

**STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA MENINGKATKAN
CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
(Studi Pada Instagram @kemenhub151 Momentum Mudik Bareng 2019)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**Oleh:
DIANA SILFIA
1161003013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

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 : Diana Silfia

NIM :1161003013

Tanda Tangan :



Tanggal : 4 September 2020


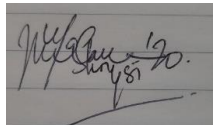

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diana Silfia
NIM : 1161003013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Cyber Public Relations* dalam Upaya
Meningkatkan Citra melalui Media Sosial Kementerian
Perhubungan (Studi Pada Instagram @kemenhub151
Momentum Mudik Bareng 2019)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Mochammad Kresna Noer, M.Si, Dr. ()
Penguji 1 : Mirana Hanathasia S.Sos,
MmediaPrac ()
Penguji 2 : Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si ()
(10 September 2020)

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 September 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji beserta syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat beserta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Strategi *Cyber Public Relations* Dalam Upaya Meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Kementerian Perhubungan (Studi Pada Instagram @kemenhub151 Momentum Mudik Bareng 2019)**” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Penelitian ini memakan waktu selama kurang lebih 5 Bulan (Maret – Juli 2020) yang dimanfaatkan untuk menyusun penelitian, melakukan pengumpulan data dan wawancara kepada pihak yang terlibat dalam menjalankan proses pengelolaan akun media sosial Instagram Kementerian Perhubungan dalam Program Momentum Mudik Bareng 2019.

Dalam penyelesaian Skripsi ini, peneliti menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan, dan motivasi serta pertolongan dari Allah SWT, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, melalui kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselesaikannya Skripsi ini, maka dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala

Puji dan syukur selalu peneliti haturkan kepada Allah SWT dengan segala limpahan rahmat beserta karunia-Nya peneliti dapat melakukan penelitian di Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan, Jakarta Pusat, hingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.

2. Keluarga Serumah

Terima kasih kepada keluarga kecilku, mama, papa, abang-abang, kakak-kakak, para krucil: Raihana, Syakira, dan Razqa yang selalu memberikan

dukungan penuh dan gelak tawa kepada peneliti untuk tetap semangat dalam menyusun serta agar semangat menyelesaikan Skripsi ini, disaat peneliti mulai merasa jenuh dan lelah, kalian selalu memberikan peneliti motivasi hingga peneliti bisa bangkit dan kembali terpacu untuk segera menyelesaikan Skripsi ini, terima kasih kalian selalu menyemangati dan mendukung penuh peneliti untuk segera menyelesaikan Skripsi ini. Doa restu kalian kepada peneliti sangat berarti hingga peneliti bisa menyelesaikan Skripsi ini.

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

Terima kasih kepada Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi peneliti, selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam situasi PSBB karena pandemic Covid-19 hingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Ilmu dan pengalaman yang luas sangat membantu peneliti dalam menemukan topik yang tepat untuk Skripsi ini. Terima kasih juga atas kritik, saran, serta waktu yang telah diluangkan untuk memberikan konsultasi kepada peneliti dalam menyelesaikannya dengan baik.

4. Ibu Mirana Hanathasia S.Sos, MMediaPrac

Terima kasih kepada Bu Mirana selaku dosen pembahas atau dosen penguji pada Skripsi ini, pembawaan yang ramah sehingga membuat peneliti tenang saat diuji dalam sidang *online*, memberikan arahan revisi yang jelas atas masukan dan saran yang diberikan

5. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih banyak peneliti sampaikan kepada Miss Dian Putri selaku dosen pembahas atau dosen penguji pada Skripsi ini, yang sudah meluangkan waktunya untuk bisa dihubungi, selalu memberikan dukungan serta saran yang membangun dalam menyelesaikan Skripsi peneliti ini dengan sebaik-baiknya.

6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan Staff

Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dukungan, dan pengalaman yang Bapak/Ibu berikan kepada peneliti dari awal kuliah sampai dapat menyelesaikan Skripsi ini, terima kasih atas bantuan dan kesabaran Bapak/Ibu yang telah mendidik peneliti untuk meningkatkan kualitas diri

hingga bisa menyelesaikan S1. Mulai dari Bu Mirana selaku dosen Pembimbing Akademik peneliti, Bu Emilia, Miss Roro, Pak Hifni, dan lainnya yang sudah memberikan ilmu serta pengalaman berharganya terkait mata kuliah yang diajarkan kepada peneliti.

7. Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan

Terima kasih kepada Biro KIP Kementerian Perhubungan, Jakarta Pusat, telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan mengambil beberapa data yang peneliti butuhkan beserta izin yang diberikan kepada peneliti untuk melakukan wawancara kepada pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial Kementerian Perhubungan.

8. Sub Bagian Media Sosial, Biro KIP Kementerian Perhubungan

Tidak luput juga peneliti mengungkapkan terima kasih kepada pihak Sub Bagian Media Sosial terutama kepada Pak Iqbal Noor Habieb selaku Kepala Sub Bagian Media Sosial, dan Bu Tyasmita Darmayanti yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi *key informan* dan informan pada penelitian ini. Tidak hanya itu, peneliti juga berterima kasih banyak karena sudah diizinkan untuk mengetahui mulai dari proses perencanaan sampai ke tahap evaluasi dari strategi media sosial yang diterapkan. Terima kasih juga peneliti tuturkan kepada para informan tambahan untuk melengkapi informasi yang peneliti butuhkan yaitu Bu Wijayanti, Bu Niken, Mas Yusuf, dan Bu Miya atas waktu dan kesempatan yang diberikan kepada peneliti di sela-sela kesibukannya.

9. Pengikut Instagram @kemenhub151

Terima kasih kepada Kak Primagung dan Kak Yuyung *followers* akun media sosial Instagram @kemenhub151 yang sudah meluangkan waktunya untuk menjadi informan pendukung pada penelitian ini serta membagikan pengalaman dari pihak yang merasakan dampak dari strategi media sosial yang sudah di implementasikan melalui penyajian konten Momentum Mudik Bareng 2019.

10. Ibu Dr. Emilia Bassar, S.Sos, M.Si.

Terima kasih kepada Bu Emil yang telah bersedia menjadi triangulator dalam penelitian ini, tentunya *insight* yang diberikan sangat bermanfaat bagi peneliti dalam mengembangkan penemuan-penemuan dalam penelitian ini, ditambah ilmu dan pengalaman Ibu di bidang komunikasi sangat berguna sebagai pengembangan ilmu baru.

11. Kakak-Mas Biro KIP Kementerian Perhubungan

Terima kasih peneliti ucapkan kepada beberapa para staf di Biro Komunikasi dan Informasi Publik, Kak Nuke, Mas Agung, Ka Aida, Kak Dian, Kak Dian, dan Mas Harsu yang banyak memberikan semangat, sharing pengetahuan, dan bantuannya selama peneliti melakukan penelitian.

12. Dwikur-Umijeng

Terima kasih karena kalian sudah sangat sangat tidak bosan mendengar keluh kesah peneliti, sudah memberikan dukungan dan segala hiburan canda tawa selama proses pengerjaan skripsi ini.

13. Sahabat Peneliti

Terima kasih kepada sahabat tersayang, Dwi, Umi Ajeng, Hana, Auliya, Ledy, Imanian, Ayu, Nova, Hanifa, Latifah, Oci, dan Sara yang selalu memberikan dukungan dan canda tawa yang selalu menghibur peneliti, memberikan semangat kepada peneliti disaat senang maupun sedih, serta mendengarkan keluh kesah dan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh peneliti.

14. Teman Seperbimbingan Skripsi

Terima kasih kepada DwiKur, Dwiky, Fidya, dan Cindy yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat selama mengerjakan Skripsi, selalu sabar mendengarkan keluh kesah peneliti. Semoga kedepannya kita bisa sukses ya.

15. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016

Terima kasih peneliti sampaikan kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 terutama peminatan *Pubic Relations* Universitas Bakrie angkatan 2016, yang selama ini telah menemani keseruan belajar di dalam

kelas dan menjadi penyemangat peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.

16. Muhammad M

Terima kasih atas dukungan, nasihat, motivasi, dan doa yang tiada henti diberikan kepada peneliti, selalu menemani, menghibur, dan mendengarkan keluh kesah peneliti dari awal kuliah hingga proses penelitian Skripsi ini. Terimakasih juga atas perhatian, guyonan yang selalu mengisi hari, dan tak pernah lelah mengingatkan peneliti untuk terus berjuang dan semangat menyelesaikan tugas akhir ini, dan mengejar impian peneliti.

17. Kucing Jenjen

Terima kasih sudah menjadi pelepas penat peneliti selama mengerjakan Skripsi Xoxo.

Jakarta, 4 September 2020

Peneliti,



Diana Silfia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Silfia
NIM : 1161003013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu 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-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN PERHUBUNGAN (Studi Pada Instagram @kemenhub151 Momentum Mudik Bareng 2019)”

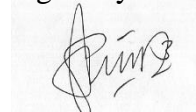
Beserta perangkat yang ada, dengan hak bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 September 2020

Yang menyatakan,



(Diana Silfia)

**STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA MENINGKATKAN
CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
(Studi Pada Instagram @kemenhub151 Momentum Mudik Bareng 2019)**

DIANA SILFIA

ABSTRAK

Adanya tradisi mudik menjelang hari raya besar dan libur panjang, telah menjadi fenomena yang menarik diperbincangkan di Indonesia. Hal ini adalah persoalan yang cukup meresahkan, mengingat masih rendahnya kesadaran masyarakat perihal keamanan dan keselamatan saat melakukan tradisi mudik tersebut. Oleh karena itu, Kementerian Perhubungan berupaya untuk mengedukasi dan mensosialisasikan melalui media sosial Instagram, sehingga dapat meningkatkan kesadaran perilaku masyarakat mengenai mudik serta dapat meningkatkan citra dan kredibilitas masyarakat pada program Mudik Bareng 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi, peran, dan pemanfaatan yang dilakukan Kementerian Perhubungan dalam menerapkan *cyber PR* melalui media sosial Instagram sehingga, dapat memahami citra yang terbentuk di mata pengikutnya. Analisis penelitian ini menggunakan teori *cyber PR*, *social media strategy wheel*, dan proses pembentukan citra. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus instrumental tunggal, dengan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan untuk meningkatkan citranya melalui media sosial Instagram sudah dilakukan dengan cukup baik. Hal tersebut dikarenakan keseluruhan strategi tidak sepenuhnya diimplementasikan, mulai dari pelacakan dan pemantauan hingga kepada evaluasi program, masih ada yang kurang optimal dari segi *engagement*. Sehingga, upaya Kementerian Perhubungan untuk meningkatkan citra melalui media sosial Instagram kurang terbentuk secara maksimal.

Kata Kunci: *Cyber PR*, *Social Media Strategy Wheel*, Instagram, Citra

**CYBER PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN EFFORTS TO IMPROVE
IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA OF THE MINISTRY OF
TRANSPORTATION**

(Study on Instagram @ kemenhub151 Momentum Homecoming Together 2019)

DIANA SILFIA

ABSTRACT

The homecoming tradition ahead of major holidays and long holidays has become an interesting phenomenon to discuss in Indonesia. This is a quite troubling issue, given the low level of public awareness regarding security and safety when carrying out the homecoming tradition. Therefore, the Ministry Transportation seeks to educate and socialize through social media Instagram, so that it can increase awareness of public behavior regarding homecoming and can improve the image and credibility of the community in the 2019 Homecoming Together program. This study aims to determine the strategies, roles, and uses of the Ministry of Transportation in implementing cyber PR through Instagram social media so that they can understand the image formed in the eyes of their followers. The analysis of this research uses cyber PR theory, social media strategy wheel, and image formation process. This research method uses a single instrumental case study method, with descriptive qualitative research. The results of this study indicate that the efforts made by the Ministry of Transportation to improve its image through social media Instagram have been carried quite well. This is because the overall strategy is not fully implemented, starting from tracking and monitoring to program evaluation, there are still some that are less than optimal in terms of engagement. So, the Ministry of Transportation's efforts to improve the image through Instagram social media are not maximally formed.

Keywords: *Cyber PR, Social Media Strategy Wheel, Instagram, Image*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	34
2.2.1 Hubungan Masyarakat.....	34
2.2.1.1 Humas Pemerintahan	37
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i>	39
2.2.3 Media Baru	41
2.2.4 Instagram sebagai Media Sosial	42
2.2.5 Citra	51

4.3.2	<i>The Social Media Strategy Wheel</i> Kementerian Perhubungan.....	110
4.3.3	Pembentukan Citra Kementerian Perhubungan berdasarkan Pandangan <i>Followers</i> Instagram @kemenhub151	132
4.4	Pembahasan	141
4.4.1	Mudik Bareng 2019 Sebagai Program Tahunan Kementerian Perhubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Bentuk Strategi <i>Cyber Public Relations</i>	142
4.4.2	<i>The Social Media Strategy Wheel</i> dalam Upaya Meningkatkan Citra Kementerian Perhubungan	152
4.4.3	Meningkatkan Citra sebagai Instansi Pemerintah dengan Menjaga Kualitas Konten pada Media Sosial Instagram @kemenhub151	177
4.4.4	Alasan yang Mendukung Audiens Memberi Penilaian Citra Kementerian Perhubungan sebagai Instansi Pemerintah Terpercaya	185
4.5	Keterbatasan Penelitian	188
BAB V KESIMPULAN & SARAN		190
5.1	Kesimpulan	190
5.2	Saran	193
5.2.1	Saran Teoritis	193
5.2.2	Saran Praktis	193
DAFTAR PUSTAKA		195
LAMPIRAN		200

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Persentase Pengguna Internet yang Menggunakan Setiap Platform (Berbasis Survei).....3

Gambar 1.2 *Screenshot Feeds* Instagram Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM)6

Gambar 1.3 Pemberitaan mengenai Kementerian Perhubungan7

Gambar 2.1 *The Social Media Strategy Wheel*46

Gambar 2.2 Proses Pembentukan Citra53

Gambar 4.1 Logo79

Gambar 4.2 Tampilan Akun Instagram @kemenhub15192

Gambar 4.3 Salah Satu Konten *Feed* yang Dimuat dalam Instagram @kemenhub151 Membahas Mudik Bareng 2019.....94

Gambar 4.4 Iqbal Noor Habieb, Kepala Sub Bagian Media Sosial Kementerian Perhubungan94

Gambar 4.5 Tyasmita Darmayanti, Penyusun Bahan Publikasi dan Kehumasan Kementerian Perhubungan95

Gambar 4.6 Yuyung Nurul Uviaty, *Followers* Instagram @kemenhub15196

Gambar 4.7 Primagung Dary Riliananda, *Followers* Instagram @kemenhub151 97

Gambar 4.8 Emilia Bassar, Ahli Profesional Komunikasi dan *Public Relations Specialist*98

Gambar 4.9 Salah Satu Unggahan dan Komentar pada Instagram Kementerian Perhubungan.....101

Gambar 4.10 Contoh *Hashtag* pada *Caption* Konten Instagram @kemenhub151 terkait Mudik Bareng 2019103

Gambar 4.11 Postingan Konten Instagram @kemenhub151 ‘Lomba Foto’118

Gambar 4.12 Contoh *Hashtag* pada Postingan Instagram @kemenhub151119

Gambar 4.13 Grafik Pertumbuhan *Engagements*122

Gambar 4.14 Postingan Konten Instagram @kemenhub151 Mudik Gratis126

Gambar 4.15 Grafik Pertumbuhan *Followers*128

Gambar 4.16 Grafik Pertumbuhan *Engagements*130

Gambar 4.17 Grafik Pertumbuhan Tagar Penghubung Indonesia Periode April-Juli	131
Gambar 4.18 Postingan Konten Instagram @kemenhub151 terkait kebijakan/ UU	138
Gambar 4.19 Aktivitas di Instagram @kemenhub151	147
Gambar 4.20 Penggunaan <i>Hashtag</i> di Instagram @kemenhub151	150
Gambar 4.21 Postingan Konten Instagram @kemenhub151	164
Gambar 4.22 Contoh Konten Instagram @kemenhub151 Mudik Gratis	171
Gambar 4.23 Grafik Pertumbuhan <i>Followers</i>	173
Gambar 4.24 Grafik Pertumbuhan <i>Engagements</i>	174
Gambar 4.25 Grafik Pertumbuhan <i>Impression</i>	175
Gambar 4.26 Tampilan Grafik Pertumbuhan Tagar Penghubung Indonesia Periode April-Juli	177

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.1 Data Informan	63
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	66

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	56
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Kementerian Perhubungan RI	80
Bagan 4.2 Struktur Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perhubungan RI	82
Bagan 4.3 Struktur Organisasi Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan RI	87

DAFTAR LAMPIRAN

Panduan Wawancara 1	200
Panduan Wawancara 2	202
Panduan Wawancara 3	206
Panduan Wawancara 4	209
Transkrip Wawancara 1: Penyusun Bahan Publikasi dan Kehumasan Kementerian Perhubungan	211
Transkrip Wawancara 2: Kepala Sub Bagian Media Sosial Kementerian Perhubungan	224
Transkrip Wawancara 3: <i>Followers</i> 1 Akun Instagram @kemenhub151	236
Transkrip Wawancara 4: <i>Followers</i> 2 Akun Instagram @kemenhub151	245
Transkrip Wawancara 5: Profesional Komunikasi dan <i>Public Relations Specialist</i>	251