

**Citra Kementerian Kesehatan RI di Generasi Z Melalui Implementasi *Cyber
Public Relations* pada Media Sosial TikTok**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Regia Sulfahmi

(1181003107)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU EKONOMI SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Regia Sulfahmi

NIM : 1181003107

Tanda tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Regia Sulfahmi

NIM : 1181003107


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Tugas Akhir : Citra Kementerian Kesehatan RI di Generasi Z Melalui Implementasi *Cyber Public Relations* pada Media Sosial TikTok

Telah berhasil dipertahankan dalam seminar proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk penelitian dan penulisan manuskrip Tugas Akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

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

Penguji 1 : Dr. Kussusanti, M.Si., CDM ()

Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat serta karunia-Nya penulis senantiasa diberikan kemudahan hingga dapat menyelesaikan penugasan Tugas Akhir dengan judul “Citra Kementerian Kesehatan RI di Generasi Z Melalui Implementasi *Cyber Public Relations* pada Media Sosial TikTok” dengan baik. Namun penulis menyadari dari tugas akhir ini tidak terlepas dari kata kekurangan, maka dari itu penulis berharap dapat menerima kritikan dan masukan yang membangun sebagai bentuk langkah penyempurnaan dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat oleh penulis guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Selama proses penulisan, penulis merasakan dan menghadapi beragam bentuk hambatan dan tantangan baik dari eksternal maupun internal dirinya. Namun dengan adanya keyakinan dan semangat dari dalam diri penulis serta bantuan dari Tuhan Yang Maha Kuasa dan seluruh pihak terkait, akhirnya penulis menyadari seluruh hal tersebut membantu penulis untuk menuntaskan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat-Nya serta nikmat sehat yang diberikan selalu menyertai penulis untuk melewati seluruh proses penyelesaian tugas akhir. Seluruh kemudahan dan kelancaran penulis dalam menuntaskan tugas akhir ini penulis yakini selalu datang dari kuasa Tuhan YME.

2. Kedua Orang Tua dan Keluarga

Rasa terima kasih tidak terhingga penulis ucapkan teruntuk kedua orang tua, karena selalu memberikan dukungan baik dalam bentuk moril dan materil sampai saat ini. Seluruh bentuk doa, semangat, dan perhatian dari keluarga yang telah diberikan juga sangatlah berperan dalam kehidupan penulis ketika menjalankan proses kuliah hingga di titik penyusunan tugas akhir ini.

Khususnya terima kasih kepada ibu dan ayah, berkat kasih sayangnya menjadikan alasan utama penulis untuk terus melanjutkan setiap langkah di kehidupannya.

3. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing tugas akhir ini. Berkat kesabaran, kepercayaan, dan bimbingan Ibu selama ini kepada penulis, membuat penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhirnya. Terima kasih juga atas seluruh bentuk masukan dan solusi yang telah diberikan di kala penulis menemukan kendala dan hambatan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Seluruh bentuk ilmu yang telah Ibu berikan, akan senantiasa berguna sebagai motivasi bagi penulis untuk tidak pernah berhenti belajar kedepannya.

4. Dr. Kususanti, M.Si., CDM

Terima kasih kepada Bu Kus selaku dosen penguji dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir, berkat arahan dan masukan dari ibu membantu penulis dapat melanjutkan serta menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

5. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Kresna selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir, berkat arahan dan masukan dari Bapak membantu penulis dapat menyelesaikan hingga menyempurnakan tugas akhirnya dengan baik.

6. Dr. Emilia Bassar, S.Sos, M.SI

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bu Emil selaku dosen untuk triangulator dalam penelitian ini. Berkat ketersediaan dan kesempatannya sangatlah membantu penulis untuk melanjutkan menulis tugas akhir ini. Seluruh bentuk ilmu dan *insight* yang telah diberikan menjadi acuan bagi penulis untuk membuat dan menyelesaikan tugas akhir sebaik mungkin.

7. Dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie atas segala bentuk bimbingan berupa ilmu, pengalaman, dan dukungan berharga yang diberikan kepada penulis selama menempuh studi sarjananya. Dengan adanya bantuan dari Bapak/Ibu dosen mampu membuat penulis mencapai di tahap penulisan tugas akhir ini dengan baik dan menyelesaikan studi S1.

8. Seluruh Staff dan Biro di Universitas Bakrie

Terima kasih banyak kepada seluruh civitas akademika yakni staff maupun biro di Universitas Bakrie yang telah sedia selalu mau membantu dalam kelancaran proses administrasi perkuliahan penulis.

9. Kementerian Kesehatan RI

Terima kasih kepada Kemenkes RI khususnya kepada Biro Komunikasi, Pelayanan, dan Masyarakat atas kesempatannya untuk peneliti melakukan penelitian. Terima kasih juga kepada **Kak Nani Indriana** selaku informan dan **Kak Andini Purwisiwi** atas segala bentuk waktu dan ketersediannya sudah berkenan untuk penulis selalu hubungi serta melakukan wawancara. *Insight* dan ilmu baru yang telah dibagikan senantiasa menjadi manfaat bagi penelitian ini juga pribadi penulis.

10. Ilmu Komunikasi 2018 & Corporate Communication 2018

Terima kasih banyak juga atas seluruh Komunal 2018 selama empat tahun dalam menimba ilmu bersama, khususnya kepada seluruh PR *mates* sejak semester tiga yang selalu menemani penulis di dalam satu kelas. Seluruh bentuk kebersamaan yang ada menjadi sumber kontribusi banyak dalam membuat pengalaman positif bagi penulis selama di jenjang pendidikan sarjana-nya.

11. Tim Mengejar Sarjana

Teruntuk teman-teman spesial bagi penulis dengan sebutan tim “Wacana Forevah” yakni **Cerellia, Fathiya, Tsana, Almira, dan Babal**, terima kasih sudah senantiasa menemani penulis selama masa perkuliahan hingga di titik

selesainya tugas akhir. Seluruh bentuk dukungan berupa doa, canda tawa, dan beragam perjuangan yang telah diukir bersama akan senantiasa berada di memori baik penulis. Selain itu, terima kasih banyak juga untuk **Shiella Auriel Mentari** sebagai *my childhood mate* yang selalu mau menerima maupun berbagi keluh kesah dan saling menguatkan di tengah banyaknya tantangan serta rintangan dalam meraih pendidikan sarjana ini. Kepada seluruh teman terbaik, doa-doa baik dari penulis akan terus selalu menyertai kalian. *See you on top.*

12. Tomorrow X Together

Terakhir, rasa terima kasih penulis juga berikan kepada lima manusia hebat yang menjadi alasan penulis untuk selalu semangat dan terinspirasi tidak pantang menyerah. Kepada *Soobin, Beomgyu, Yeonjun, HueningKai,* dan *Taehyun* berkat eksistensi dan karya dari kalian membuat penulis senantiasa terhibur dan kembali semangat di kala rasa lelahnya datang. Sehingga akhirnya penulis bisa terus mengerahkan kemampuannya secara maksimal selama menjalani proses penyusunan tugas akhir hingga selesai. *Once again, thank you, we're always gonna be shining by each other side!*

13. Seluruh pihak yang senantiasa membantu penulis

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu. Terima kasih sedalam-dalamnya dari hati penulis kepada kalian yang selalu berkenan ada dan mau membantu penulis sejak awal hingga penyelesaian tugas akhir dalam perkuliahannya.

Demikian seluruh bentuk ungkapan terima kasih dari penulis kepada pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 15 Juli 2022



Regia Sulfahmi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Regia Sulfahmi
NIM : 1181003107
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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“CITRA KEMENTERIAN KESEHATAN RI DI GENERASI Z MELALUI
IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* PADA MEDIA SOSIAL
TIKTOK”**

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 : 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



(Regia Sulfahmi)

Citra Kementerian Kesehatan RI di Generasi Z Melalui Implementasi *Cyber Public Relations* pada Media Sosial TikTok

Regia Sulfahmi

ABSTRAK

Sejak tahun 2021, Kementerian Kesehatan resmi merealisasikan kebijakan vaksin covid-19 kepada seluruh masyarakat guna menangani pandemi yang terjadi di Indonesia. Demi kesuksesan program, Kemenkes RI memutuskan mengambil langkah untuk bergabung ke media sosial Tiktok guna menjangkau target sasarannya yaitu generasi z. Melalui Tiktok @kemenkesri sebagai salah satu strategi *Cyber PR* yang digunakan, sosialisasi dilakukan dengan penyediaan konten yang berbeda sehingga menimbulkan pandangan baru bagi generasi z. Menelaah isu ini menggunakan strategi *Cyber PR* oleh David Phillips and Philip Young, Model Pembentukan Citra oleh John S. Nimpoeno, dan Strategi Pesan PR oleh Harwood Childs. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif, adapun teknik analisis data yang dilakukan melalui *in-depth interview* dengan empat informan dan seorang triangulator. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari stimulus berupa konten di Tiktok membuat generasi z memiliki penilaian citra positif baru terhadap Kemenkes RI, selain itu dari keempat komponen yang ada pada *Cyber PR* telah ditemukan pada penyajian kontennya sehingga teridentifikasi juga Tiktok sebagai medium baru bagi Kemenkes RI dapat mendukung proses membangun sebuah citra positif untuk kebijakan, terakhir pada strategi adaptasi pesan PR yang utama dilakukan oleh Kemenkes melibatkan peranan tren dan komunitas di generasi z untuk memperluas jangkauan kontennya.

Kata Kunci: *Citra, Cyber Public Relations, Tiktok @kemenkesri*

Citra Kementerian Kesehatan RI di Generasi Z Melalui Implementasi *Cyber Public Relations* pada Media Sosial TikTok

Regia Sulfahmi

ABSTRACT

Since 2021, the Ministry of Health has officially implemented a COVID-19 vaccine policy for the entire community to deal with the pandemic that occurred in Indonesia. For the success of the program, the Indonesian Ministry of Health decided to take steps to join TikTok social media in order to reach their targets, and one of them is generation z. Through TikTok @kemenkesri as one of the Cyber PR strategies used, socialization is carried out by providing different content so that new views for generation z. Examines this issue using the Cyber PR strategy by David Phillips and Philip Young, the Image Formation Model by John S. Nimpoeno, and the PR Message Strategy by Harwood Childs. The research method used is a qualitative method with a descriptive qualitative approach, while the data analysis technique is carried out through in-depth interviews with four informants and a triangulator. This study shows that the stimulus in the form of content on TikTok makes Generation Z have a new positive assessment of the Indonesian Ministry of Health. In addition, the four components in Cyber PR have been found in the presentation of content so that new media for the Indonesian Ministry of Health can support the process of building a positive image for a policy. Finally, the main PR message adaptation strategy carried out by the Ministry of Health involves the role of trends and the community to expand the reach of its content.

Keywords: Image, Cyber Public Relations, Tiktok of @kemenkesri.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Konsep yang Relevan	13
2.1.1 <i>Government Public Relations</i>	13
2.1.2 <i>Cyber Public Relations</i>	14
2.1.3 <i>New Media</i> (Media Baru)	18
2.1.4 TikTok sebagai Media Sosial	20
2.1.5 Citra	22
2.1.6 Generasi Z.....	25
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	27
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	42
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Desain dan Pendekatan.....	45
3.2 Objek Penelitian	46

3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.4	Teknik Analisis Data	51
3.5	Triangulasi Data	53
3.6	Operasionalisasi Konsep	54
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1	Profil Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	60
4.1.2	Media Sosial TikTok Kemenkes RI.....	66
4.1.3	Gambaran Profil Informan.....	69
4.1.4	Subjek Triangulator	72
4.2	Penyajian Data.....	73
4.2.1	Pembentukan Citra Kementerian Kesehatan RI berdasarkan Pandangan Generasi Z sekaligus Pengikut @kemenkesri	74
4.2.2	Strategi <i>Cyber Public Relations</i> pada Aktivitas Media Sosial Tiktok @kemenkesri	87
4.2.3	Kegiatan <i>Public Relations</i> Kemenkes RI dalam Mengemas Pesan di Media Sosial Tiktok @kemenkesri.....	104
4.3	Analisis dan Pembahasan	118
4.3.1	Terbentuknya Kedekatan dengan Generasi Z Melalui Konten di Tiktok Sebagai Bentuk Penilaian Citra Positif Baru bagi Kementerian Kesehatan RI	118
4.3.2	Membangun Citra Kebijakan Vaksin Covid-19 Secara Positif dengan Menjaga Kualitas Informasi dan Penyesuaian Karakteristik pada Media Sosial Tiktok @kemenkesri.....	129
4.3.3	Konten Kreatif Berdasarkan Tren di Tiktok yang Mendukung Kementerian Kesehatan RI Menjangkau Komunitas di Generasi Z.....	148
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	165
5.1	Simpulan.....	165
5.2	Kendala dan Keterbatasan	169
5.2.1	Hambatan dalam Pengumpulan Data.....	169
5.3	Saran dan Implikasi	170
5.3.1	Saran Teoritis.....	170
5.3.2	Saran Praktis	171
	DAFTAR PUSTAKA	172
	LAMPIRAN.....	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil akun resmi Kemenkes RI di Tiktok	6
Gambar 1.2 Berita Konten Kemenkes Viral di Tiktok	7
Gambar 1.3 Komentar pengguna Tiktok terkait konten vaksinasi covid-19 di Tiktok Kemenkes RI	8
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra.....	23
Gambar 2.2 Logo Kementerian Kesehatan RIMedia Baru (TikTok)	42
Gambar 4.1 Logo Kementerian Kesehatan RI	63
Gambar 4.2 Struktur Kementerian Kesehatan RI	64
Gambar 4.3 Struktur Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kemenkes RI	65
Gambar 4.4 Tampilan konten akun Tiktok @kemenkesri	68
Gambar 4.5 Nani Indriana, Kepala Sub Bagian Team Produksi, Komunikasi, dan Publikasi Kemenkes RI	70
Gambar 4.6 Shintia Manasiba Putri, Generasi Z.....	71
Gambar 4.7 Amalia Adini, Generasi Z	71
Gambar 4.8 Antonius Gregorius Christianto Sian Prasetya, Generasi Z.....	72
Gambar 4.9 Emilia Bassar, Praktisi dan Akademisi Public Relations.....	73
Gambar 4.10 Konten data informasi jumlah vaksinasi covid-19 di Instagram dan Konten vaksin covid-19 di Tiktok Kemenkes RI.....	90
Gambar 4.11 Komentar pengguna tiktok pada konten Kemenkes RI dan konten Tiktok Kemenkes RI yang dimuat ulang oleh pengguna Twitter	94
Gambar 4.12 Tampilan berita mengenai Kemenkes RI terkait konten di media sosial Tiktok.....	105
Gambar 4.13 Tampilan berita mengenai Kemenkes RI terkait konten Tiktok di media WowKeren.com.....	106
Gambar 4.14 Konten vaksin covid-19 kategori himbuan dan kumpulan video tren “Malu Bos” di Tiktok.....	109
Gambar 4.15 Konten vaksin covid-19 dengan kategori informasi pada Tiktok @kemenkesri.....	110
Gambar 4.16 Konten kategori dokumentasi vaksin covid-19 pada Tiktok @kemenkesri.....	112
Gambar 4.17 Contoh konten vaksin covid-19 di Tiktok @kemenkesri dengan tokoh kredibel.....	114
Gambar 4.18 Contoh konten vaksin covid-19 di Tiktok @kemenkesri yang memuat tren dari suatu komunitas di generasi z	151

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya	32
Table 3.1 Operasionalisasi Konsep	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 42

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara.....	176
Panduan Wawancara dengan Biro Komyanmas Kementerian Kesehatan.....	188
Panduan Wawancara dengan Pengikut Akun Tiktok Kemenkes RI (@kemenkesri) juga Generasi Z.....	192
Panduan Wawancara dengan Praktisi dan Pengajar di Bidang Media Komunikasi dan Kehumasan)	195
Transkrip Wawancara dengan Kepala Sub Bagian Team Produksi, Komunikasi, dan Publikasi Kemenkes RI	197
Transkrip Wawancara dengan Generasi Z dan juga <i>Followers</i> Akun Tiktok @Kemenkesri 1.....	207
Transkrip Wawancara dengan Generasi Z dan juga <i>Followers</i> Akun Tiktok @Kemenkesri 2.....	213
Transkrip Wawancara dengan Generasi Z dan juga <i>Followers</i> Akun Tiktok @Kemenkesri 3.....	220
Transkrip Wawancara dengan Praktisi dan Pengajar di Bidang Media Komunikasi dan Kehumasan)	225