

**Strategi *Public Relations* Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam
Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyampaian Informasi Terkait
*Covid-19***

SKRIPSI



Oleh:

**NABILA DWI MAHARANI
NPM : 1643010055**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL UPN "VETERAN" JATIM

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2020

Strategi *Public Relations* Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyampaian Informasi Terkait *Covid-19*

Disusun oleh :
NABILA DWI MAHARANI
NPM : 1643010055

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Dyva Claretta, M.Si

NPT. 3 6601 94 00251

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PEMERINTAH PROVINSI JAWA
TIMUR DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI TERKAIT *COVID-19***

Oleh:

NABILA DWI MAHARANI

NPM: 1643010055

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal Jumat 2 Oktober 2020

Pembimbing Utama

Dra. Dyva Claretta, M.Si

NPT. 3 6601 94 00251

Tim Penguji

1. Ketua

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NPT. 3 6601 94 00251

2. Sekretaris

AULIA RAHMAWATI, S.Sos, M.Si, Ph.D
NPT. 3 8207 06 0216 1

3. Anggota

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 00351



DEKAN

Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CIIRA
NIP. 19590701 198703 1001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi *PUBLIC RELATIONS* PEMERINTAH PROVINSI JATIM dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyampaian Informasi Terkait *Covid-19***” dengan lancar dan tepat waktu. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu penulis menemui hambatan dan tantangan. Sehingga penulis sepenuhnya sadar, apabila dalam penulisan laporan ini masih terdapat beberapa kekurangan. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu **Dra.DYVA CLARETTA,M.Si** atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyakbanyaknya kepada:

1. **Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. **DR. Yuli Candrasari, M. Si** selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UPN”Veteran” Jatim.
3. **Dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jatim** terimakasih banyak ilmunya.
4. **Nabila Dwi Maharani** atau diri saya sendiri yang mau bertahan dan terus berproses menjadi yang lebih baik.

5. **Mbahkung (Bp. Wasis) tersayang** yang telah menyayangi dan memanjakan dan paling mengerti saya sedari kecil sampai saat ini.
6. **Bapak, Ibuk, Kakak, Tante, Om, dan Seluruh Keluarga** terimakasih atas doa yang tak terputus, semangat, kasih sayang, dan senantiasa bersabar menunggu penulis untuk lulus.
7. **Bella Ayu Setyoningrum** terimakasih atas waktu dan pikiran serta semangat yang diberikan tanpa terputus, semoga bahagia selalu.
8. **Sahabat Gurun, Rhydea, Dini, Nabkam,Wang, Icha, Amei, Sheren, Trisia, Alfiah,** trimakasih telah memberi semangat dan hiburannya.
9. **Marta, Laily, Adha, Ichang, Nimas, Devi, Nurul,** trimakasih sudah menjadi teman yang saling support dari semester 1 hingga akhir ini.
10. **ROMYBIE** terimakasih sudah memberi dukungan dan hiburan yang tak terhingga Sehingga membuat saya semangat mengerjakan skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini,

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Aamiin.

Surabaya, 1 September 2020

Penulis

NABILA DWI MAHARANI

DAFTAR ISI

LEMBAR

PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.i
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Pustaka	10
2.2.1 Public Relation.....	10
2.2.2 Humas Pemerintah (PR Government).....	11
2.2.3 Ciri-Ciri Public Relations.....	12
2.2.4 Tujuan Public Relations	13
2.2.5 Fungsi PR.....	14
2.2.6 Model Public Relation	15
2.3 Strategi.....	19
2.3.1 Pengertian Strategi.....	19
2.3.2 Strategi Public Relation (Humas)	21
2.4 Teori Public Relations/ Humas.....	24
2.4.1 Relationship Management Theory	24
2.4.2 Theory Computer Mediated Communication (CMC).....	26
2.5 Media Sosial	29

2.5.1	Pengertian Media Sosial.....	29
2.5.2	Karakteristik Media Sosial.....	30
2.5.3	Fungsi Media Sosial.....	32
2.6	Facebook	34
2.6.1	Pengertian Facebook	34
2.6.2	Karakteristik Facebook	35
2.7	Youtube	38
2.7.1	Pengertian Youtube	38
2.7.2	Karakteristik Youtube	40
2.8	Twitter	41
2.8.1	Fitur Twitter	42
2.9	Instagram	45
2.9.1	Pengertian Instagram.....	45
2.9.2	Fitur Instagram.....	46
	Kerangka Berpikir Peneliti	49
BAB III	50
METODELOGI PENELITIAN	50
3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Definisi Konseptual	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1	Dokumentasi	52
3.3.2	Observasi.....	52
3.3.3	Wawancara.....	53
3.4	Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian	53
3.5	Informan Penelitian	53
3.6	Teknik Analisis Data	55
BAB IV	588
HASIL DAN PEMBAHASAN	588
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	588
4.1.1	Profil Pemerintah Provinsi Jawa Timur	588
4.1.2	Profil Humas Pemerintah Provinsi Jawa Timur.....	588
4.2	Penyajian dan Analisis Data.....	69

4.2.1	Identitas Informan	69
4.2.2	Deskripsi Data.....	700
4.3	Hasil Penelitian.....	711
4.3.1	Penentuan Masalah.....	711
4.3.2	Perencanaan dan Penyusunan Program.....	777
4.3.3	Pelaksanaan Tindakan dan Komunikasi.....	788
4.3.4	Evaluasi Program	988
4.4	Pembahasan	1066
BAB V.....		1199
KESIMPULAN DAN SARAN.....		1199
A.	Kesimpulan.....	1199
B.	Saran	12220
DAFTAR PUSTAKA		124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Humas Pemprov Jatim.....	69
Gambar 4.2 Insihgt Follower Instagram Berdasarkan Gender.....	73
Gambar 4.3 Contoh Hoax di Media Sosial.....	86
Gambar 4.4 Foto Layanan Masyarakat tentang Covid di Instagram.....	88
Gambar 4.5 Foto Layanan Masyarakat tentang Covid di Facebook.....	88
Gambar 4.6 Gambar Iklan Layanan Masyarakat tentang Covid di Twitter.....	89
Gambar 4.7 Kegiatan Gubernur Persiapan New Normal di YouTube.....	90
Gambar 4.8 Caption Kewaspadaan Terhadap Covid 19 di Instagram.....	91
Gambar 4.9 Caption Kewaspadaan Terhadap Covid 19 di Facebook.....	92
Gambar 4.10 Caption Informasi Covid 19 di Twitter.....	92
Gambar 4.11 Iklan informasi Covid 19 di Instagram Melalui Instastory.....	93
Gambar 4.12 Komentar terhadap Informasi Covid 19 di Instagram.....	94
Gambar 4.13 Komentar terhadap Informasi Covid 19 di Instagram.....	95
Gambar 4.14 Informasi Covid 19 di Instagram Melalui <i>Hashtag</i>	96
Gambar 4.15 Informasi Covid 19 di Facebook Melalui <i>Hashtag</i>	97
Gambar 4.16 Informasi Covid 19 di Twitter Melalui <i>Hashtag</i>	98
Gambar 4.17 Peningkatan Jumlah Follower.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	55
Tabel 4.1 Triangulasi Data.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Guide Interview.....	127
Lampiran 1.2 Transkrip Wawancara.....	124
Lampiran 1.3 Dokumentasi.....	154

ABSTRAK

Strategi *Public Relations* Pemprov Jatim dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyampaian Informasi Terkait *Covid-19*

Penelitian ini berfokus pada strategi PR Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam pemanfaatan media social sebagai media untuk menyampaikan informasi terkait Covid 19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber penelitian ini adalah Humas (PR) Pemprov Jawa Timur dan Jurnalis. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif Miles-Huberman. Hasil Penelitian menyatakan bahwa berdasarkan teori *Relationship Management Theory* Strategi *Public Relations* Humas Pemprov Jatim berupaya untuk menyesuaikan kebutuhan publik dengan merancang startegi komunikasi. Humas Pemprov Jatim melihat bahwa kebutuhan masyarakat untuk menerima informasi harus dipenuhi dengan baik melalui media sosial. Media sosial dipilih karena masyarakat sangat familiar dengan media soaial. Selain itu, media sosial dapat menyebar berita atau informasi dengan cepat dan masif. Dalam menjalankan startegi *public relation* Humas Pemprov Jatim mampu menjaga kualitas hubungan antara Pemprov Jatim dan masyarakat hal tersebut dapat dilihat dari empat dimensi yang dirumuskan oleh Hon dan Grunig yaitu Kepercayaan (*trust*) Komitmen Kepuasan (*satisfaction*), Kontrol kebersamaan (*Control Mutually*). Strategi *public relation* Humas Pemprov Jatim dengan memanfaatkan media sosial untuk meginformasikan Covid-19 dengan menjalankan pencarian fakta, perencanaan, *action*, dan evaluasi.

Kata kunci : Media Sosial, *Public Relation*, Strategi Humas

ABSTRAC

East Java Provincial Government's Public Relations Strategy in Utilizing Social Media as a Media for Delivering Information Related to Covid-19

This study focuses on the PR strategy of the East Java Provincial Government in the use of social media as a medium to convey information related to Covid 19. This study uses a descriptive qualitative approach. Collecting data using interviews, observation and documentation. The sources of this research were the East Java Provincial Public Relations (PR) and journalists. The data validity test was done by triangulation. Data analysis used qualitative descriptive Miles-Huberman. The result of the research states that based on the theory of Relationship Management Theory, the Public Relations Strategy of the East Java Provincial Government seeks to adapt to public needs by designing a communication strategy. East Java Provincial Government Public Relations sees that the public's need to receive information must be met properly through social media. Social media was chosen because people are very familiar with social media. In addition, social media can spread news or information quickly and massively. In carrying out the public relations strategy of the East Java Provincial Government, it is able to maintain the quality of the relationship between the East Java Provincial Government and the community, this can be seen from the four dimensions formulated by Hon and Grunig, namely Trust, Commitment of Satisfaction (Satisfaction), Mutual Control (Control Mutually). The East Java Provincial Government's Public Relations strategy by utilizing social media to inform Covid-19 by carrying out fact-finding, planning, action, and evaluation.

Keywords: Social Media, Public Relations, Public Relations Strategy