses perkuliahan penulis. Terima kasih pula atas kesempatan dan keramahannya terhadap penulis saat bekerja bersama penulis di beberapa kesempatan.

5. **CNN Indonesia TV**

Terima kasih CNN Indonesia TV atas kesempatan dan izinnnya untuk melakukan penelitian. Terima kasih banyak kepada para informan, yaitu **Mbak Cindya Esti Sumiwi** dan **Mbak Dewi Safitri** atas waktu dan kesediannya untuk penulis wawancara. *Insight* yang diberikan sangat bermanfaat baik bagi penelitian maupun sebagai ilmu baru bagi penulis.

6. **Keluarga Komunal**

Terima kasih banyak atas sambutan, arahan, dan bimbingan dari kakak-kakak senior, terutama **Kak Lila** yang tiada henti memberi semangat dan nasihat kepada penulis. Terima kasih banyak adik-adik atas kebersamaannya. Terima kasih sebanyak-banyaknya untuk **Komunal 2015** atas kebersamaan, perjuangan, dan sikap suportif selama empat tahun bersama menimba ilmu, terutama dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Semangat selalu dalam apapun!

7. **HMILKOM-UB 2016/2017**

Terima kasih telah menjadi *inner circle* yang paling menguatkan baik selama menjabat maupun sebelum bahkan setelahnya. Terima kasih atas keceriaan, motivasi, dan inspirasi dari tiap-tiap orang yang membuat penulis banyak belajar untuk menjadi kuat dan lebih baik.

8. **Corporate Communication 2015**

Teman-teman yang selalu satu kelas bersama sejak semester tiga. Terima kasih banyak untuk kebersamaan dan *sharing* ilmu serta cerita bersama di hampir setiap harinya.

9. **Rizka Naufalian Zahra**

Terima kasih salah satu sahabat terbaik yang selalu ada bagi penulis sejak SMA. Terima kasih sudah selalu bersedia untuk direpotkan terutama dalam hal *scan* dan *print*. Terima kasih untuk selalu mendengarkan dan memberi solusi bagi penulis.

10. **Puspa Arum Mekaridanto dan Annisa Nurfadila Putri**

Terima kasih telah menerima dan selalu memberi semangat bagi penulis sejak awal kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah sama-sama berbagi cerita dan percaya pada penulis.

11. **Dhita Ariiqoh Putri**

Teman seperjuangan dalam akademik sejak awal hingga tugas akhir. Terima kasih banyak atas dorongan, bantuan, dan semangat yang diberikan kepada penulis hingga akhirnya menyelesaikan tugas akhir bersama-sama.

12. **Teman-teman seperjuangan meraih Sarjana**

Terima kasih banyak untuk bantuan, dukungan, doa, dan kebersamaan dalam berjuang selama masa perkuliahan. Terima kasih **Devara** telah menjadi saksi perubahan penulis sejak hari pertama kuliah hingga selesai dengan tugas akhir. Terima kasih **Hana dan Pranichia my PR-mate** yang seringkali membantu dan mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih banyak untuk **Bagus** atas bantuan dan kesediannya menjawab pertanyaan penulis seputar pelajaran hingga dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada **Eko** dan **Indira** yang sudah berbaik hati membantu mobilitas penulis. Terima kasih pula kepada teman-teman **Ukaem** yang senantiasa menemani masa adaptasi penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

13. **Vanny Elora Felicia dan Inggar Rayi Agatha**

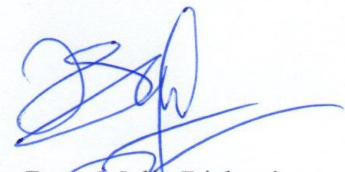
Terima kasih untuk hal-hal lucu yang selalu kalian hadirkan sebagai hiburan bagi penulis. Terima kasih atas doa dan semangat yang selalu dilontarkan sehingga memotivasi penulis sejak SMA hingga menyelesaikan tugas akhir.

14. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu

Terima kasih untuk selalu hadir dan membantu penulis baik sejak awal perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 19 Agustus 2019



Rose Malia Riskani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rose Malia Riskani
NIM : 1151003006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS MEDIA SOSIAL TWITTER @CNNIDdaily SEBAGAI
STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN
CITRA CNN INDONESIA TV”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Agustus 2019

Yang menyatakan,


(Rose Malia Riskani)

**ANALISIS MEDIA SOSIAL TWITTER @CNNIDdaily SEBAGAI
STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN
CITRA CNN INDONESIA TV**

Rose Malia Riskani

ABSTRAK

Independensi sebuah media sekarang ini menjadi pertanyaan di mata publik, akibat munculnya keberpihakan suatu media sejak Pemilu 2014. Dengan adanya fenomena ini, banyak media yang ingin membangun citranya dengan beragam upaya sebagai media independen, salah satunya CNN Indonesia TV melalui twitter @CNNIDdaily sebagai salah satu strategi cyber PR yang digunakannya. Menelaah isu ini menggunakan strategi *cyber PR* oleh Julius Onggo, dan citra oleh Jefkins. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik analisis datanya *in-depth interview* dengan lima informan dan seorang triangulator. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari strategi cyber PR ditemukan relasi, mendekatkan diri ke audience dengan cara menggunakan media twitter @CNNIDdaily sebagai mediumnya. Dari sisi reputasi, membentuk citranya dengan menjaga kualitas beritanya sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku. Lalu, relevansinya adalah memuat konten berita dengan topik yang beragam untuk memenuhi kebutuhan informasi *audience*.

Kata kunci: *cyber public relations*, twitter @CNNIDdaily, citra

***ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA TWITTER @CNNIDdaily AS A CYBER
PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING CNN INDONESIA TV'S
IMAGE***

Rose Malia Riskani

ABSTRACT

The independence of a media is now being a question in the eyes of the public, due to the emergence of a media alignment since the 2014 elections. With this phenomenon, many media want to build their image with some efforts as an independent media, one of them is CNN Indonesia TV via Twitter @CNNIDdaily as one of the cyber PR strategies it uses. Examine this issue using the cyber PR strategy by Julius Onggo, and image by Jefkins. The research method that used is a case study method with a qualitative approach, with data analysis techniques is in-depth interviews with five informants and a triangulator. This research shows that what is found from the cyber PR strategy is a relationship, getting closer to the audience by using the @CNNIDdaily twitter as the medium. From the reputation side, it forms its image by maintaining the quality of its news in accordance with the prevailing journalistic rules. Then, the relevance is to load news content with a variety of topics to meet the information needs of the audience.

Keywords: *cyber public relations, twitter @CNNIDdaily, image.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	15
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	30
2.2.1 <i>Public Relations</i>	30
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i>	32
2.2.3 Media Baru.....	35
2.2.4 Twitter sebagai Media Sosial	36
2.2.5 Citra.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Metode Penelitian.....	46
3.2 Objek Penelitian	47
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	52

3.5	Teknik Analisis Data	54
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	55
3.7	Keterbatasan Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1	Profil CNN Indonesia TV	58
4.1.2	Media Sosial Twitter @CNNIDdaily	65
4.1.3	Gambaran Profil Informan	68
4.1.4	Subjek Triangulator	72
4.2	Hasil Penelitian	73
4.2.1	Strategi <i>Cyber Public Relations</i> pada Aktivitas Twitter @CNNIDdaily	73
4.2.2	Twitter @CNNIDdaily	82
4.2.3	Pembentukan Citra CNN Indonesia TV berdasarkan Pandangan <i>Followers @CNNIDdaily</i>	99
4.3	Pembahasan	110
4.3.1	Transformasi Media Televisi ke dalam Media Sosial Twitter @CNNIDdaily	110
4.3.2	Pemanfaatan Media Sosial Twitter sebagai Bentuk Strategi <i>Cyber Public Relations</i>	120
4.3.3	Membangun Citra sebagai Media Independen dengan Menjaga Kualitas Berita pada Media Sosial Twitter @CNNIDdaily	123
4.3.4	Alasan yang Mendukung <i>Audience</i> Memberi Penilaian Citra CNN sebagai Media Independen	131
BAB V KESIMPULAN		137
5.1	Simpulan	137
5.2	Saran	139
5.2.1	Saran Akademis	139
5.2.2	Saran Praktis	140
DAFTAR PUSTAKA		142
LAMPIRAN		147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis konglomerasi media massa di Indonesia.....	5
Gambar 1.2 Contoh aktivitas <i>cyber public relations</i> pada Twitter dengan <i>engagement</i> tinggi.....	8
Gambar 1.3 Tampilan <i>tweet-tweet</i> pada <i>timeline</i> akun @CNNIDdaily.....	11
Gambar 1.4 Tampilan Instagram @cnnindonesiatv.....	12
Gambar 2.1 Proses pembentukan citra.....	42
Gambar 4.1 Logo CNN Indonesia TV	60
Gambar 4.2 <i>Corporate Culture</i> CNN Indonesia TV.....	63
Gambar 4.3 Tampilan akun Twitter @CNNIDdaily.....	66
Gambar 4.4 Salah satu contoh konten <i>tweet</i> yang dimuat dalam Twitter @CNNIDdaily yang membahas hasil penghitungan sementara Pemilu 2019.....	68
Gambar 4.5 Cindya Esti Sumiwi, <i>Social Media Specialist</i> CNN Indonesia TV ..	69
Gambar 4.6 Dewi Safitri, <i>Standards and Practices</i> CNN Indonesia TV.....	70
Gambar 4.7 Ermenta Bathya Constantina, <i>Followers</i> akun @CNNIDdaily.	70
Gambar 4.8 Raka Satria Indra, <i>Followers</i> akun @CNNIDdaily.	71
Gambar 4.9 Galuh Eka Rahadi Putri, <i>Followers</i> akun @CNNIDdaily.	72
Gambar 4.10 Dyama Khazim Setyadi, <i>Communication Specialist</i>	73
Gambar 4.11 <i>Tweet</i> pada akun @Metro_TV dan @KompasTV dengan <i>engagement</i> rendah.....	82
Gambar 4.12 <i>Tweet</i> yang dimuat oleh @CNNIDdaily dalam program Viral dengan berita <i>softnews</i>	84
Gambar 4.13 <i>Tweet</i> yang dimuat oleh @CNNIDdaily dalam program Breaking News dengan berita <i>hardnews</i>	84
Gambar 4.14 <i>Tweet</i> yang dimuat oleh @CNNIDdaily dalam program Layar Pemilu Tepercaya dengan format <i>news talkshow</i>	85
Gambar 4.15 <i>Tweet</i> pada program Debat Pilpres 2019 yang berkaitan dengan kubu 02.....	88

Gambar 4.16 <i>Tweet</i> pada program Debat Pilpres 2019 yang berkaitan dengan kubu 01.....	88
Gambar 4.17 <i>Tweet</i> yang memuat pernyataan narasumber ahli dalam diskusi pasca Debat Pilpres 2019.	89
Gambar 4.18 <i>Tweet</i> yang memuat konten dukungan perusahaan terhadap Pemilu 2019.....	90
Gambar 4.19 <i>Tweet</i> yang memuat konten iklan.....	91
Gambar 4.20 <i>Tweet</i> dengan tagar #CNNIDNewsReport yang menandakan bahwa berita tersebut terdapat pada program News Report.	92
Gambar 4.21 <i>Tweet</i> dengan tagar #Partner.	94
Gambar 4.22 <i>Tweet</i> dengan tagar #Ad.....	94
Gambar 4.23 <i>Tweet</i> dengan topik terkait pemilu dan dilengkapi tagar #Pemilu2019.....	96
Gambar 4.24 Beberapa akun yang diikuti oleh Twitter @CNNIDdaily.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan pustaka terkait penelitian sebelumnya.....	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi konsep.....	53

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka pemikiran.....45

Bagan 4.1 Proses Pembentukan Citra CNN Indonesia TV melalui akun Twitter
@CNNIDdaily.....109

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara.....	147
Panduan Wawancara dengan <i>Social Media Specialist</i> CNN Indonesia TV.....	152
Panduan Wawancara dengan <i>Standards and Practices Specialist</i> CNN Indonesia TV.....	153
Panduan Wawancara dengan <i>Followers</i> Akun Twitter @CNNIDdaily.....	155
Panduan Wawancara dengan Praktisi Komunikasi Digital.....	157
Transkrip Wawancara dengan <i>Social Media Specialist</i> CNN Indonesia TV.....	158
Transkrip Wawancara dengan <i>Standards and Practices Specialist</i> CNN Indonesia TV.....	167
Transkrip Wawancara dengan <i>Followers</i> Akun Twitter @CNNIDdaily 1.....	171
Transkrip Wawancara dengan <i>Followers</i> Akun Twitter @CNNIDdaily 2.....	174
Transkrip Wawancara dengan <i>Followers</i> Akun Twitter @CNNIDdaily 3.....	177
Transkrip Wawancara dengan Praktisi Komunikasi Digital.....	180