

**CITRA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KESDM DI MATA
MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

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



ANUGRAHAYU FITRIANDINI

1161003018

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Anugrahayu Fitriandini

NIM : 1161003018

Tanda Tangan : 

Tanggal : 9 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Anugrahayu Fitriandini

NIM : 1161003018

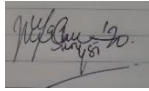
Program Studi : Ilmu Komunikasi

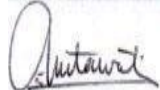
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Citra Akun Media Sosial Instagram @kesdm di Mata Masyarakat


Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 I : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. ()

Pembimbing II : M. Th. Anitawati, Ir., MS, M.Sc. ()

Penguji I : Vivid F. Argarini, B.Arts., Dr. ()

Penguji II : Mochammad Kresna Noer, M.Si., Dr. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 September 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Citra Akun Media Sosial Instagram @kedm di Mata Masyarakat**”. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tentunya mendapatkan dukungan, bimbingan, semangat, doa yang dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan yang dihadapi. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan nikmat dan rezekinya kepada penulis yang telah memudahkan dalam menyelesaikan perkuliahan ini hingga penulis dapat menyandang gelar Sarjana. Semoga gelar ini menjadi berkah dan berkah bermanfaat untuk kedepannya dalam mencapai cita-cita yang ingin dicapai penulis.

2. Ibu dan Bapak

Terima kasih kepada Ibu dan Bapak tercinta yang telah menjadi sosok orangtua yang sangat suportif, memberikan semangat dan dukungan serta tidak pernah mengeluh apabila penulis lebih banyak menghabiskan waktu di depan laptop untuk menyelesaikan Tugas Akhir. Tak lupa doa yang selalu dipanjatkan oleh Ibu dan Bapak yang selalu memudahkan penulis dalam menjalani tahap demi tahap penulis dapat menyelesaikan perkuliahan. Semoga kelak penulis dapat perjuangan membalas perjuangan Ibu dan Bapak yang menemani penulis sampai saat ini.

3. Rizka

Terima kasih kepada saudara kembar yang tercinta yang tidak pernah mengeluh mendengar keluh kesuh, sabar dan selalu memberikan dukungan semangat pada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

4. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos.,MmediaPrac

Terima kasih kepada Bu Mirana selaku pembimbing utama Tugas Akhir penulis yang selalu sabar dalam memberikan masukan dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Ilmu dan pengalaman yang luas sangat membantu penulis dalam menemukan topik yang tepat untuk Tugas Akhir. Terima kasih juga Bu untuk waktu dan bimbingannya selama masa perkuliahan.

5. Ibu M. Th.Anitawati, Ir., MS, M.Sc

Terima kasih kepada Bu Anitawati selaku dosen pembimbing kedua Tugas Akhir penulis yang selalu sabar memberikan bimbingan, arahan dan saran hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

6. Ibu Vivid F. Argarini, B.Arts., Dr

Terima kasih kepada Bu Vivid selaku penguji I Sidang Tugas Akhir penulis yang sangat baik. Pembawaan yang sangat ramah sehingga membuat penulis tenang saat diuji dalam ruang sidang. Terima kasih telah memberikan arahan revisi yang jelas atas masukan dan saran yang diberikan.

7. Bapak Mochammad Kresna Noer, M.Si, Dr

Terima kasih kepada Bapak Kresna selaku penguji II Sidang Tugas Akhir penulis yang telah memberikan arahan serta masukan yang jelas kepada penulis.

8. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dukungan, dan pengalaman yang Bapak/Ibu berikan kepada penulis dari awal kuliah sampai dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas bantuan dan kesabaran Bapak/Ibu yang telah mendidik penulis untuk meningkatkan kualitas diri hingga bisa menyelesaikan S1 dan siap untuk melanjutkan tahap selanjutnya.

9. Pewaris Bakrie Tower

Terima kasih kepada sahabat penulis selama perkuliahan Diana, Ajeng, Imanian, Dwi, Ayu, Nova, Aulia dan seluruh grup Pewaris Bakrie Tower yang selalu memberikan dukungan dan canda tawa dan menghibur penulis. Terima kasih telah memberikan semangat kepada penulis saat senang maupun sedih, mendengarkan keluh kesah serta memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh penulis.

10. Hana Safitri

Terima kasih telah menjadi teman pertama kuliah saat masih orientasi UB'sWeek hingga sekarang. Terima kasih atas saran, dukungan semangat, hiburan serta mengingatkan *dateline* kepada penulis.

11. Segaf

Terima kasih telah menjadi teman *roleplayer* (online) yang selalu memberikan dukungan semangat, nasehat, mendengarkan keluh kesuh serta hiburan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir.

12. Qisti Qasthari

Terima kasih telah menjadi teman kedua kuliah dikelas PIK sekaligus teman sesama Kpop. Terima kasih telah memberikan dukungan semangat, hiburan kepada penulis.

13. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2016

Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 terutama peminatan Corporate Communications Universitas Bakrie angkatan 2016. Terima kasih atas dukungan dan pengalamannya selama pembelajaran di kampus.

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

Jakarta, 9 September 2020



Anugrahayu Fitriandini

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Anugrahayu Fitriandini

NIM : 1161003018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**CITRA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KESDM DI MATA
MASYARAKAT**

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 : 9 September 2020

Yang menyatakan,



Anugrahayu Fitriandini

**CITRA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KESDM DI MATA
MASYARAKAT**

Anugrahayu Fitriandini

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan *modern* membuat komunikasi menjadi efektif dan efisien. Teknologi dikenal dengan sebutan internet menjadi salah satu media baru khususnya dalam ranah media sosial. Media sosial instagram merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* dalam publikasi untuk membangun citra yang dilakukan oleh perusahaan dan lembaga pemerintah. Salah satu lembaga pemerintah yang menjadikan akun instagramnya sebagai publikasi ialah Kementerian Energi Sumber Daya Mineral. Humas Kementerian Eenergi Sumber Daya Mineral membuat akun instagram @kesdm digunakan untuk menyampaikan informasi *update* serta terpercaya melalui konten-konten kreatif, unik, inovatif serta mengandung nilai edukasi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari kepada penggunanya (*followers*) terutama kaum milenial. Penelitian ini hanya terdapat satu variabel yakni variabel citra. Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif (analisis statistif deskriptif) dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yakni seseorang yang pernah mengikuti dan melakukan interaksi pada akun instagram @kesdm. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, masing-masing dimensi dalam variabel citra menghasilkan nilai positif yang mana hampir 90%.

Kata Kunci: citra, kreatif, inovatif, unik, instagram, milenial.

***IMAGE SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ACCOUNT @KESDM IN PUBLIC
PERSPECTIVE***

Anugrahayu Fitriandini

ABSTRACT

Technological advances that are increasingly developing and modern make communication effective and efficient. Technology known as the internet is becoming a new media, especially in the realm of social media. Social media Instagram is one of the Public Relations activities for publications to build an image by companies and government agencies. One government agency that has published its Instagram account is the Ministry of Energy and Mineral Resources. The Public Relations of the Ministry of Energy and Mineral Resources makes Instagram @kesdm to deliver reliable and updated information through creative, unique, innovative and educational content that can be applied in everyday life to users (followers), especially the millennial generation. This study only has one variable, namely the image variable. This type of research is used quantitative (descriptive statistic analysis) by distributing questionnaires to 100 respondents, that is someone who has participated and made interactions on the @kesdm Instagram account. Based on the results of research, each dimension in the image variable produces a positive value which is almost 90%.

Keyword: image, creative, innovative, unique, instagram, millennial.

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISIONALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II Tinjauan Pustaka dan Penelitian Sebelumnya	6
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2. Tinjauan Pustaka terkait Kerangka Teoritis.....	14
2.2.1. <i>Public Relations</i> (Humas).....	14
2.2.2. <i>Cyber Public Relations</i>	16
2.2.3. Citra	17
2.2.4. Proses Pembentukan Citra	18
2.2.5. Media Sosial Instagram	21
2.3 Kerangka Teoritis	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III Metodologi Penelitian	25
3.1. Metode Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampling.....	25
3.2.1. Populasi	25

3.2.2.	Sampling.....	26
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1.	Sumber Data	28
3.3.2.	Teknik pengumpulan Data.....	28
3.4	Definisi Operasional Konsep	29
3.4.1.	Definisi Konseptual	29
3.4.2.	Operasional Konsep.....	29
3.5	Teknik Analisis Data	30
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	30
3.5.2.	Analisis Univariat	30
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	31
3.6.1.	Uji Validitas.....	31
3.6.2.	Uji Reliability	31
3.7.	Keterbatasan Penelitian.....	31
BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	32
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
4.2	Hasil Penelitian	33
4.2.1.	Uji Validitas.....	33
4.2.2.	Uji Reliabilitas	35
4.2.3.	Karakteristik Responden.....	36
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra	38
4.3.1.1.	Dimensi Kognisi	38
4.3.1.2.	Dimensi Sikap.....	43
4.3.1.3.	Dimensi Motivasi.....	49
4.3.1.4.	Dimensi Persepsi.....	53
4.4	Pembahasan	58
4.4.1.	Variabel Citra (Kognisi, Sikap, Motivasi, dan Persepsi).....	58
BAB V	Kesimpulan dan Saran.....	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
5.2.1.	Saran Akademis.....	79
5.2.2.	Saran Praktis	80

DAFTAR PUSTAKA.....	81
Lampiran.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Uji Validitas (olahan Penulis)	34
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas SPSS	35
Tabel 3. Karakteristik Responden	36
Tabel 4. Pendapat Responden Mengenai Wawasan Pengetahuan terkait Akun Instagram @kesdm	38
Tabel 5. Pendapat Responden Mengenai Penyajian Konten terkait Penggunaan Hastag	39
Tabel 6. Pendapat Responden terkait Akun Instagram @kesdm Memudahkan Informasi	40
Tabel 7. Pendapat Responden Mengenai Penyajian Akun instagram terkait isi konten	41
Tabel 8. Pendapat Responden Mengenai Penyajian Akun Instagram terkait bahasa yang digunakan	41
Tabel 9. Pendapat Responden Mengenai Penampilan Kinerja dalam Akun Instagramnya	42
Tabel 10. Pendapat Responden Mengenai Kesukaan terkait Unggahan Konten Akun Instagram @kesdm	43
Tabel 11. Pendapat Responden dalam Memberikan Manfaat melalui Akun Instagram @kesdm	44
Tabel 12. Pendapat Responden Mengenai Keingin Tahuan terkait Konten atau Informasi melalui Akun Instagramnya.....	45
Tabel 13. Pendapat Responden Mengenai Informasi Update.....	45
Tabel 14. Pendapat Responden Mengenai Akun Instagram @kesdm dalam Menanggapi Respon	46
Tabel 15. Pendapat Respon Mengenai Keaktifan Interaksi Akun Instagram @kesdm pada Followers	47
Tabel 16. Pendapat Responden Mengenai Unggahan Video atau dalam Akun Instagram @kesdm	48
Tabel 17. Pendapat Responden Mengenai Akun Instagram @kesdm terkait Tema	49
Tabel 18. Pendapat Respon Mengenai Akun Instagram Kementerian ESDM dalam Inspirasi	50

Tabel 19. Pendapat Responden Mengenai Konten Akun Instagram @kesdm terkait Pemakaian Hemat Energi	50
Tabel 20. Pendapat Responden Mengenai Inovasi Konten Akun Instagram terkait Perubahan Energi.....	51
Tabel 21. Pendapat Responden Mengenai Inovasi Baru dalam Akun Instagram @kesdm terkait Alat Rumah Tangga Hemat Energi	52
Tabel 22. Pendapat Responden terkait Inovasi Baru yang dapat diterima	53
Tabel 23. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Daya Tarik	53
Tabel 24. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Kualitas Gambar dalam Akun Instagramnya	54
Tabel 25. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Desain Menarik	55
Tabel 26. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Informasi Positif	56
Tabel 27. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Informasi Berkualitas	56
Tabel 28. Pendapat Responden Mengenai Persepsi terkait Kesan Positif.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. Grafik Pengguna Instagram Indonesia.....	2
Gambar 3. (a) Akun Instagram; (b) Postingan Foto	3
Gambar 4. Kerangka Teoritis	22
Gambar 5. Logo Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral	32
Gambar 6. Grafik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 7. Grafik Responden berdasarkan Usia	38
Gambar 8. Postingan Konten Akun Instagram @kesdm.....	66
Gambar 9. Menanggapi Kolom Komentar	67
Gambar 10. Postingan Interaksi #KamisKuis	68
Gambar 11. Unggahan Video Akun Instagram @kesdm	70
Gambar 12. Postingan Pemakaian Hemat Energi.....	71
Gambar 13. Postingan Transformasi Eenergi.....	73
Gambar 14. Unggahan Alat Rumah Tangga	74