

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PEMERINTAH DAERAH
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @humasjogja**

SKRIPSI



disusun oleh

Vitra Fidinia

18.96.0464

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @humasjogja**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Vitra Fidinia

18.96.0464

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @humasjogja**

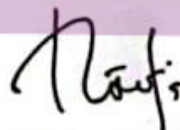
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vitra Fidinia

18.96.0464

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing
Skripsi Pada Tanggal 25 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom. M.A

NIK. 190302521

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @humasjogja**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vitra Fidinia

18.96.0464

Telah dipertahankan di depan Dewan

Penguji pada tanggal

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Novita Ika Permatasari, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302521

Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302444

Mulyadi Erman, S.Ag, MA

NIK. 190302571

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 25 Mei 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom,

NIK. 190302125

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atas diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi

Yogyakarta, 25 Mei 2023

Tanda tangan peneliti



Vitra Fidinia

18.96.0464

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Media Sosial Instagram @humasjogja” dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkah menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Ibu Ika Fitri Dewanti yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi, Bapak Jon Junaidi, S.E yang telah dengan sabar membayar biaya kuliah penulis hingga akhir, kerja keras, dan supportnya selama ini. Gelar sarjana ini penulis persembahkan untuk kalian.
3. Kedua kakak penulis, Vanessa Anzami Pramuti S.H dan Yori Zachriondika S.H yang telah memberikan motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A yang telah membimbing dengan memberikan yang terbaik untuk kelancaran skripsi ini. Terima kasih atas waktu, support yang tidak henti-hentinya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan cepat, motivasi, dan semangat dari Ibu sangat berarti bagi penulis.
5. Muhammad Raafly Sani yang telah memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan motivasi serta dukungan.
7. Bapak Ditya selaku Kepala Bidang Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber penulis.
8. Bapak Pujo selaku Kepala Sub Bagian Publikasi, Dokumentasi, dan Media Massa yang telah bersedia menjadi narasumber penulis serta membantu penulis dalam mengurus izin di Humas Pemda DIY.
9. Bapak Ade selaku Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi Humas Pemda DIY yang telah bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.
10. Teman seperjuangan yang pernah memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Yogyakarta, 8 Mei 2023

Peneliti

Vitra Fidinia

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Bab.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
1. Strategi Komunikasi.....	14
2. Citra.....	19
3. <i>Communication Goal Theory</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
3.2 Paradigma Penelitian	29
3.3 Sumber Data	30
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisa Data.....	33
3.7 Teknik Validasi Data.....	33
3.8 Teknik Penyajian Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Pemda DIY	35
4.1.1 Profil Humas Pemda DIY	38
4.2 Hasil Temuan Penelitian	41
4.3 Pembahasan	52
4.3.1 Upaya Humas dalam mempertahankan citra pemerintah daerah.....	52
4.3.2 Inovasi humas dalam Instagram @humasjogja	55
4.3.3 Bentuk respon Humas dalam sebuah masalah yang ada di masyarakat	60
4.3.4 Kaitan dengan penelitian terdahulu	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram humas Pemda DIY	2
Gambar 1.2 Komentar positif pada salah satu postingan di Instagram humas Pemda DIY	3
Gambar 1.3 Konten reels pada Instagram humas Pemda DIY.....	5
Gambar 1.4 Informasi humas dalam reels di Instagram humas Pemda DIY	6
Gambar 1.5 Penghargaan AMH yang diraih oleh humas Pemda DIY	7
Gambar 4.1 Lambang Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Biro Umum, Humas, dan Protokol Setda DIY..	41
Gambar 4.3 Feeds konten reels pada Instagram @humasjogja	55
Gambar 4.4 Profil Instagram @humasjogja yang memiliki highlights	56
Gambar 4.5 Unggahan informasi humas dalam Instastory	59
Gambar 4.6 Penggunaan warna pada konten di feeds Instagram humas	60
Gambar 4.7 Informasi terkait masalah yang beredar di DIY	61

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
-----------------------------------	----



INTISARI

Humas pemerintah daerah Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai sebuah instansi yang memiliki fungsi sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat. Dalam rangka mempertahankan citra pemerintah daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, humas melakukan publikasi informasi dan kebijakan pemerintah melalui akun Instagram @humasjogja dengan menggunakan strategi komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui/mendeskripsikan strategi komunikasi humas dalam mempertahankan citra pemerintah daerah Daerah Istimewa Yogyakarta melalui media sosial Instagram @humasjogja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian temuan data dianalisis dan diverifikasi dengan menggunakan teknik narasi dan gambar. Hasil dari penelitian ini adalah humas pemerintah daerah Daerah Istimewa Yogyakarta menggunakan Instagram sebagai media publikasi pemerintah. Antusias masyarakat terhadap akun Instagram @humasjogja dapat dilihat dari jumlah *followers* dan *insight* atau ketertarikan masyarakat yang dapat dinilai dari jumlah komentar dan *likes* di setiap postingan humas. Dalam upaya mempertahankan citra pemerintah, humas melakukan banyak inovasi agar masyarakat tidak monoton dalam menerima informasi dari Instagram tersebut. Humas Pemda DIY juga bekerjasama dengan instansi-instansi terkait dengan tujuan agar informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat bisa *valid* dan publikasi bisa segera dilakukan jika terdapat suatu masalah di masyarakat. Dalam mempertahankan citra pemerintah, humas juga menekankan aspek-aspek yang mendukung dalam hal ini mengenai strategi komunikasi, citra pemerintah, serta *communication goal* atau tujuan.

Kata Kunci: Instagram, Strategi Komunikasi, Citra, Humas

ABSTRAK

Public Relations of the regional government of the Special Region of Yogyakarta as an agency that has a function as a bridge between the government and the community. In order to maintain the image of the local government of the Special Region of Yogyakarta, public relations publishes government information and policies through the Instagram account @humasjogja using a communication strategy. The purpose of this study was to find out/describe the public relations communication strategy in maintaining the image of the local government of the Special Region of Yogyakarta through Instagram social media @humasjogja. This study uses a qualitative method, namely by using interview techniques, observation, and documentation. Then the data findings were analyzed and verified using narrative and image techniques. The result of this study is that the public relations of the regional government of the Special Region of Yogyakarta uses Instagram as a media for government publications. Community enthusiasm for the Instagram account @humasjogja can be seen from the number of followers and insight or public interest which can be judged by the number of comments and likes on each public relations post. In an effort to maintain the government's image, public relations has made many innovations so that people are not monotonous in receiving information from Instagram. The Public Relations of the DIY Regional Government also cooperates with related agencies with the aim that the information that will be conveyed to the public can be valid and publication can be done immediately if there is a problem in the community. In maintaining the government's image, public relations also emphasizes aspects that support in this case regarding the communication strategy, government image, and communication goals or objectives.

Keywords: Instagram, Communication Strategy, Image, Public Relations