

**Strategi Komunikasi Humas Setda DIY dalam Menghadapi Hoaks Covid-19
Melalui Instagram Humas Setda DIY**

SKRIPSI



disusun oleh

Annisa Putriningsih

17.96.0152

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

2022

**Strategi Komunikasi Humas Setda DIY dalam Menghadapi Hoaks Covid-19
Melalui Instagram Humas Setda DIY**

Skripsi

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



disusun oleh

Annisa Putriningsih

17.96.0152

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

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SETDA DIY DALAM
MENGHADAPI HOAKS COVID-19 MELALUI INSTAGRAM HUMAS
SETDA DIY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Annisa Putriningsih

17.96.0152

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 Maret 2022

Dosen Pembimbing,

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SETDA DIY DALAM
MENGHADAPI HOAKS COVID-19 MELALUI INSTAGRAM HUMAS**

SETDA DIY

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Annisa Putriningsih

17.96.0152

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 19 Februari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama penguji

Tanda Tangan

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Nurfilan Yudhistira, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302435

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 1 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan 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 tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu 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, 23 Februari 2022



Annisa Putriningsih

NIM: 17.96.0152

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah"

(QS Al Insyirah 6-8)

Great things take time

(Anonim)

People come and people go, karena di dunia ini tidak ada yang benar-benar menetap, semua punya waktu untuk tinggal maupun pergi. Dan pada akhirnya hanya diri sendiri yang tetap setia menemani.

(penulis)

Sebuah persembahan untuk keluargaku tercinta, terutama Bapak&mama,

Sahabat-sahabat terkasihku yang selalu support,

Mamski dosbing tersayangku yang selalu sabar,

Kampus unguku,

And to myself.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr Wb

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Strategi Komunikasi Humas Setda DIY dalam Menghadapi Hoaks Covid-19 Melalui Instagram Humas Setda DIY”***. Skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata Ilmu Komunikasi.

Peneliti tentu menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, baik moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Dosen Wali yang telah banyak membantu penulis selama menuntut ilmu di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Riski Damastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing dan penguji 1 yang dengan sabar dan bijaksana memberikan bimbingan serta banyak sekali membimbing saya selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Nurfan Yudhistira, S.I.Kom, M.A, Selaku dosen penguji 2.
6. Bapak Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom, Selaku dosen penguji 3.
7. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmu serta pengamalan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak Ditya Nanaryo Aji, S.H., M.Ec.Dev selaku Kepala Bagian Humas Setda DIY yang telah bersedia membantu saya untuk menjadi narasumber

dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini. skripsi ini.

9. Bapak Pujo Sumedi, S.Kom, M.Si selaku Kepala Subbagian Humas Setda DIY yang selalu memberikan dukungan dan selalu bersedia membantu saya untuk menjadi narasumber dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Bapak Ade Aulia Ramadhan, S.Ikom dan Ibu Wardha Ayu Andriyuni, S.Si selaku Staff Media Sosial Humas Setda DIY yang bersedia membantu saya untuk menjadi narasumber dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat serta memberikan data pendukung dalam skripsi ini.
11. Kepada Orangtua penulis, yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil kepada penulis, sehingga penulis bisa melanjutkan pendidikan sampai saat ini. Begitu juga dengan doa-doa yang tak pernah lepas yang selalu mengiringi langkah perjalanan penulis hingga berada di titik ini.
12. Kepada kakak-kakakku, terutama mba Intan, terima kasih atas dukungan moril dan materil yang diberikan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman senasib dan seperjuangan, SK dan sahabat-sahabat kampusku yang telah memberikan banyak motivasi, doa, masukan, dan pembelajaran selama penulis menuntut ilmu hingga selesainya skripsi ini.
14. Kepada mba-mbaku di JW yang telah memberikan dukungan, motivasi, doa, dan masukan pada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
15. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tak langsung kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, sehingga penulis sangat menghargai adanya

saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan segala amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 1 Maret 2022



Annisa Putrimingsih

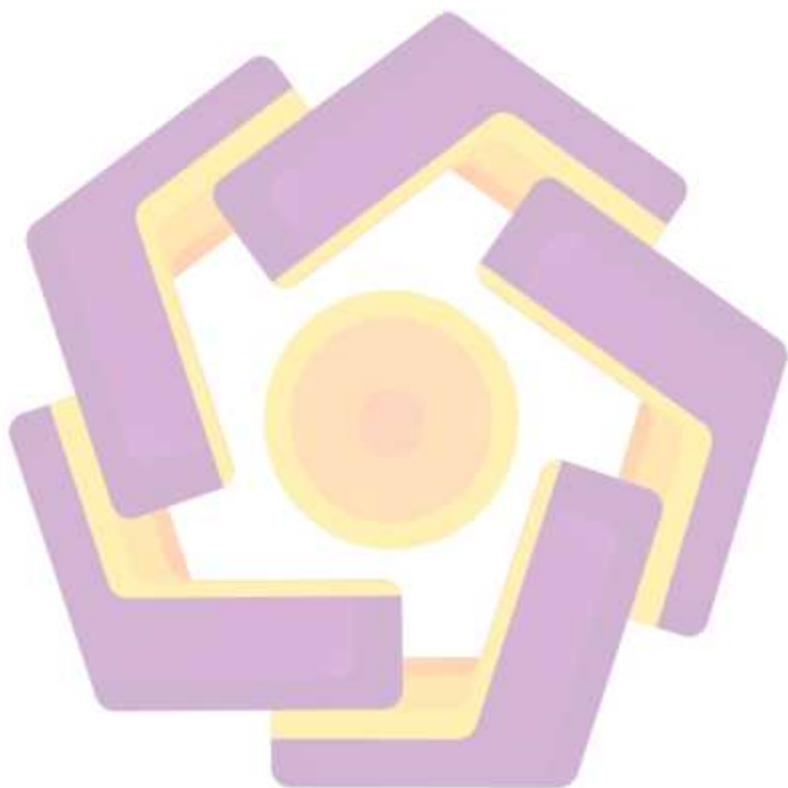


DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
TUJUAN PENELITIAN.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Hoaks.....	19

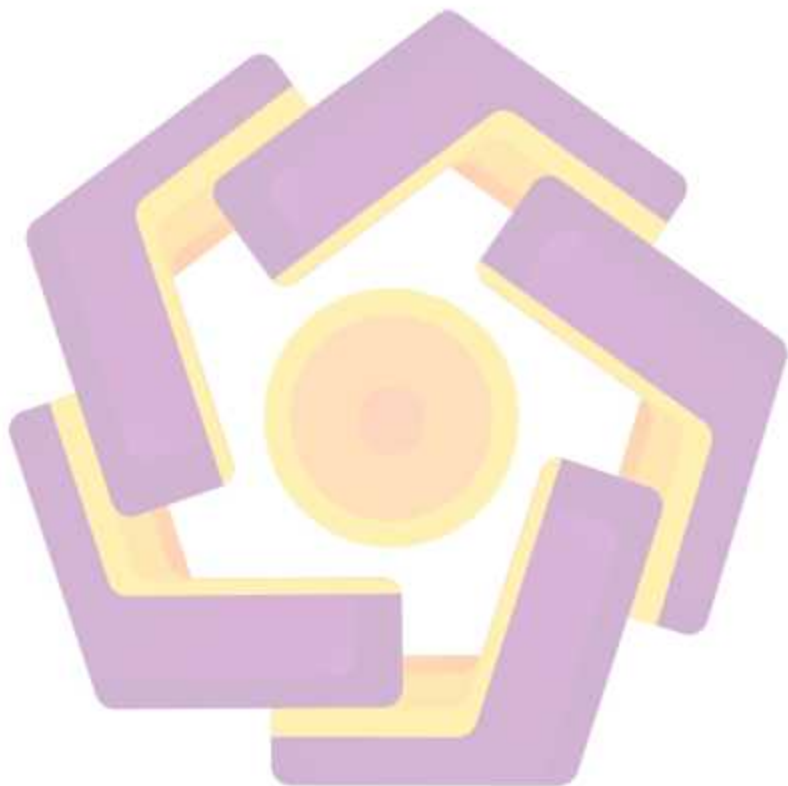
2.2.2	Government Public Relation dan Media Sosial	21
2.2.3	Strategi Komunikasi	24
2.3	Kerangka Berpikir	28
BAB III	29
3.1	Desain Penelitian	29
3.2	Objek Penelitian atau Deskripsi Objek	30
3.3	Subjek penelitian	31
3.4	Jenis dan Sumber Data	32
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.6	Triangulasi	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Hasil	37
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	37
3.	Tersosialisasinya	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.3	Pembahasan	82
4.3.1	Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Humas Setda DIY dalam Menghadapi Hoaks Covid-19 Melalui Intsagram Humas Setda DIY	83
4.3.2	Implementasi Strategi Komunikasi Humas Setda DIY dalam Menghadapi Hoaks Covid-19 Melalui Instagram Humas Setda DIY	91
BAB V	105
PENUTUP	105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	107

DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kominfo mengkonfirmasi beita Hoaks yang beredar pada situs resminya	4
Gambar 1. 2 Kominfo mengkonfirmasi berita Hoaks yang beredar pada situs resminya	5
Gambar 1. 3 Data riset Hootsuite Indonesia Digital Repot 2020	8
Gambar 1. 4 Instagram Humas Jogja	9
Gambar 2. 1 Perbedaan Misinformasi, Disinformasi, dan Malinformasi	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4. 1 Gedung Bale Woro (Kantor Humas)	37
Gambar 4. 2 Berita hoaks di media sosial.....	43
Gambar 4. 3 Berita hoaks semakin meningkat	44
Gambar 4. 4 Akun Instagram @humasjogja	45
Gambar 4. 5 Humas menemukan informasi hoaks di whatsapp group.....	53
Gambar 4. 6 Insight lokasi pengikut Instagram @humasjogja	58
Gambar 4. 7 Konten persuasi di Instagram @humasjogja.....	60
Gambar 4. 8 Contoh postingan @humasjogja.....	62
Gambar 4. 9 Klarifikasi informasi hoaks melalui Instagram	66
Gambar 4. 10 Jumlah pengikut media sosial humas.....	68
Gambar 4. 11 Desain postingan instagram.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi wawancara dengan Kabag Humas Setda DIY melalui online, pada 19 Juni 2021.....	113
Lampiran 2 Dokumentasi wawancara dengan Staff Medsos Humas Setda DIY di kantor Humas Setda DIY, pada 9 September 2021	113
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara dengan Kasubag PDM Humas Setda DIY melalui online, pada 21 September 2021	114
Lampiran 4 SIP (Surat Ijin Penelitian).....	115
Lampiran 5 SPD (Surat Penunjukan Dosen).....	116
Lampiran 6 SPD (Surat Penunjukan Dosen).....	117



ABSTRACT

The development of information media that is easily accessed by the internet, has led to cases of spreading false information or hoaxes on the internet. As in the phenomenon of the Covid-19 pandemi, which is a new thing in society. Unfortunately, this situation is being exploited by some irresponsible people to spread information or news that is not true or hoaxes, and causes unrest in the community.

This research is to find out the communication strategy that has been carried out by the Public relations Secretariat of DIY in dealing with the Covid-19 hoax problem on social media Instagram @humasjogja. The method used in this research is descriptive qualitative using post-positivism paradigm. The research data was obtained through observation and interviews. Researchers use communication strategies according to Effandi and Cutlip, Center and Broom.

The results of this study are that the DIY Secretariat Public Relations communication strategy has been implemented well by the agency, one of which is planning and managing communication in dealing with hoax information circulating on Instagram social media. However, communication strategies to the public must continue to be updated, following the times and technology.

Keyword: *Communication Strategy, Covid-19, hoax news*

ABSTRAK

Perkembangan media informasi yang dengan mudah diakses dengan adanya internet, menimbulkan kasus-kasus mengenai penyebaran informasi palsu atau hoaks di internet. Seperti pada fenomena pandemi Covid-19, yang menjadi hal baru di masyarakat. Namun sayangnya situasi ini dimanfaatkan oleh sebagian orang yang tidak bertanggungjawab untuk menyebarkan informasi atau berita yang tidak benar atau hoaks, dan menyebabkan keresahan di masyarakat.

Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang telah dilakukan Humas Setda DIY dalam menghadapi permasalahan hoaks Covid-19 di media sosial Instagram @humasjogja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma *post-positivisme*. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan strategi komunikasi menurut Effandi dan Cutlip, Center dan Broom.

Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi Humas Setda DIY sudah diterapkan dengan baik oleh pihak instansi, salah satunya dalam merencanakan dan manajemen komunikasi dalam menghadapi Informasi hoaks yang beredar di media sosial Instagram. Namun strategi komunikasi kepada masyarakat harus terus perbarui, mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Covid-19, berita hoaks