

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK KEMENTERIAN  
PERTAHANAN DALAM MENJAGA CITRA POSITIF DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**HANA SABRINA**

**1191903016**

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

**JAKARTA**


**2023**

## 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 : Hana Sabrina**

**NIM : 1191903016**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 10 Februari 2023**


## HALAMAN PENGESAHAN

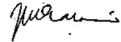
Tugas Akhir ini ditujukan oleh:

Nama : Hana Sabrina  
NIM : 1191903016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Publik Kementerian Pertahanan dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram.

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr. (  )

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S. Sos., M. Media Prac. (  )

Penguji 2 : Kususanti, M.Si., CDM.,Dr. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Februari 2023

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Hana Sabrina  
NIM : 1191903016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

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

### STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK KEMENTERIAN PERTAHANAN DALAM MENJAGA CITRA POSITIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 10 Februari 2023

Yang menyatakan



( Hana Sabrina )

## **UNGKAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Keluarga Penulis**

Terima kasih untuk Bapak, Ibu, Grace, Steven atas segala kepercayaan, kesabaran dan semangat yang telah diberikan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

### **2. Patio Alfredo Nugraha Hutabarat**

Terima kasih untuk Patio selaku teman hidup atas segala waktu, kepercayaan, kesabaran, dan dukungan moril yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

### **3. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr.**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya untuk Pak Kresna yang sudah membimbing selama proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih Pak atas ilmu yang diajarkan, waktu yang telah diluangkan, kesabaran selama mendampingi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Melalui proses penulisan ini, banyak hal baru yang dapat penulis pelajari melalui Pak Kresna sebagai bekal menjalani masa depan yang akan datang.

### **4. Mirana Hanathasia, S. Sos., M. Media Prac.**

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku pembahas dalam sidang proposal dan sidang akhir yang telah memberikan saran, kritik dan masukan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

### **5. Kussusanti, M.Si., CDM.,Dr.**

Terima kasih kepada Ibu Kussusanti selaku pembahas kedua dalam sidang akhir yang telah memberikan saran, kritik dan masukan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

**6. Tiara Silaen, S. Ikom, M. AP dan Triangulator**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Ibu Tiara atas ketersediaan waktu dan tenaga yang diberikan kepada penulis untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

**7. Ophand Ayub Albana**

Terima kasih penulis ucapakan kepada ophand karena selama ini telah membantu menyemangati serta meluangkan waktu untuk berbagai ilmu dengan penuli hingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.  
#ASNBERGUNA

**8. Sahabat Puslapbinkuhan**

Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada para teman karib di kantor (Puspita, Bu Sri, Luthfan, Fadhil) yang telah membantu serta menyemangati penulis selama mengerjakan tugas akhir ini. Terima kasih telah mem – *backup* dalam pekerjaan saat penulis sedang menyelesaikan tugas akhir ini.

**9. Sahabat Penulis**

Terima kasih kepada para sahabat penulis (Debby, Mia, Chyntia, Tashia, Restu, Ulina, Shafa) atas kepercayaan kalian selama ini bahwa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 Februari 2023

Penulis



Hana Sabrina

# **Strategi Komunikasi Publik Kementerian Pertahanan dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram**

**HANA SABRINA**

---

## **ABSTRAK**

Salah satu tugas dan fungsi dari Badan Publik maupun Lembaga Pemerintahan adalah menyediakan informasi kepada publik secara terbuka dan akurat. Tugas dan fungsi ini bertujuan untuk mendukung *Good Governance* sebagai bentuk pengaplikasian dari UU Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Dalam hal ini Kementerian Pertahanan sebagai pelaksana pemerintah yang membidangi urusan pertahanan berkewajiban untuk menjaga kepercayaan publik dengan membuka akses informasi secara transparan. Namun dalam pelaksanaannya, terdapat kontradiksi terhadap pemahaman akan keterbukaan informasi publik mengingat karakteristik dari Kementerian Pertahanan yang bersifat rahasia. Sehingga tujuan dari penelitian ini berfokus untuk menggali strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Kementerian Pertahanan dalam menjaga citra positif di mata publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi publik, teori media sosial dan teori mengenai citra. Wawancara mendalam dilaksanakan dengan PJS Kasubbag Opini media internet serta didukung oleh hasil observasi pada media sosial instagram @KemhanRI. Di dapati hasil dari penelitian ini menggambarkan strategi komunikasi publik yang digunakan oleh Kementerian Pertahanan dalam menjaga citra positif tersebut dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media publikasi informasi serta pengolahan informasi atau jenis berita yang diinformasikan di dalam media sosial instagram.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Publik, Kementerian Pertahanan, Media Sosial, Citra

***The Ministry of Defense's Public Communication Strategy in  
Maintaining a Positive Image on Social Media Instagram***

**HANA SABRINA**

---

**ABSTRACT**

*One of the duties and functions of Public Agencies and Government Institutions is to provide information to the public in an open and accurate manner. These tasks and functions aim to support Good Governance as a form of application of Law Number 14 of 2008 concerning Public Information Disclosure. In this case the Ministry of Defense as the executor of the government in charge of defense affairs is obliged to maintain public trust by opening access to information in a transparent manner. However, in practice, there are contradictions in the understanding of public information disclosure considering the secret nature of the Ministry of Defense. So that the purpose of this study focuses on exploring the public communication strategy carried out by the Ministry of Defense in maintaining a positive image in the public eye. This study uses a qualitative method with a case study approach. The theory used in this study is public communication, social media theory and image theory. In-depth interviews were carried out with the PJS Head of Opinion Subdivision on internet media and supported by the results of observations on Instagram social media @KemhanRI. The results of this study illustrate the public communication strategy used by the Ministry of Defense in maintaining this positive image by using Instagram social media as a media for information publication and processing of information or types of news that are informed on Instagram social media.*

**Keywords:** *Public Communications Strategy, Ministry of Defense, Social Media, Image*



## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>             | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                         | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>    | <b>iv</b>  |
| <b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>                      | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                     | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>1</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                | <b>3</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>4</b>   |
| <b>BAB I .....</b>                                      | <b>5</b>   |
| <b>PENDAHULUAN .....</b>                                | <b>5</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                | 5          |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                               | 13         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                              | 14         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                             | 14         |
| 1.4.1 Manfaat Secara Teoritis.....                      | 14         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                              | 14         |
| <b>BAB II.....</b>                                      | <b>15</b>  |
| <b>KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>                         | <b>15</b>  |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya..... | 15         |
| 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Hipotesis .....   | 22         |
| 2.2.1 Komunikasi Organisasi.....                        | 22         |
| 2.2.2 Citra.....  | 27         |
| 2.2.3 Media Sosial .....                                | 30         |
| 2.2.4 Instagram .....                                   | 32         |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                            | 34         |
| <b>BAB III .....</b>                                    | <b>37</b>  |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                       | <b>37</b>  |
| 3.1 Metode Penelitian.....                              | 37         |
| 3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....       | 39         |
| 3.2.1 Sumber Data .....                                 | 39         |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....                     | 39         |
| 3.3 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep .....    | 41         |
| 3.4 Teknik Analisis Data.....                           | 43         |
| 3.5 Teknik Pengujian dan Keabsahan Data.....            | 44         |
| 3.6 Keterbatasan Penelitian .....                       | 45         |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB IV .....</b>   | <b>46</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>46</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 46        |
| 4.1.1 Identitas Kementerian Pertahanan.....   | 46        |
| 4.2 Sejarah Sekretariat Jenderal .....  | 49        |
| 4.2.1 Biro Hubungan Masyarakat.....   | 50        |
| 4.2.2 Bagian Opini.....   | 52        |
| 4.3 Hasil Observasi .....   | 53        |
| 4.3.1 Media Sosial Kementerian Pertahanan.....  | 53        |
| 4.3.2 Instagram Kementerian Pertahanan @KemhanRI .....                                  | 54        |
| 4.4 Profil Subjek Utama.....  | 57        |
| 4.5 Profil Subjek Triangulator.....   | 57        |
| 4.6 Pembahasan dan Diskusi.....   | 59        |
| 4.6.1 Strategi Komunikasi Publik Kementerian Pertahanan .....                           | 60        |
| 4.6.2 Media Sosial Kementerian Pertahanan.....  | 62        |
| 4.6.3 Citra Kementerian Pertahanan.....   | 64        |
| 4.6.4 ..... Keterkaitan Strategi Komunikasi Publik dalam Menjaga Citra<br>Positif ..... | 65        |
| 4.6.5 Strategi Komunikasi Publik di Lingkungan Pemerintahan .....                       | 68        |
| <b>BAB V .....</b>  | <b>70</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>70</b> |
| 5.1 Simpulan.....   | 70        |
| 5.2 Saran.....  | 71        |
| 5.2.1 Saran Teoritis .....  | 71        |
| 5.2.2 Saran Praktis.....  | 71        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>74</b> |

**DAFTAR TABEL**

Table 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....18  
Table 3.1 Operasionalisasi Konsep .....42

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Most - Used Social Media Platforms</i> .....                              | 11 |
| Gambar 1.2 Instagram @Kemhanri .....  | 12 |
| Gambar 1.3 <i>Favourite Social Media Platforms</i> .....                                | 13 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....  | 36 |
| Gambar 3.1 Alur Interactive Models of Analysis Miles, & Huberman .....                  | 44 |
| Gambar 4.1 Logo Kementerian Pertahanan .....  | 46 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kementerian Pertahanan .....                             | 49 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan....          | 50 |
| Gambar 4.4 Struktur Organisasi Biro Hubungan Masyarakat .....                           | 52 |
| Gambar 4.5 Youtube Kementerian Pertahanan.....  | 53 |
| Gambar 4.6 <i>Website</i> Kementerian Pertahanan.....                                   | 53 |
| Gambar 4.7 Media Sosial Kementerian Pertahanan (Twitter, Facebook &<br>Instagram) ..... | 54 |
| Gambar 4.8 Konten Instagram Kementerian Pertahanan 1 .....                              | 55 |
| Gambar 4.9 Konten Instagram Kementerian Pertahanan 2.....                               | 56 |
| Gambar 4.10 Tiara Silaen - PJS Kasubbag Opini Media Internet .....                      | 57 |
| Gambar 4.11 Rafki Chandra Wibawa - Karyawan Swasta .....                                | 58 |
| Gambar 4.12 Ratih Widi Artanty - Karyawan Swasta.....                                   | 58 |
| Gambar 4.13 Dewi Kurnia Agustine - <i>Social Media Expert</i> .....                     | 59 |