

**STRATEGI HUMAS DINAS PERHUBUNGAN KOTA SURABAYA
DALAM MENGELOLA AKUN INSTAGRAM @SUROBOYOBUS
(Strategi Humas Dinas Perhubungan Kota Surabaya dalam mengelola Media
Sosial Instagram @Suroboyobus)**



OLEH

JIHAN NABILAH TAQIYAH

17043010164

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI CITY BRANDING

DINAS PERHUBUNGAN

KOTA SURABAYA

(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Suroboyobus sebagai City Branding oleh Dinas Perhubungan Kota Surabaya)

Disusun oleh:

Jihan Nabilah Taqiyah NPM.

17043010164

Telah disetujui untuk mengikuti uji naskripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dr. Saifulloh Zamri, M.Si.

NIP/NPT. 197006122021211002

Mengetahui,

DEKAN FISIP


DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, M.S., CHRA.

NIP. 195907011987031001



LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI DINAS PERHUBUNGAN DALAM MENGELOLAH AKUN INSTAGRAM
@SUROBOYOBUS**
**(STRATEGI HUMAS DINAS PERHUBUNGAN KOTA SURABAYA DALAM MENGELOLAH
AKUN INSTAGRAM @SUROBOYOBUS)**

Oleh:

JIHAN NABILAH TAQIYAH

NPM 17043010164

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
Program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 5 Januari 2022

Pembimbing


Drs. Saifuldin Zuhri, M.Si
NIP 1970061220212111002

Tim penguji


1. Ketua


Drs. Saifuldin Zuhri, M.Si
NIP 1970061220212111002

2. Sekretaris


Dra Dyva Charetta, M.Si
NIP 196601072021212001

3. Anggota


Dra. Sumardijati, M.Si
NIP 196203231993092001

Mengetahui

DEKAN FISIP


D. P. Iskandar, MS, CHRA
NIP 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur penulis kepada Tuhan yang Maha Pengasih atas segala hikmat dan penyertaan yang telah dilimpahkan, sehingga skripsi dengan judul **“STRATEGI HUMAS DINAS PERHUBUNGAN KOTA SURABAYA DALAM MENGELOLAH AKUN INSTAGRAM @SUROBOYOBUS”** dapat terselesaikan sebagai bentuk pertanggungjawaban akan tugas akhir perkuliahan. Pada skripsi ini dibahas mengenai strategi humas dinas perhubungan kota Surabaya dalam mengelola akun Instagram @suroboyobus. Penelitian serta penyusunan skripsi merupakan program wajib setiap mahasiswa/i Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, termasuk pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Mulai dari penelitian sampai penulisan skripsi ini, penulis mengalami beberapa hambatan, tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang memiliki arti besar bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dengan tulus kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S., CHRA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, S.Sos., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar selalu mendukung dan membantu penulis untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kepada kedua orang tua, saudara, serta sahabat atas segala dukungan yang selalu diberikan dan doa yang selalu dipanjatkan tanpa pernah putus untuk penulis.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karenanya kritik dan saran selalu penulis harapkan demi tercapainya skripsi yang baik dan benar. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak.

Amin.

Surabaya, Agustus 2021

Jihan Nabilah Taqiyah

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
Abstrak.....	1
Abstract.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang Masalah.....	3
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pebatasan masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Strategi Komunikasi Humas Pemerintah kota	13
2.2.2 Instagram.....	14
2.2.3 <i>Digital Marketing</i>	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	31
3.2 Definisi Konseptual.....	32
3.2.1 Strategi Konseptual.....	32
3.2.2 Media Sosial.....	32

3.2.3 Instagram.....	33
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	27
Gambar 3.1 peta lokasi penelitian.....	34
Gambar 3.2 Tenik Analisa Data.....	43
Gambar 4.1 Sitem pembayaran suroboyobus.....	45
Gambar 4.2 Rute Suroboyobus.....	49
Gambar 4.3 Tampilan Lokasi Sejarah pada Instagram @suroboyobus.....	56
Gambar 4.4 Tampilan kebersihan kota.....	57
Gambar 4.5 tampilan kota metropolis Surabaya.....	57
Gambar 4.6 tampilan kecangihan aplikasi pengguna suroboyobus.....	59
Gambar 4.7 tampilan gambar fasilitas pembayaran suroboyobus.....	59
Gambar 4.8 jumlah penumpang suroboyobus.....	60
Gambar 4.9 antusias masyarakat terhadap surboboyobus.....	60
Gambar 4.10 akun Instagram @suroboyobus dengan jumlah followers sebanyak 59,3k.....	61
Gambar 4.11 foto unggahan @suroboyobus dengan emnampilkan fasilitas surboboyobus dan landmark kota Surabaya.....	61
Gambar 4.12 kegiatan hari pahlawan dan penyemprotan disinvektan untuk menanggulangi penyebaran virus covid 19 di suroboyobus.....	62
Gambar 4.13 layanna fasilitas kursi prioritas di surboyobus.....	62
Gambar 4.14 penukaran sampah plastic di terminal kasuari.....	62
Gambar 4.15 halte unair surboyobus.....	63
Gambar 4.15 penulisan caption dan hastag pada konten intstagram @suroboyobus.....	63
Gambar 4.17 fitur coment @suroboyobus mwmbblas pertanyaan followers.....	64
Gambar 4.18 hastag #surabayasmartcity dan #suroboyobus pada tab explore Instagram.....	64
Gambar 4.19 profil Instagram @suroboyobus.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 kriteria data informan penelitian.....36

STRATEGI HUMAS DINAS PERHUBUNGAN KOTA SURABAYA DALAM MENGELOLA AKUN INSTAGRAM @SUROBOYOBUS

JIHAN NABILAH TAQIYAH

Abstrak

Saat ini media social memiliki peran yang begitu besar terhadap berbagai bidang. Dinas Perhubungan Kota Surabaya memanfaatkan media sosial yaitu instagram sebagai tempat untuk berbagi informasi terkait bus baru dari dishub kota Surabaya. Dengan adanya akun instagram ini, diharapkan masyarakat khususnya pengguna instagram dari dalam ataupun luar kota Surabaya lebih mengenal alat transportasi umum yang telah difasilitasi oleh dinas Perhubungan kota Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami serta menjelaskan secara detail mengenai strategi humas dinas perhubungan Kota Surabaya dalam mengelola akun Instagram @suroboyobus. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan subjek penelitian berupa beberapa orang yang terkait dengan akun media sosial Instagram @suroboyobus seperti Humas Dinas Perhubungan Kota Surabaya, admin akun Instagram @suroboyobus, dan pengikut akun media sosial @suroboyobus. Sedangkan objek penelitian yaitu pengelolaan akun Instagram @suroboyobus. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa kehadiran akun instagram @suroboyobus menarik minat masyarakat serta pemanfaatan media sosial instagram @suroboyobus sangat dikelola dengan baik dan telah berhasil.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Dinas Perhubungan Kota Surabaya

STRATEGI OF TRANSPORTATION DEPARTEMEN SURABAYA CITY IN MANAGING INSTAGRAM ACCOUNT @SUROBOYOBUS

JIHAN NABILAH TAQIYAH

Abstract

Currently, social media has such a big role in various fields. The Surabaya City Transportation Service utilizes social media, namely Instagram as a place to share related information a new bus from the Surabaya City Transportation Agency. With this Instagram account, it is hoped that the public, especially Instagram users from inside or outside the city of Surabaya, are more familiar with public transportation facilities that have been facilitated by the Surabaya City Transportation Service. The aim of this research is to find out, understand and explain in detail about the use of Instagram social media as city branding for the Surabaya City Transportation Service (a qualitative descriptive study on the use of Instagram @suroboyobus social media as city branding by the Surabaya City Transportation Service). This research is a qualitative research with research subjects in the form of: several people related to the Instagram @suroboyobus social media account such as the Public Relations of the Surabaya City Transportation Service, the admin of the @suroboyobus Instagram account, and followers of the @suroboyobus social media account. While the object of research is the use of social media Instagram @suroboyobus as a city branding media for the Surabaya City Transportation Service. The results of this study are known that the presence of the Instagram account @suroboyobus attracts the public's interest as well the use of social media Instagram @suroboyobus is very well managed and has succeeded as an effort to city branding the city of Surabaya as a smart city.

Keywords: *Instagram, Social Media, Surabaya City Transportation Service*