



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**Pemanfaatan PR Digital Dalam Menyosialisasikan Program Dan
Kebijakan Publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
(Analisis Pengelolaan Social Media Jakarta Smart City)**

Skripsi



Aniq Tasia

12140110335

JURUSAN PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM
PENYUSUNAN SKRIPSI**

Dengan ini Saya:

Nama : Aniq Tasia

NIM : 12140110335

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan PR Digital Dalam Menyosialisasikan Program Dan Kebijakan Publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (Analisis Pengelolaan Social Media Jakarta Smart City)”** ini merupakan hasil karya Saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah pihak lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah skripsi.

Tangerang, 25 Juli 2016.

Aniq Tasia

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Pemanfaatan PR Digital Dalam Menyosialisasikan Program Dan Kebijakan
Publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
(Analisis Pengelolaan Social Media Jakarta Smart City)**

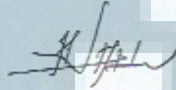
Oleh

Aniq Tasia

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 4 Agustus 2016

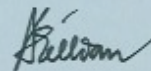
Pukul 13.30 s.d. 15.00 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut;

Ketua Sidang



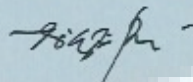
Calvin Eko Saputro, SE., MM.

Penguji Ahli



Wildan Hakim, M.Si

Dosen Pembimbing



Dian Anggraeni, S.S., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

ii

ABSTRAK

Oleh Aniq Tasia

Perkembangan teknologi komunikasi serta meningkatnya kebutuhan akan informasi yang dapat diakses secara *mobile* dan respon cepat telah menuntut humas pada instansi pemerintahan untuk bertransformasi ke digital.

Pemanfaatan *social media* dilakukan untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat mengenai program dan kebijakan pemerintah, sehingga menciptakan pemahaman masyarakat akan program-program yang sedang maupun yang akan dilaksanakan. Untuk mengetahui hal ini secara mendalam, penelitian ini menggunakan model strategi *social media* yang ditulis oleh Deidre Breakenridge yang dimulai dari fase riset sampai fase pengukuran. Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus dan mendapatkan data dari hasil wawancara mendalam kepada pihak Diskominfomas dan Unit Pengelola Jakarta Smart City.

Hasil analisis pengelolaan *sosial media* yang dilakukan oleh Jakarta Smart City menunjukkan Jakarta Smart City telah melakukan kegiatan *social media* berdasarkan konsep yang peneliti gunakan. Penggunaan *social media* yang dilakukan oleh Jakarta Smart City telah membantu Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam menyosialisasikan program dan kebijakan publik. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan *social media* milik Jakarta Smart City dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki kekuatan pada proses penciptaan konten. Walau belum dilaksanakan secara maksimal, kegiatan pengelolaan *social media* yang dilakukan oleh Jakarta Smart City telah sesuai dengan rangkaian strategi *social media* dan sesuai dengan tujuan awal dilakukannya pemanfaatan *social media*.

Kata Kunci: Humas Pemerintah, *Digital Public Relations*, *Social Media*, *Smart City*.

UMN

ABSTRACT

By Aniq Tasia

The development of communication technology and the increasing need for information that can be accessed by mobile and demanding request for quick response have pushed public relations at government agencies to transform into digital.

Utilization of social media being use to disseminate information to the public about government policies and programs, thereby it will creates an understanding of the programs that are being or will be implemented. To find out this in-depth, this study uses a model of social media strategy written by Deidre Breakenridge starting from the research phase to measurement phase. This study is also using the case study method and acquire data from depth interviews with the Diskominfomas and Jakarta Smart City unit.

The results of the analysis of social media management conducted by Jakarta Jakarta Smart City shows Smart City has been conducting social media activities based on the concept that researchers use. The use of social media done by Jakarta Smart City has helped the Government of Jakarta in socializing programs and public policy. From these results it can be concluded the social media that belongs to Jakarta Smart City and Jakarta Provincial Government has the power in the process of content creation. Although not yet implemented optimally, social media management activities conducted by Jakarta Smart City complies with a series of social media strategy based on the model by Deidre Breakenridge and in accordance with the original purpose of the use of social media.

Keywords: Government Public Relations, Digital Public Relations, Social Media, Smart City.

UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan PR Digital Dalam Menyosialisasikan Program Dan Kebijakan Publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (Analisis Pengelolaan Social Media Jakarta Smart City)” ini sebagai salah satu persyaratan untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Skripsi ini pun tentunya tidak akan berhasil tanpa doa dan dukungan baik langsung maupun tidak langsung dari orang-orang di sekitar penulis, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada ;

1. Ibu Dian Anggraeni selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan penulis arahan dalam meneliti dan tak henti memberikan penulis dorongan serta motivasi.
2. Ibu Bertha Sri Eko selaku kaprodi Ilmu Komunikasi UMN yang selalu memberikan kata-kata semangat dan motivasi dalam setiap kesempatan.
3. Bapak Calvin Eko selaku ketua sidang serta pembimbing magang penulis yang selalu memberikan motivasi serta semangat.
4. Bapak Wildan Hakim selaku penguji yang telah banyak membantu dan memberikan saran dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Joice Carroll S. yang telah mengajarkan penulis untuk mencintai dunia Komunikasi. *May you rest in peace.*
6. Ibu Syarifah Amelia yang selalu memberikan tips serta dukungan dalam kegiatan perkuliahan penulis.
7. Bapak Inco Hari Perdana sebagai dosen yang selalu bersedia untuk bercerita pengalaman dan ilmu serta menjadi tempat penulis meminta banyak saran dan bertukar pikiran.
8. Seluruh dosen fakultas Ilmu Komunikasi, untuk setiap materi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Diskominfoas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta serta UPT Jakarta Smart City utamanya Tim Komunikasi yang telah bersedia membantu penelitian ini.

10. Tim Dentsu Digital terutama Tim Social Media, Teman-teman magang dan Mas Rangga Pandji yang sudah menerima penulis sebagai Social Media Officer di Dentsu Digital dan memperkenalkan penulis kedalam dunia digital.
11. Tim konten Tokopedia yang telah memberikan pelajaran berharga mengenai dunia digital dan e-commerce.
12. Tim media, terutama tim online dari Endee Communication yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempelajari lebih dalam mengenai dunia digital dan konten.
13. Teman-teman seperjuangan dan teman-teman saling hore ; Bunga Manggar R., Johanna Tjokro, Eka Deasy Fauzy, Kania Ariestanova, Rofiqoh Nur Ahriany, Kevin Loe, Annisa Rosa, Amnah, Saskia Putri dan teman-teman Nusa Indah.
14. Om Alil beserta Istri yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Bab II dalam penelitian ini.
15. *Every music, snack, movie and indomie that accompany me to finish this paper.*
16. Dan tentunya kepada kedua orang tua yang tidak hentinya memberikan dukungan mental dan materil kepada penulis. Sesungguhnya penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa doa keduanya.

Tangerang, 25 Juli 2016.

Aniq Tasia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL DAN BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Signifikansi Akademis dan Praktis	9
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	9
1.4.2 Signifikansi Praktis	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	 11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.2 Teori dan Konsep.....	14
2.2.1 Humas Pemerintah.....	15
2.2.1.1 Public Relations Pemerintahan dan Internet.....	18
2.2.1.2 E-Government.....	19
2.2.1.2.1 Smart City	20
2.2.2 Computer Mediated Communication (CMC)	20
2.2.2.1 Dimensi CMC	22
2.2.3 Cyber Public Relations	24
2.2.3.1 Karakteristik Media Cyber PR.....	26
2.2.3.2 Fungsi Cyber PR.....	28

2.2.4 Media Online	28
2.2.4.1 Social Media	29
2.2.4.2 Strategi Social Media	31
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	38
3.4 Key Informan dan Informan	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Keabsahan Data	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Divisi Komunikasi Jakarta Smart City	54
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Humas Pemerintah	57
4.2.1.1 Transformasi dan Digitalisasi	58
4.2.1.2 Permasalahan Provinsi DKI Jakarta	60
4.2.1.3 <i>Smart City</i>	62
4.2.1.3.1 Smart City di Indonesia	65
4.2.1.3.1.1 Bandung Smart City	66
4.2.1.3.2 Tanggapan Masyarakat	68
4.2.1.3.3 Tantangan Jakarta Smart City	69
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 <i>Audit / Discovery atau Research</i>	74
4.3.1.1 <i>Goals</i>	74
4.3.1.2 <i>Budget</i>	75
4.3.1.3 <i>Objectives</i>	75
4.3.1.4 <i>Research</i>	76
4.3.2 <i>Tracking and Monitoring Strategy</i>	76
4.3.2.1 <i>Tracking and Monitoring Secara Manual</i>	77
4.3.2.2 <i>Tracking and Monitoring Software</i>	77

4.3.3 <i>Distribution / Channel Strategy</i>	77
4.2.3.1 Facebook	79
4.2.3.1.1 Facebook Jakarta Smart City	81
4.2.3.2 Twitter	83
4.2.3.2.1 Twitter Jakarta Smart City	83
4.2.3.3 Youtube	84
4.2.3.3.1 Youtube Jakarta Smart City	86
4.3.4 <i>Communications or Content Optimization Strategy</i>	90
4.3.4.1 <i>Content Creation Process</i>	90
4.3.4.1.1 Konten Facebook	99
4.3.4.1.2 Konten Twitter	101
4.3.5 <i>Engagement Strategy</i>	102
4.3.5.1 <i>Engagement / two-way conversations</i>	102
4.3.6 <i>Measurement Strategy</i>	108
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Akademis	113
5.2.2 Saran Praktis	114
 DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN	119

UMN

DAFTAR TABEL DAN BAGAN

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 Visi dan Misi dari Jakarta Smart City

Tabel 4.3 Visi dan Misi dari Diskominfoas Pemprov DKI

Tabel 4.4 Peran Humas Pemerintah

Tabel 4.5 Tanggapan masyarakat terhadap Jakarta Smart City di Sosial Media

Tabel 4.6 Konten Original YouTube Jakarta Smart City

Tabel 4.7 Konten YouTube Jakarta Smart City berdasarkan arahan Gubernur

Tabel 4.8 contoh konten berdasarkan framework

Tabel 4.9 Contoh-contoh konten Jakarta Smart City

Tabel 4.10 Frekuensi konten aset social media yang dikelola oleh

Tabel 4.11 Engagement akun Twitter Jakarta Smart City

Tabel 4.12 Engagement akun Twitter Pemprov DKI Jakarta

Tabel 4.13 Engagement pada Fan Page Facebook Jakarta Smart City

Tabel 4.14 Contoh comment, reaction, likes dan share pada konten di Fan Page Jakarta Smart City

Daftar Bagan

Bagan 2.1 Alur Pikir

Bagan 4.1 Posisi Unit Pengelola Jakarta Smart City dalam Struktur Organisasi

UMN

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar

Gambar 2.1 The Social Media Strategy Wheel by Deidre Breakenridge

Gambar 4.1 Logo Diskominfomas dan Jakarta Smart City

Gambar 4.2 Parameter Smart City dari Jakarta Smart City

Gambar 4.3 Bandung Command Center

Gambar 4.4 Kanal Pengaduan Resmi Pemprov DKI Jakarta

Gambar 4.5 Facebook Fan Page Jakarta Smart City

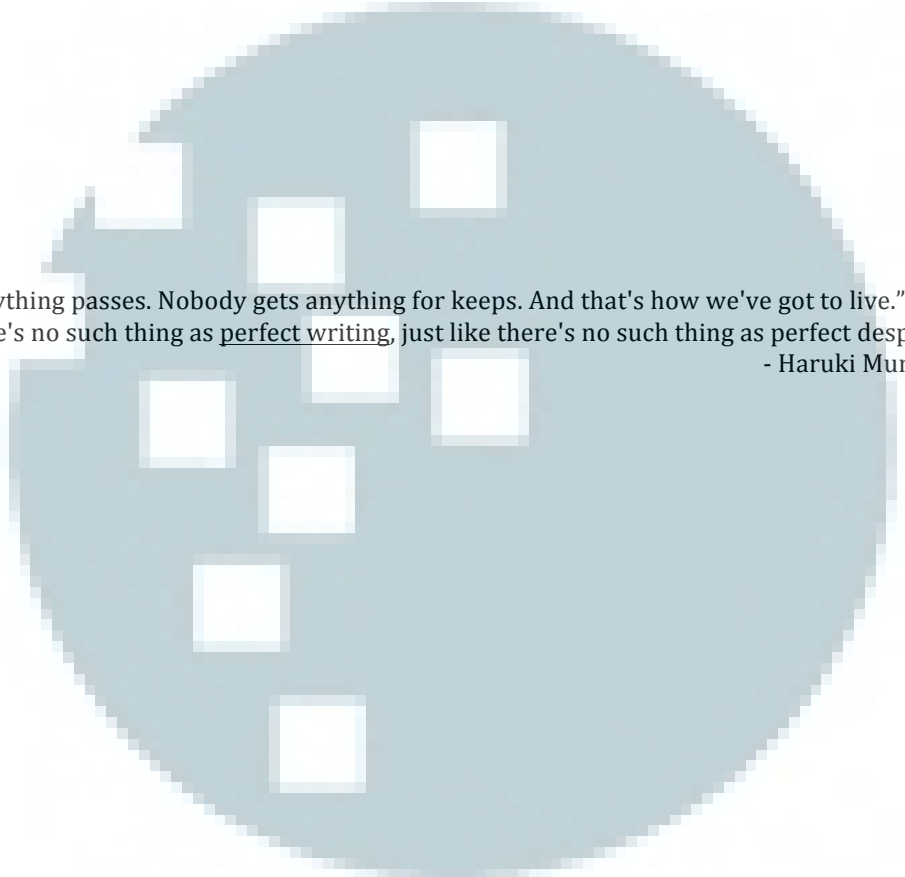
Gambar 4.6 Framework Editorial Plan Konten Social Media Jakarta Smart City



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Konsultasi Skripsi
2. Transkrip Wawancara
3. Paparan Diskominfo



- 
- 1) "Everything passes. Nobody gets anything for keeps. And that's how we've got to live."
 - 2) "There's no such thing as perfect writing, just like there's no such thing as perfect despair."
- Haruki Murakami

I present this research for my beloved parents who always being supportive and give me a chance to do anything I'm passionate about.

UMN