

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISKOMINFO KULON PROGO
DALAM PENGELOLAAN LAYANAN INFORMASI PUBLIK PEMKAB
KULON PROGO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI



Disusun oleh:

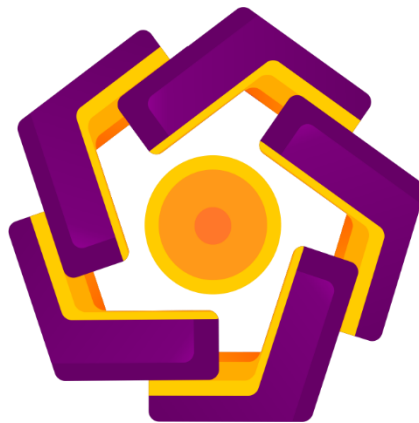
Muhammad Rizal Nurdin
NIM 20.96.2215

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISKOMINFO KULON PROGO
DALAM PENGELOLAAN LAYANAN INFORMASI PUBLIK PEMKAB
KULON PROGO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Muhammad Rizal Nurdin
NIM 20.96.2215

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Humas Diskominfo Kulon Progo Dalam Pengelolaan
Layanan Informasi Publik Pemkab Kulon Progo
Melalui Media Sosial Instagram**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Muhammad Rizal Nurdin
NIM 20.96.2215

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 26 Juni 2025

Dosen Pembimbing,


Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Humas Diskominfo Kulon Progo Dalam Pengelolaan
Layanan Informasi Publik Pemkab Kulon Progo
Melalui Media Sosial Instagram**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Muhammad Rizal Nurdin
NIM 20.96.2215

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Agustus 2025

Nama Penguji

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360

Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

Anggun Anindya S, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302661

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
20 Agustus 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 26 Juni 2025



Muhammad Rizal Nurdin
NIM. 20.96.2215

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur yang setulusnya penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini hingga tuntas. Sebagai ungkapan rasa syukur dan penghormatan, karya ini dengan penuh kerendahan hati penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sumber segala ilmu, kekuatan, dan inspirasi. Atas limpahan kasih sayang dan ridha-Nya, penulis diberikan kesempatan, kesabaran, serta keteguhan hati untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang dengan tulus mengajarkan arti ketabahan, keikhlasan, dan kerja keras. Doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada pernah putus menjadi sumber semangat terbesar dalam setiap langkah penulis.
3. Seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan moral, dan rasa aman yang tak ternilai harganya. Kehangatan keluarga menjadi landasan kokoh yang menuntun penulis untuk terus maju dan berkarya.
4. Rekan-rekan mahasiswa ilmu komunikasi, teman-teman seperjuangan yang telah menjadi sahabat, tempat berbagi cerita, berdiskusi, dan saling menyemangati selama masa perkuliahan. Kebersamaan dan kerjasama yang terjalin menjadi pengalaman berharga yang memperkaya proses akademik penulis.
5. Bapak, Ibu, serta seluruh staf di Humas Diskominfo Kulon Progo yang telah membimbing, memberikan ilmu praktis, dan kesempatan untuk belajar langsung mengenai praktik komunikasi publik. Pengalaman magang tersebut menjadi sumber pemahaman yang penting bagi penulisan penelitian ini.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi wujud rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan kesempatan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Diskominfo Kulon Progo Dalam Pengelolaan Layanan Informasi Publik Pemkab Kulon Progo Melalui Media Sosial Instagram.”

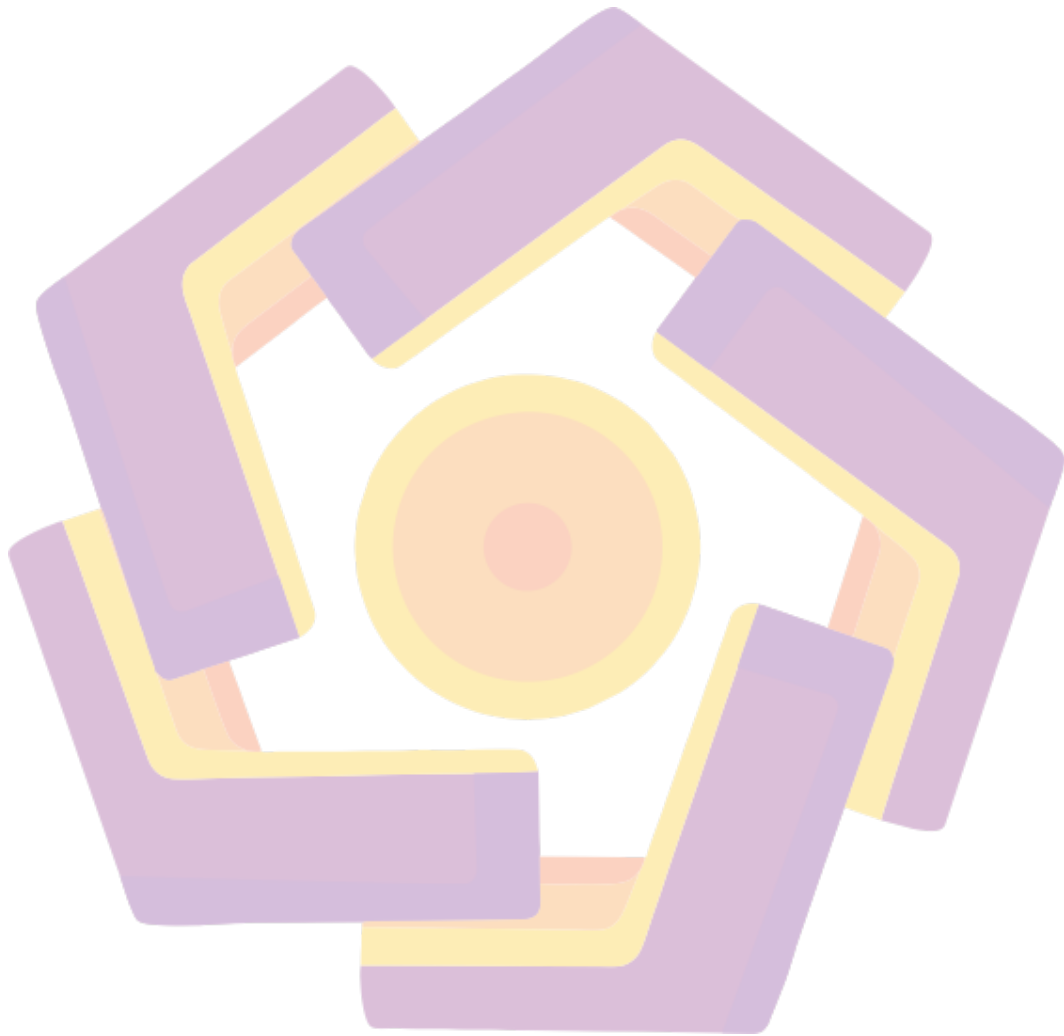
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penelitian ini berangkat dari ketertarikan penulis terhadap praktik komunikasi publik pemerintah di era digital, khususnya melalui media sosial sebagai kanal strategis dalam menyampaikan informasi, membangun interaksi, serta meningkatkan partisipasi masyarakat.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak/Ibu dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Ketua Program Studi dan seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta atas ilmu dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi.
3. Narasumber dari Humas Diskominfo Kulon Progo yang telah meluangkan waktu, berbagi pengetahuan, serta memberikan data dan informasi yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini.
4. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar atas doa, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti.
5. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan dukungan moral dan menjadi teman diskusi yang berharga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan pengembangan karya ilmiah di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai bahan pertimbangan praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya dalam bidang komunikasi publik pemerintah melalui media sosial.



DAFTAR ISI

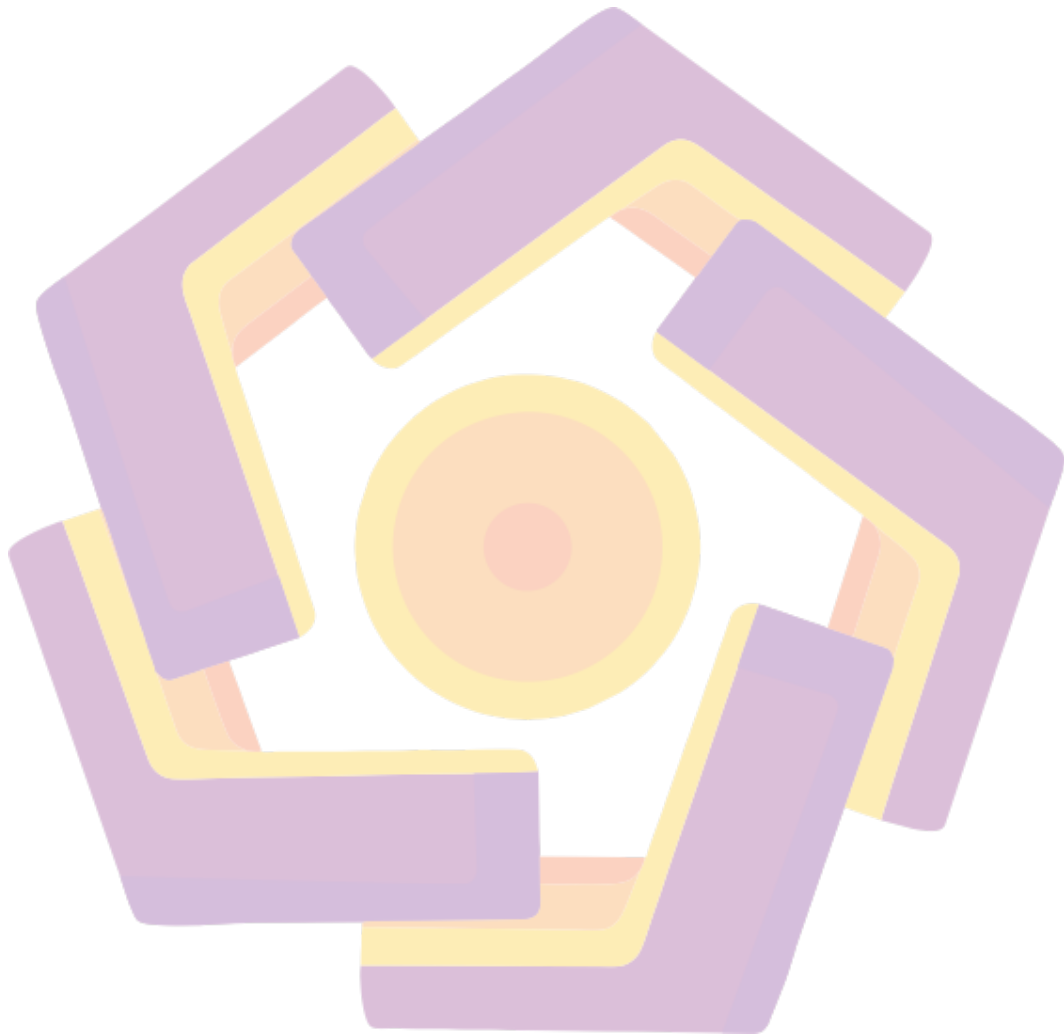
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.3.2.1 Manfaat Akademis.....	4
1.3.2.2 Manfaat Praktis.....	5
1.4 Kerangka Pemikiran.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teoritis.....	8
2.1.1 Konsep Dasar Komunikasi Publik.....	8
2.1.2 Humas sebagai Pilar Komunikasi Pemerintah.....	9
2.1.3 Teori Komunikasi Dua Arah.....	10
2.1.4 Teori Strategi Humas.....	12
2.1.5 Strategi Komunikasi Humas Berbasis Komunikasi Dua Arah.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.3 Fokus Penelitian.....	18
3.4 Paradigma Penelitian.....	18
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	18
3.5.1 Subjek Penelitian.....	18
3.5.2 Objek Penelitian.....	19
3.6 Jenis Data	19
3.7 Sumber Data	19
3.7.1 Data Primer.....	19
3.7.2 Data Sekunder.....	20
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.8.1 Observasi	20
3.8.2 Wawancara	21
3.8.3 Dokumentasi	21
3.9 Teknik Analisis Data.....	22
3.9.1 Reduksi Data.....	22
3.9.2 Penyajian Data	22
3.9.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	23
3.10 Validasi Data	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Profil Narasumber	25
4.2 Hasil Penelitian	27
4.2.1 Strategi Komunikasi Humas Diskominfo.....	27
4.2.1.1 Perencanaan Konten.....	27
4.2.1.2 Produksi dan Pengemasan Konten	28
4.2.1.3 Distribusi dan Publikasi Konten	28
4.2.1.4 Evaluasi dan Refleksi Internal	29
4.2.2 Implementasi Komunikasi Dua Arah Melalui Instagram	30
4.2.2.1 Respons terhadap Komentar dan Pesan Langsung (DM).....	30

4.2.2.2	Interaksi Publik.....	31
4.2.2.3	Kolaborasi dengan OPD dan Komunitas Lokal	32
4.2.2.4	Hubungan Digitalisasi dan Keterlibatan Masyarakat	32
4.2.3	Tantangan dan Upaya Pengelolaan Media Sosial Pemerintah	33
4.2.3.1	Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Teknis	34
4.2.3.2	Pengelolaan Isu-Isu Strategis dan Sensitif	34
4.2.3.3	Upaya Menjaga Netralitas, Profesionalitas, dan Etika Komunikasi	35
4.2.3.4	Pembelajaran dari Komunitas/Aktor Eksternal	36
4.2.4	Refleksi Terhadap Komunikasi Publik melalui Media Sosial	37
4.2.4.1	Perkembangan Pemahaman Komunikasi Publik.....	37
4.2.4.2	Dampak Media Sosial terhadap Pola Komunikasi Pemerintah	38
4.2.4.3	Harapan terhadap Masa Depan Media Sosial Pemerintah	39
4.3	Pembahasan	40
4.3.1	Analisis Teori Komunikasi Dua Arah.....	40
4.3.1.1	Indikasi Komunikasi Simetris/Asimetris	41
4.3.1.2	Bentuk-Bentuk Partisipasi dan Respons Timbal Balik	42
4.3.2	Korelasi Strategi Komunikasi dan Penyampaian Informasi	43
4.3.2.1	Strategi Perencanaan hingga Distribusi	43
4.3.2.2	Efektivitas Penyampaian Informasi.....	44
4.3.2.3	Korelasi antara Strategi dan Efektivitas	44
BAB V	PENUTUP.....	46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran	47
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN	54

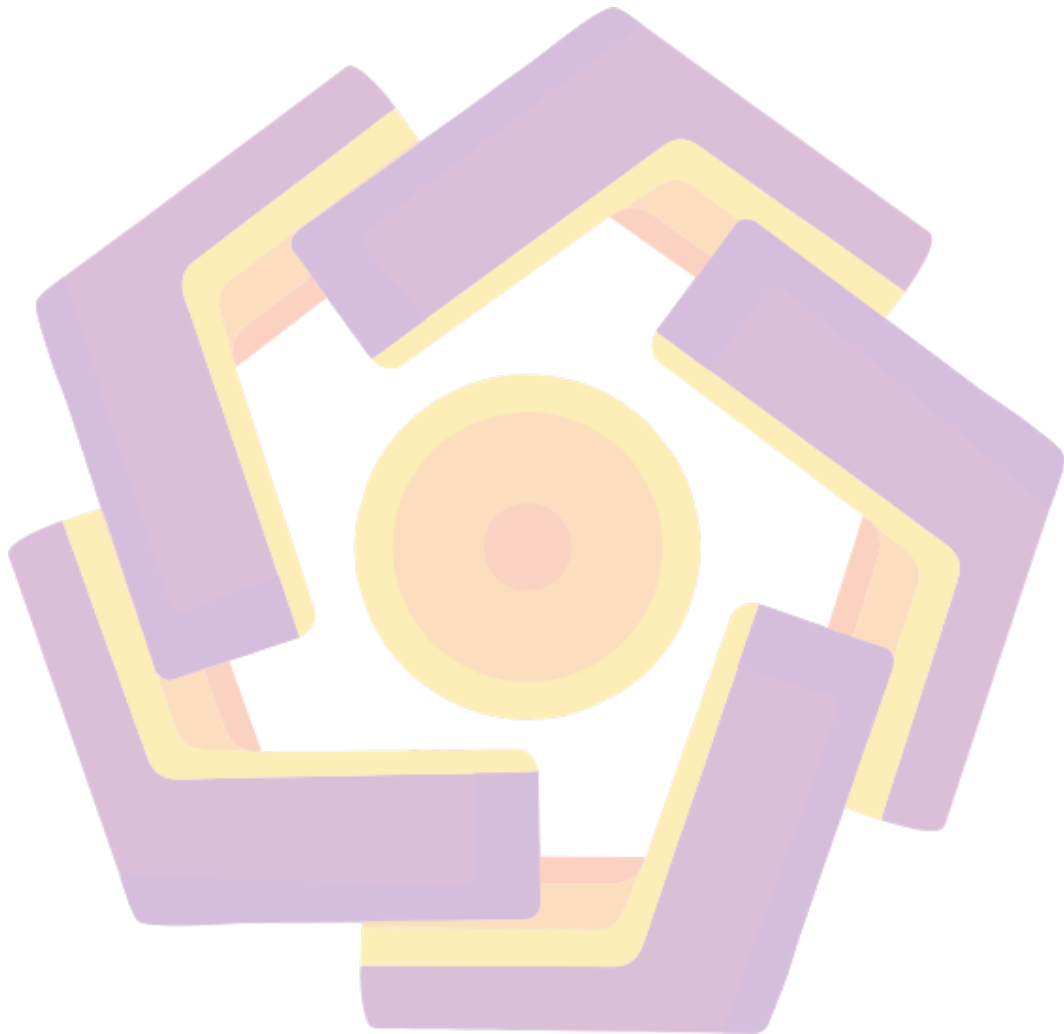
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan dengan Penelitian Ini	15
Tabel 4.1 Narasumber Penelitian	25



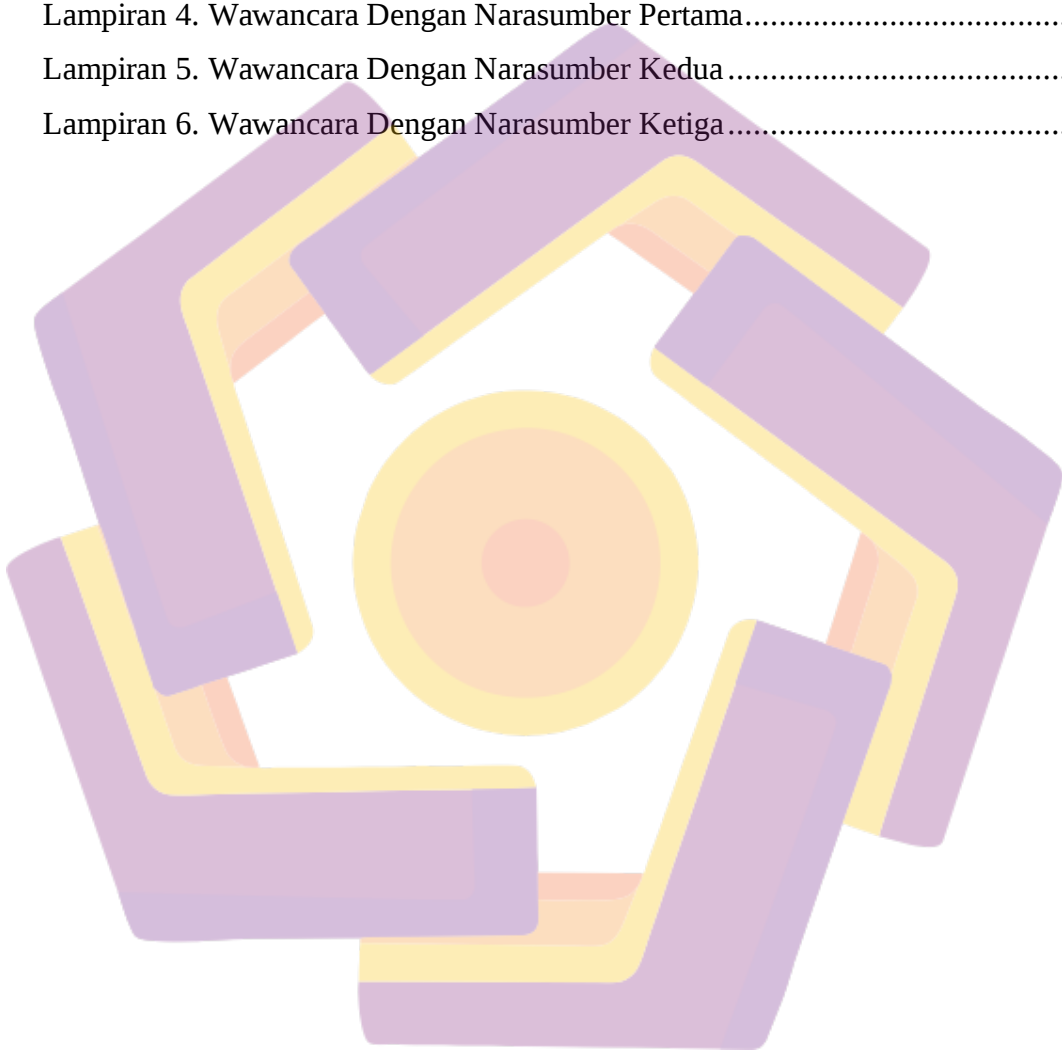
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Pemkab Kulonprogo.....	2
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran	6



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara Dengan Narasumber Pertama.....	54
Lampiran 2. Hasil Wawancara Dengan Narasumber Kedua	56
Lampiran 3. Hasil Wawancara Dengan Narasumber Ketiga	58
Lampiran 4. Wawancara Dengan Narasumber Pertama.....	60
Lampiran 5. Wawancara Dengan Narasumber Kedua	61
Lampiran 6. Wawancara Dengan Narasumber Ketiga	62



ABSTRACT

This study aims to analyze the communication strategies of the Public Relations Division of the Department of Communication and Information (Diskominfo) of Kulon Progo in managing public information services through Instagram. The background of this research stems from the importance of digital media as a two-way communication bridge between the government and society, while also presenting challenges for local governments in adapting to technological developments and user behavior, particularly among younger generations. This study employed a descriptive qualitative method, with data collected through in-depth interviews with internal sources from Diskominfo Kulon Progo. The theoretical framework used was James Grunig's two-way communication model, to examine whether the communication patterns applied were symmetrical or asymmetrical. The findings reveal that content planning follows the agenda of the Regent and Vice Regent, while content production emphasizes engaging visuals, concise narratives, and interactive features such as quizzes to encourage public participation. Content is categorized into informative, educational, and participatory types, although it lacks a structured posting schedule. Public interactions occur through comments, direct messages, and digital campaigns, reflecting a two-way communication pattern that is predominantly asymmetrical, since public feedback is received but has not yet significantly influenced strategic policies. The main challenges include limited human resources, managing sensitive issues, and maintaining communication ethics and the government's image. This study highlights the need for regular evaluations, the utilization of audience interaction data, and cross-institutional as well as community collaboration. An adaptive and professional communication strategy has the potential to strengthen government transparency, enhance public trust, and foster participatory and dynamic communication.

Keywords: *communication strategy, government public relations, Diskominfo Kulon Progo, public information services, Instagram, two-way communication.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Humas Diskominfo Kulon Progo dalam mengelola layanan informasi publik melalui media sosial Instagram. Latar belakang penelitian berangkat dari pentingnya media digital sebagai jembatan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, sekaligus tantangan bagi pemerintah daerah dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta perilaku pengguna, khususnya generasi muda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap narasumber internal Diskominfo Kulon Progo. Kerangka teori yang digunakan ialah komunikasi dua arah (*two-way communication*) dari James Grunig, untuk melihat pola komunikasi yang dijalankan apakah simetris atau asimetris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan konten mengikuti agenda Bupati dan Wakil Bupati, sementara produksi konten menekankan visual menarik, narasi singkat, dan fitur interaktif seperti kuis untuk mendorong partisipasi publik. Konten dikategorikan menjadi informatif, edukatif, dan partisipatif, meskipun belum memiliki jadwal yang terstruktur. Interaksi publik melalui komentar, pesan langsung, serta kampanye digital menggambarkan adanya pola komunikasi dua arah, namun lebih dominan bersifat dua arah asimetris, karena umpan balik masyarakat diterima tetapi belum sepenuhnya memengaruhi kebijakan strategis. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan SDM, pengelolaan isu sensitif, serta menjaga etika komunikasi dan citra pemerintah. Penelitian ini menegaskan perlunya evaluasi berkala, pemanfaatan data interaksi audiens, serta kolaborasi lintas instansi dan komunitas lokal. Strategi komunikasi yang adaptif dan profesional berpotensi memperkuat transparansi pemerintah, meningkatkan kepercayaan publik, serta membangun komunikasi yang partisipatif dan dinamis.

Kata kunci: strategi komunikasi, humas pemerintah, Diskominfo Kulon Progo, layanan informasi publik, Instagram, komunikasi dua arah.