



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

S/UBL/FIKOM/0481/VII/24

Pada hari ini, Kamis 18 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul : ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG NILAI KEKELUARGAAN PADA FILM GARA GARA WARISAN

Nama : Endang Sulisetyawati

NIM : 2071510347

Dosen Pembimbing : Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Berdasarkan penilaian pada Kemampuan Presentasi dan Menjawab, Penulisan, Isi Materi maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka: 88 huruf: A

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Kamis 01 Agustus 2024.

Panitia Penguji:

1. Ketua Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
2. Anggota Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
3. Moderator Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99 E:0-39,99

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG NILAI KEKELUARGAAN PADA FILM GARA GARA WARISAN

SKRIPSI



Nama	: Endang Sulisetyawati
NIM	: 2071510347
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Jurnalistik Penyiaran

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2024**

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG NILAI
KEKELUARGAAN PADA FILM GARA GARA WARISAN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Nama	: Endang Sulisetiyawati
NIM	: 2071510347
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Jurnalistik Penyiaran

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2024**



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Endang Sulisetiyawati
Nomor Induk Mahasiswa	: 2071510347
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG NILAI KEKELUARGAAN PADA FILM GARA GARA WARISAN



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 18 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua	: Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
Anggota	: Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
Pembimbing	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom

ABSTRAK
ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG NILAI KEKELUARGAAN
PADA FILM GARA GARA WARISAN

Penelitian ini membahas tentang analisis resepsi khalayak di Kecamatan Pesanggrahan Bintaro Jakarta Selatan tentang pada film “Gara-Gara Warisan” yang menceritakan tentang tiga bersaudara yang tidak pernah harmonis, terpaksa, bersaing dalam memperebutkan warisan berupa sebuah *Guest House* milik Dahlan ayah mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan khalayak tentang nilai-nilai kekeluargaan dalam film Gara-Gara Warisan?. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis resepsi Stuart Hall, teori ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak tentang nilai kekeluargaan. Teori ini memiliki 3 formula, yakni dominan, negosiasi dan oposisi. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara lima belas informan di wilayah Kecamatan Pesanggrahan Bintaro Jakarta Selatan. Hasil Penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan pemaknaan informan pada film Gara-Gara Warisan tentang nilai kekeluargaan, wawancara dengan informan menghasilkan pemikiran yang sering muncul pemaknaan dominan ada juga memaknai negosiasi dan oposisi. Perbedaan pemaknaan ini terjadinya adanya perbedaan latar belakang sosial dari kelima belas informan seperti pendidikan, usia pekerjaan dan pengetahuan. Dalam penelitian ini posisi pemaknaan dominan yang dimaknai paling banyak oleh informan. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa kelima belas informan memaknai tentang Nilai Kekeluargaan pada film Gara-Gara Warisan yang menerima pesan yang diberikan oleh media bahwa film tersebut memiliki Nilai Kekeluargaan tiga orang yang sedang merebutkan warisan ayahnya, sehingga dalam penelitian ini pemaknaan dominan telah mendominasi dari keseluruhannya.

Kata Kunci: Resepsi khalayak, Film, Nilai Kekeluargaan.

ABSTRACT
AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS ON FAMILY VALUES IN THE FILM
GARA GARA WARISAN

This research discusses the analysis of the audience reception in Pesanggrahan Bintaro District, South Jakarta about the film "Gara-Gara Warisan" which tells the story of three brothers who are never harmonious, forced, competing for the inheritance in the form of a Guest House owned by their father Dahlan. The purpose of this research is to find out the audience's meaning of family values in the film Gara Gara Warisan?. Paradigma this research uses the constructivism paradigm with a qualitative approach. The theory used in this study is the theory of Stuart Hall reception analysis, this theory is used to find out how the audience interprets family values. This theory has 3 formulas, namely dominant, negotiation and opposition. The data collection technique was obtained by interviewing fifteen informants in the Pesanggrahan Bintaro District area, South Jakarta. The results of this study show that there are differences in the meaning of infoman in the film Gara-Gara Warisan about family values, interviews with infoman produce meanings that often appear, dominant meanings, and there are also interpretations of negotiation and opposition. This difference in meaning occurs because there are differences in the social background of the fifteen informants such as education, age, work and knowledge. In this study, the dominant position of meaning is interpreted the most by informants. The conclusion in this study is that fifteen informants interpreted the Family Values in the film Gara-Gara Warisan which received the message given by the media that the film has the Family Values of three people who are snatching their father's inheritance, so that in this study the dominant meaning has dominated the whole.

Keywords: Audience reception, Film, Family values.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Aspek Teoritis	7
1.4.2 Aspek Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 kajian Pustaka	8
2.1.1 Pemaknaan khalayak terhadap nilai persahabatan Dalam Film Miracle In Cell Number 7 (Analisis Resepsi Stuart Hall).....	8
2.1.2 Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 Years A Slave Pada Mahasiswa Multi Etnis)	9
2.1.3 Pemaknaan Khalayak Terhadap Nilai Kejujuran Pada Film Bad Genius (Analisis Resepsi Stuart Hall Kepada Siswa/Siswi Sma Di Jakarta Selatan)	9
2.2 Kerangka Teoritis	11
2.2.1 Komunikasi Massa	12
2.2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa	13
2.2.2 Media Massa	14
2.2.3 Film Sebagai Media Massa	15
2.2.3.1 Unsur Film	16
2.2.3.2 Karakteristik Film	18
2.2.3.3 Struktur Film	19
2.2.3.4 Jenis-Jenis Film	20
2.3 Nilai Kekeluargaan	23
2.3.1 Teori Resepsi	25
2.3.2 Teori Encoding Dan Decoding Stuart Hall	26
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	29
3.1.1 Paradigma Penelitian	29
3.1.2 Pendekatan Penelitian	32

3.1 Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.1 Data Primer	33
3.2.2 Data Sekunder	35
3.3 Teknik Verifikasi Data	35
3.4 Teknik Analisis Data	36
3.5 Fokus Penelitian	36
3.5.1 Pemaknaan	36
3.5.2 Khalayak	37
3.5.3 Film Gara-Gara Warisan	37
3.6 Waktu Dan Tempat Penelitian	39
3.7 Keterbatasan Penelitian	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Profil Film Gara - Gara Warisan	41
4.1.2 Sinopsis Film Gara - Gara Warisan	42
4.1.3 Deskripsi Informan	44
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Pemahaman Informan Terhadap Nilai Kekeluargaan	47
4.2.2 Pemahaman Informan Terhadap Peran Utama dalam Film Gara -Gara Warisan	50
4.2.3 Pemahaman Informan Terhadap Pesaing di dalam Film Gara - Gara Warisan	54
4.2.4 Hasil Pemaknaan Informan	57
4.3 Pembahasan Argumentasi Sikap Penelitian Pada Hasil Penelitian	60
4.3.1 Pemaknaan Dominan pada Film Gara - Gara Warisan	62
4.3.2 Pemaknaan Negosiasi pada Film Gara - Gara Warisan	64
4.3.3 Pemaknaan Oposisi pada Film Gara - Gara Warisan.....	67

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Rekomendasi.....	74
5.2.1 Rekomendasi Teoritis	74
5.2.2 Rekomendasi Praktis	74

DAFTAR PUSTAKA	75
Kartu Bimbingan Mahawasiswa	78
LAMPIRAN	
Lampiran Hasil Wawancara	79
Lampiran Hasil Dokumentasi	94

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Adi Fahrudin, Pengantar Kesejahteraan Sosial, 2012, PT. Refika Aditama, Bandung Alumni.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Arni, Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bertens, K. 2001. *Perspektif Etika Baru, 55 Esai tentang Masalah-masalah Aktual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bittner, John R. (1980). *Mass Communication: An Introduction*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Budiyanto, Agus Krisno. 2004. *Dasar-dasar Ilmu Gizi*, UMM press, Malang.
- Cangara, Hafied. 2002, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja. Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat
- Effendy, Onong Uchjana, 1986. *Dimensi Dimensi Komunikasi*, Bandung :
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Effendy, Uchjana. Onong. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hall, Stuart. (1980). "Encoding/Decoding". Dalam D. Hall (Ed.), *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson

- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Hariyanto, Didik. 2021. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Harold D. Lasswell 2009 *Structure and Function of Communication in Society* dalam. Wilbur Schramm. (Ed)
- Kriyantono, Rachmat (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis.1997. *Audience Analysis*.London.SAGE Publications, Inc.
- Mulyana, Deddy. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, L W (1997) *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach (Third Edition)* Massachusetts: Allyn and Bacon A Vincom Company.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka. (Terakhir diakses pada tanggal 28 Oktober 2019)
- Ritzer, George. 1980. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: CV Rajawali.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: ALFABET
- Swanson, R. A. (2013). *Theory building in applied disciplines*. San Francisco, CA: BerrettKoehler.

Vera, Nawiroh. (2016). Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, 2014. Manajemen Kinerja. Edisi Keempat. Jakarta : Rajawali Pers

Jurnal :

Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme .
AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 70- 86

Peneliti Terdahulu :

Mudrikhah, Rini, 2022. *Pemaknaan khalayak nilai persahabatan film number 7*.
Universitas Budi Luhur. Jakarta

Nabila Ayu Ninda, 2021, *Pemaknaan Khalayak Terhadap Nilai Kejujuran Pada Film Bad Genius (Analisis Resepsi Stuart Hall Kepada Siswa/Siswi Sma Di Jakarta Selatan*, Universitas Budi Luhur, Jakarta

Susanti, Billy.2014. *Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 Years A Slave Pada Mahasiswa Multi Etnis)*,
Universitas Muhammadiyah, Surakarta

Web :

https://id.wikipedia.org/wiki/Gara-Gara_Warisan

<https://image.tmbd.org/t/p/original/Dhict3nnsif5czogkfwkq2dewh1.jpg>

<https://image.tmbd.org/t/p/original/dhIcT3nNSIF5CzOGkFwkq2DEwh1.jpg>

<https://www.themoviedb.org/movie/811736-gara-gara-warisan/images/posterss>

Resensi Film Gara-Gara Warisan: Arti Keluarga yang Sebenarnya Halaman 1 -
Kompasiana.com



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

S/UBL/FIKOM/0521/VII/24

Pada hari ini, Kamis 18 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul : PERAN PUBLIC RELATIONS KOMUNITAS JENDELA JAKARTA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM @JENDELA.JAKARTA

Nama : Yessi Veronica

NIM : 2071510248

Dosen Pembimbing : Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Berdasarkan penilaian pada Kemampuan Presentasi dan Menjawab, Penulisan, Isi Materi maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka: 88 huruf: A

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Kamis 01 Agustus 2024.

Panitia Penguji:

1. Ketua Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
2. Anggota Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
3. Moderator Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99 E-:0-39,99

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* KOMUNITAS JENDELA JAKARTA DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM @jendela.jakarta**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Yessi Veronica
NIM : 2071510248
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR JAKARTA
JAKARTA**

2024



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Yessi Veronica
Nomor Induk Mahasiswa	: 2071510248
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: PERAN PUBLIC RELATIONS KOMUNITAS JENDELA JAKARTA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM @JENDELA.JAKARTA



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 18 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua	: Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
Anggota	: Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
Pembimbing	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom

ABSTRAK

PERAN *PUBLIC RELATIONS* KOMUNITAS JENDELA JAKARTA DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM @jendela.jakarta

Peran *Public Relations* dalam sebuah komunitas sangat diperlukan, keberadaannya sangat penting dalam mencapai popularitas agar dikenal oleh banyak orang dengan meningkatkan *Brand Awareness* komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peran *Public Relations* Komunitas Jendela Jakarta Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Instagram @Jendela.Jakarta. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Peran *Public Relations* Komunitas Jendela Jakarta Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Instagram @jendela.jakarta. Peneliti menggunakan konsep peran *Public Relations* dari Dozier & Broom. Subjek penelitian ini adalah Koordinator Divisi *Public Relations*, Koordinator Utama, dan *Content Management* yang terdiri dari *key informan* dan *informan*. Objek penelitian ini adalah Peran *Public Relations* Komunitas Jendela Jakarta Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Instagram @jendela.jakarta. Dengan metode penelitian Kualitatif Deskriptif, pengumpulan data peneliti diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang didapat bahwa dari 4 teori dari Dozier and Broom Komunitas Jendela Jakarta menjalankan peran sebagai Penasehat Ahli, peran sebagai Proses Fasilitator Pemecah Masalah, peran sebagai Teknik Komunikasi. Peran *Public Relations* sebagai Fasilitator Komunikasi sebagai mediator antar publik eksternal dengan komunitas serta menjadi perwakilan komunitas sebagai narasumber dalam kegiatan eksternal dan Teknik Komunikasi dengan menyediakan layanan teknis komunikasi, memproduksi *flyer* serta mempublikasikan kegiatan komunitas menjadi Peran Unggulan *Public Relations* dalam meningkatkan *Brand Awareness* di Komunitas Jendela Jakarta dan Peningkatan *Brand awareness* yang dilakukan oleh Komunitas Jendela Jakarta adalah dimensi *Brand Recognition*.

Kata Kunci : Peran, *Public Relations*, Komunitas, *Brand Awareness*

ABSTRACT

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS OF THE JENDELA JAKARTA COMMUNITY IN BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH INSTAGRAM @jendela.jakarta

The role of Public Relations in a community is essential, it's presence is crucial in achieving popularity to be known by many people by increasing the Brand Awareness of the community. This research aims to find out how Public Relations Jendela Jakarta Community in Building Brand Awareness Through Instagram @Jendela.Jakarta. The conclusion of this research is how the Public Relations Jendela Jakarta Community Building Brand Awareness Through Instagram @jendela.jakarta. The researchers used the Public Relations role concept from Dozier & Broom. The subjects of the study were Coordinators of the Public relations Division, Chief Coordinators, and Content Management, which consisted of key informants and informants. The object of this research is the Public Relations Role of Jendela Jakarta Community in Building Brand Awareness Through Instagram @jendela.jakarta. The results of the research resulted that of the four theories of Dozier and Broom Community Window Jakarta performed the role of Expert Advisor, the role as Process Facilitator Problem Solver, role as Communication Technician. The role of Public Relations as a Communication Facilitator as an external public mediator with the community as well as being a community representative as a source in external activities and Communication Engineering by providing technical communications services, producing flyers and publishing community activities is the outstanding role of public relations in improving Brand Awareness in the Jendela Jakarta Community and Increasing Brand awareness carried out by Jendela Jakarta Community is the dimension of Brand Recognition

Keywords: Role, Public Relation, Community, Brand Awareness

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Aspek Teoritis	7
1.4.2. Aspek Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.1.1. Peran Hubungan Masyarakat Komunitas Karyawan Muda Katolik dalam Meningkatkan Peran Aktif Orang Muda Katolik Paroki Bintaro	8
2.1.2. Peran Humas sebagai Fasilitator Komunikasi dalam Program “Kembali Sekolah” Komunitas Sekolah Marjinal	9
2.1.3. Peran Humas (Hubungan Masyarakat) Komunitas Jejak Railfans dalam sosialisasi program “Keselamatan Perlintasan Kereta Api” di Jabodetabek	9
2.2 Kerangka Teori	11
2.2.1. Komunikasi	11
2.2.2. Public Relations	12
2.2.3. Tujuan Public Relations	13
2.2.4. Fungsi Public Relations	13
2.2.5. Peran Public Relations	15
2.2.6. Ruang Lingkup Public Relations	15
2.2.7. Cyber Public Relation	16
2.2.8. Media Sosial.....	17
2.2.9. Instagram.....	18
2.2.10. Brand Awareness	19
2.2.11. Komunitas	20
2.2.12. Community Relations	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1	Paradigma Penelitian	24
3.2	Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.1.	Data Primer.....	25
3.2.2.	Data Sekunder	27
3.3	Pendekatan Penelitian.....	28
3.4	Metode Penelitian	28
3.5	Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.4.1.	Subjek Penelitian	29
3.4.2.	Objek Penelitian.....	31
3.5	Definisi Konsep	32
3.5.1.	Komunikasi	32
3.5.2.	Public Relations	32
3.5.3.	Cyber Public Relations	32
3.5.4.	Media Sosial.....	33
3.5.4.	Instagram.....	33
3.5.5.	Brand Awareness	33
3.5.6.	Komunitas	34
3.6	Teknik Analisa Data	34
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.8	Validasi Data	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Gambaran Umum Komunitas Jendela Jakarta.....	37
4.1.1.	Logo Komunitas Jendela Jakarta	38
4.1.2.	Visi dan Misi Komunitas Jendela Jakarta.....	38
4.1.3.	Lokasi Komunitas Jendela Jakarta.....	38
4.1.4.	Struktur Organisasi Komunitas Jendela Jakarta	39
4.1.5.	Divisi dan Tugas	39
4.1.6.	Deskripsi Key Informan dan Informan	40
4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1.	Peran Public Relations Komunitas Jendela Jakarta sebagai Penasehat Ahli (Expert prescriber)	41
4.2.2.	Peran Public Relations Komunitas Jendela Jakarta sebagai Fasilitator	44
	Komunikasi (Communication Fasilitator)	44
4.2.3.	Peran Public Relations Komunitas Jendela Jakarta sebagai Proses.....	56
	Fasilitator Pemecahan Masalah (Problem solving process fasilitator)	56
4.2.4.	Peran Public Relations Komunitas Jendela Jakarta sebagai Teknik.....	58
	Komunikasi (Communication Technician).....	58

4.3	Pembahasan	65
4.3.1.	Peran sebagai Penasehat Ahli dan Peran sebagai Proses Fasilitator Pemecahan Masalah	65
4.3.2.	Fasilitator Komunikasi dan Teknik Komunikasi sebagai Peran Unggulan Public Relations Komunitas Jendela Jakarta.....	68
4.3.3.	Peran Public Relations Dilakukan Secara Berkesinambungan	69
4.3.4.	Peningkatan Brand Awareness pada Level Brand Recognition	70
BAB V	SIMPULAN DAN REKOMENDASI	71
5.1	Simpulan	71
5.2	Rekomendasi	72
5.2.1.	Rekomendasi Teoritis.....	72
5.2.2.	Rekomendasi Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN 1	TRANSKIP WAWANCARA.....	76
LAMPIRAN 2	BUKTI EFEKTIVITAS INSTAGRAM	85
LAMPIRAN 3	DOKUMENTASI WAWANCARA	86
LAMPIRAN 4	SURAT RISET PENELITIAN	87
LAMPIRAN 5	BALASAN SURAT RISET PENELITIAN	88
LAMPIRAN 6	KARTU BIMBINGAN PENELITI	89
LAMPIRAN 7	BIODATA PENELITI	90

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdullah, O. Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Edi, S. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fitrah, M. &. (2017). *Metodologi Penelitian Penelitian Kualitatif, tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fitriansyah, S. I. (2019). *Penulisan Naskah Public Relations ; Teori dan Praktik*. Graha Ilmu.
- Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: CV Andi Offset .
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Indra, I. M. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muhammad, R. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Muhidin, M. A. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)*. Bandung: CV Pustaka setia.
- Nur Setiawati Mappaselleng, N. F. (2024). *Panduan Dasar Komunikasi Efektif Metode Wawancara Penelitian*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Rachmat Kriyantono. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, A. (2017). *Dasa-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing Konsep, Teori, Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- West, R. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Jurnal :

- Andiny, N. D. (2018). Efektivitas Akun Komunitas Instagram @1000_guru_bdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *PROfesi Humas*, 3(1).81-101.
- Arianty, N. &. (2021). "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).42.
- Febrianti, V. &. (2020). COMMUNITY RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF RADIO. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).38-40.
- Jati, B. B. (2020). Community Relations : Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).143-156.
- Puspitarini, D. S. (2019). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi". *Jurnal Common*, 3(1).74.
- Untari, D. &. (2018). "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram(Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)". *Jurnal Sekretari & Manajemen*, 2(2).274.

Penelitian Terdahulu :

- Diantoda, F. B. (2017). Peran Hubungan Masyarakat Komunitas Karyawan Muda Katolik dalam Meningkatkan Peran Aktif Orang Muda Katolik Paroki Bintaro. Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Wijayanti, D. (2023). Peran Humas sebagai Fasilitator Komunikasi dalam Program “Kembali Sekolah” Komunitas Sekolah Marjinal. Universitas Teknologi Yogyakarta.
- Yasinta, N. F. (2022). Peran Humas (Hubungan Masyarakat) Komunitas Jejak Railfans dalam sosialisasi program “Keselamatan Perlintasan Kereta Api” di Jabodetabek. Universitas Budi Luhur Jakarta.

Sumber Online :

<https://www.instagram.com/jendela.jakarta/>

<https://www.abahraka.com/2016/04/cyber-public-relations.html> diakses pada 20 Oktober 2023

Dokumen Pribadi Komunitas Jendela Jakarta



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

S/UBL/FIKOM/0663/VII/24

Pada hari ini, Jumat 19 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul : STRATEGI HUMAS BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KEMENTERIAN
PUPT DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA MELALUI INSTAGRAM @PUPR_BPSPDM

Nama : Rike Prastika

NIM : 2071510271

Dosen Pembimbing : Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Berdasarkan penilaian pada Kemampuan Presentasi dan Menjawab, Penulisan, Isi Materi maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka: 88 huruf: A

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Jumat 02 Agustus 2024.

Panitia Penguji:

1. Ketua Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
2. Anggota Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
3. Moderator Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99 E-:0-39,99

**STRATEGI HUMAS BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA
MANUSIA KEMENTERIAN PUPR DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA MELALUI INSTAGRAM @pupr_bpsdm**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Rike Prastika
NIM : 2071510271
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

JAKARTA

2024

**STRATEGI HUMAS BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA
KEMENTERIAN PUPR DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA MELALUI
INSTAGRAM @pupr_bpsdm**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Nama : Rike Prastika
NIM : 2071510271
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Rike Prastika
Nomor Induk Mahasiswa	: 2071510271
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Jenjang Studi	: Strata I
Judul	: STRATEGI HUMAS BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KEMENTERIAN PUPT DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA MELALUI INSTAGRAM @PUPR_BPSDM



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Jumat 19 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua	: Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
Anggota	: Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
Pembimbing	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom

ABSTRAK

STRATEGI HUMAS BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KEMENTERIAN PUPR DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA MELALUI INSTAGRAM @pupr_bpsdm

Humas memiliki peran penting di dalam sebuah instansi, salah satunya dalam membentuk citra. Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dinilai memiliki citra yang baik dalam menyampaikan informasi kepada publik khususnya kepada publik internal di Kementerian PUPR. Oleh karena itu Humas memerlukan strategi untuk mempertahankan citra yang baik tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra Melalui Instagram @pupr_bpsdm. Peneliti menggunakan teknik analisis *The Circular Model Of Some For Social Communication* oleh Regina Lutrell. Paradigma pada penelitian ini menggunakan Paradigma Post-Positivis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra Melalui Instagram @pupr_bpsdm diantaranya mempunyai strategi share (berbagi), optimize (mengoptimalkan), manage (mengelola), dan engage (melibatkan). Pada penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Humas Badan Pengembangan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam mempertahankan citra di instagram menggunakan strategi *share* di instagram yaitu berbagi postingan tentang pengisian survei kepuasan masyarakat. Strategi *Optimize* membuat postingan yang dikhususkan tidak hanya untuk internal namun juga kepada publik eksternal kementerian PUPR. Strategi *manage* yaitu melakukan komunikasi dua arah dengan merespon setiap DM dan komentar di instagram @pupr_bpsdm. Dan strategi *engage* yaitu menargetkan audience adalah utamanya untuk publik internal dan publik eksternal Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR.

Kata Kunci : Strategi, Hubungan Masyarakat, Citra, Instagram

ABSTRACT

PUPR MINISTRY'S HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT AGENCY (BPSDM) PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MAINTAINING IMAGERY THROUGH INSTAGRAM @pupr_bpsdm

Public relations has an important role in an agency, one of which is forming an image. PUPR Ministry's Human Resources Development Agency (BPSDM) is assessed to have a good image in communicating information to the public, in particular to the internal public in PUPR Ministry. Therefore, public relations needs a strategy to maintain such a good image. This study aims to find out PUPR Ministry's Human Resources Development Agency (Bpsdm) Public Relations Strategy In Maintaining Imagery Through Instagram @pupr_bpsdm. The researcher uses the circular model of some for social communication. Paradigm of this research is Post-Positivis. This research uses a qualitative approach and the methods used in this research are qualitatively descriptive methods. The results of this study show that there are several PUPR Ministry's Human Resources Development Agency (Bpsdm) Public Relations Strategy In Maintaining Imagery Through Instagram @pupr_bpsdm, they have strategies to share, optimize, manage, and engage. In this study, the researcher concluded that the PUPR Ministry's Human Resources Development Agency (Bpsdm) Public Relations Strategy In Maintaining Imagery Through Instagram @pupr_bpsdm, on instagram using a share strategy, which is to share posts about the filling out of public satisfaction survey. The Optimize strategy creates posts dedicated not only to the internal but also to the external public of the Kementerian PUPR. The manage strategy is to conduct two-way communication by responding to every direct message (DM) and commenting on Instagram @pupr_bpsdm. And the engage strategy of targeting the audience is primarily for the internal and external public of the PUPR Ministry's Human Resources Development Agency (Bpsdm).

Keywords : Strategy, Public Relations, Imagery, Instagram

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS.....	ii
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Strategi Public Relations Bank Muamalat Indonesia Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.....	9
2.1.2 Strategi media sosial instagram akun @polresbantuldiy Dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul	9
2.1.3 Strategi Public Relations Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Penyedia Jasa Virtual Wedding Viding.co Melalui Instagram	10
2.2 Kerangka Teoritis.....	14
2.2.1 Hubungan Masyarakat.....	14
2.2.2 Tujuan Hubungan Masyarakat	15
2.2.3 Fungsi Hubungan Masyarakat.....	17
2.2.4 Humas Pemerintah	17

2.2.5 Fungsi Humas Pemerintah.....	18
2.2.6 Tugas Pokok Humas Pemerintah.....	19
2.2.7 Humas Digital.....	20
2.2.8 Strategi.....	21
2.2.9 Media Baru (<i>new media</i>)	22
2.2.10 Media Sosial	23
2.2.11 Instagram.....	24
2.2.12 Citra	25
2.2.13 Jenis-jenis Citra.....	26
2.2.14 The Circular Model of Some for Social Communication (Model Silikular SOME)	28
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	38
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.4.1 Subjek Penelitian.....	38
3.4.2 Objek Penelitian	39
3.5 Identitas Key Informan dan Informan Penelitian	39
3.5.1 Key Informan	39
3.5.2 Informan	39
3.6 Definisi Konsep	41
3.6.1 Hubungan Masyarakat.....	41
3.6.2 Humas Pemerintah	41
3.6.3 Humas Digital.....	41
3.6.4 Strategi.....	41
3.6.5 Media Baru	42
3.6.6 Media Sosial	42
3.6.7 Instagram	42
3.6.8 Citra	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45

3.10 Validitas Data	45
BAB IV PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	47
4.1.1 Tugas dan Fungsi Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	48
4.1.2 Logo Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	49
4.1.3 Visi dan Misi Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	49
4.1.4 Lokasi Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	50
4.1.5 Struktur Organisasi Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR	51
4.1.6 Deskripsi Key Informan dan Informan Penelitian	53
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 <i>Share</i> sebagai Strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di Instagram @pupr_bpsdm	55
4.2.2 <i>Optimize</i> sebagai Strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di Instagram @pupr_bpsdm	61
4.2.3 <i>Manage</i> sebagai Strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di Instagram @pupr_bpsdm	69
4.2.4 <i>Engage</i> sebagai Strategi Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di Instagram @pupr_bpsdm	77
4.3 Pembahasan	84
4.3.1 <i>Share</i> (berbagi) Sebagai Strategi Terbaik Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di instagram @pupr_bpsdm	84
4.3.2 <i>Manage</i> (mengelola) Sebagai Strategi yang perlu diperbaiki Humas Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian PUPR dalam Mempertahankan Citra di Instagram @pupr_bpsdm	86
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Rekomendasi	88

DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR PUSTAKA

- A. Anditha Sari. (2017). *Dasar-dasar Public Relations* . Deepublish.
- Aina Sofyan Qorri, & Yulianti. (2022). Literasi Terkait Covid-19 di Media Sosial. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2), 138–145. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.556>
- Anggito Albi, S. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jejak Publisher.
- Ardianto Elvinaro. (2018). *Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Dewi, A. O., & Suherman, M. (2022). Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Positif. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.4182>
- Hastuti. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA. *MEDIALOG: Jurnal Kajian Komunikasi*, I, 1–9.
- Intueri, A., & Purbakusuma, M. (t.t.). ANALISIS PENYIMPANGAN TUGAS DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN.
- Kholifah, U., Sabardila, D. A., Kesalahan, A., Bahasa, G., & Media, P. S. (2020). Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram dalam Caption dan Komentar. *Dalam Agustus* (Vol. 15, Nomor 3).
- Lena Satlita. (2004). *Reposisi Peran dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi*.
- Made Rona, N. A. S. A. R. E. (2021). *Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @ortuseight*.
- Nuraini. (2016). *Strategi Public Relations Bank Muamalat Indonesia Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*.
- Ramadan, D. (2022). *Strategi Media Relations Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Sebagai Humas Walikota Jakarta Barat Dalam Pencapaian Publisitas* .
- Ramadani Thoriq. (2022). *The Government Public Relations Handbook - Panduan Praktis Humas Pemerintah*. CV Bintang Semesta Media.
- Ricko, A. J. (2019). *Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)*.

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>

Suhaimi, Yuli Evadiani, & Ivan Radityo Yudistiro. (2023). *INSTAGRAM SEBAGAI NEW MEDIA UNTUK MEMBANGUN PERSONAL BRANDING*.

Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bintang Pustaka Madani.

Penelitian Terdahulu :

Nuraini. (2016). *Strategi Public Relations Bank Muamalat Indonesia Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*.

Elissa Andriyani. (2022). *Strategi Public Relations Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Penyedia Jasa Virtual Wedding Viding.co Melalui Instagram*.

Rusti Nur Anggraini. (2018). *Strategi media sosial instagram akun @polresbantuldiy Dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul*.

Sumber Online :

https://bpsdm.pu.go.id/v2/ppid_detail/15/U01

<https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>

https://www.instagram.com/pupr_bpsdm/



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

S/UBL/FIKOM/0880/VII/24

Pada hari ini, Senin 22 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul : PERAN EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN (STUDI KASUS PADA CHANNEL YOUTUBE MALAYSIA HEALTHCARE - INDONESIA)

Nama : Ananda Prasetyo Hadi

NIM : 2071501601

Dosen Pembimbing : Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Berdasarkan penilaian pada Kemampuan Presentasi dan Menjawab, Penulisan, Isi Materi maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka: 88 huruf: A

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Senin 05 Agustus 2024.

Panitia Penguji:

1. Ketua Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
2. Anggota Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
3. Moderator Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99 E-:0-39,99

**PERAN VIDEO EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
KONTEN PODCAST
(Studi Kasus Podcast pada Channel Youtube Malaysia *Healthcare* –
Indonesia)**

SKRIPSI



Nama : Ananda Prasetyo Hadi
NIM : 2071501601
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2024**

**PERAN VIDEO EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
KONTEN PODCAST
(Studi Kasus Podcast pada Channel Youtube Malaysia *Healthcare* –
Indonesia)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Nama	: Ananda Prasetyo Hadi
NIM	: 2071501601
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: <i>Broadcast Journalism</i>

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Ananda Prasetyo Hadi
Nomor Induk Mahasiswa	: 2071501601
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi	: Strata I
Judul	: PERAN EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN (STUDI KASUS PADA CHANNEL YOUTUBE MALAYSIA HEALTHCARE - INDONESIA)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Senin 22 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua	: Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
Anggota	: Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
Pembimbing	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, khususnya media sosial YouTube yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan kesehatan. Pada saat ini perkembangan teknologi komunikasi banyak memberikan berbagai dampak pada manusia di antaranya perubahan pada perilaku, mulai dari gaya hidup, cara belajar, cara belanja, dan juga metode dalam menuntut ilmu yang juga menggunakan model yang sesuai era saat ini. Peneliti dalam hal ini mengkaji peran editor pada YouTube sebagai objek yang saat ini semakin menjadi media kreatif yang digunakan oleh banyak orang dalam menyampaikan ide melalui kreativitas. Pada penelitian ini peneliti merumuskan masalah bagaimana peran video editor dalam meningkatkan kualitas konten (Studi Kasus Podcast Pada Channel YouTube Malaysia Healthcare–Indonesia). Penelitian ini menggunakan teori peran dari Biddle dan Thomas dan Teori Produksi, dengan paradigma post-positivisme, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik triangulasi data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Podcast Malaysia Healthcare – Indonesia menggunakan jasa pihak ketiga, yaitu sebuah agensi digital marketing bernama Bienti Media, untuk memproduksi tayangan podcast dan memastikan kualitas konten yang dihasilkan sesuai dengan standar yang diinginkan. Peran video editor, creative planner, dan desainer grafis sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas konten. Peranan nyata dan ketegangan peran yang dilakukan oleh video editor, creative planner, dan desainer grafis memungkinkan mereka untuk mengatasi tantangan dan menciptakan konten berkualitas tinggi. Setiap individu harus mampu beradaptasi, berinovasi, dan bekerja sama secara efektif. Kolaborasi yang baik antara ketiganya memungkinkan mereka mengatasi tantangan dan menciptakan konten berkualitas tinggi yang menarik, informatif, dan relevan bagi audiens.

Kata kunci : Podcast, Teori Peran, Video Editor, Youtube

ABSTRACT

The development of information technology is very influential in delivering information to the public, especially YouTube social media which is used to convey health messages. At this time, the development of communication technology has a lot of impact on humans, including changes in behaviour, ranging from lifestyles, ways of learning, ways of shopping, and also methods of studying which also use models that fit the current era. Researchers in this case examine the role of editors on YouTube as an object which is currently increasingly becoming a creative medium used by many people in conveying ideas through creativity. In this study, researchers formulated the problem of how the role of video editors in improving content quality (Podcast Case Study on YouTube Channel Malaysia Healthcare-Indonesia). This research uses the role theory of Biddle and Thomas and Production Theory, with a post-positivism paradigm, the method used is descriptive qualitative method with data triangulation techniques. The results revealed that the Malaysia Healthcare - Indonesia Podcast uses the services of a third party, namely a digital marketing agency called Bienti Media, to produce podcast shows and ensure the quality of the content produced is in accordance with the desired standards. The roles of video editors, creative planners, and graphic designers are crucial in improving the quality and effectiveness of the content. The real-life role and role strain that video editors, creative planners and graphic designers undertake allows them to overcome challenges and create high-quality content. Each individual must be able to adapt, innovate, and work together effectively. Good collaboration between the three allows them to overcome challenges and create high-quality content that is engaging, informative and relevant to the audience.

Keywords : Podcast, Role Theory, Video Editor, Youtube

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGASAKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Pustaka Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi Massa	13
2.2.2 Media Massa.....	13
2.2.3 Media Baru	14
2.2.4 Media Sosial	14
2.2.5 Youtube	14
2.2.6 Peran	15
2.2.7 Video Editor	15
2.2.8 Podcast.....	17
2.2.9 Teori Peran	17

2.2.10 Proses Produksi	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Metode Penelitian.....	20
3.1.2 Paradigma Penelitian	20
3.1.3 Pendekatan Penelitian.....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.2.1. Observasi	23
3.2.2 Wawancara	23
3.2.3 Dokumentasi.....	23
3.3 Teknik Verifikasi Data	24
3.4 Teknik Analisis Data.....	24
3.5 Definisi Konsep.....	25
3.5.1 Peran	25
3.5.2 Video Editor	25
3.5.3 Konten	26
3.5.4 Podcast.....	26
3.5.5 Youtube	27
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.7 Keterbatasan Penelitian	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Malaysia Helathcare – Indonesia.....	29
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	29
4.1.1.2 Logo Malaysia Healthcare	29
4.1.1.3 Visi dan Misi	29
4.1.2 Bienti Media	30
4.1.2.1 Sejarah Perusahaan.....	30
4.1.2.3 Visi dan Misi	31
4.1.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan	31
4.1.3 Identifikasi Program Podcast Bersama Malaysia Healthcare – Indonesia.....	32
4.1.3.1 Waktu Durasi Program.....	32
4.1.4 Profile Informan	32
4.1.4.1 Key Informan	32
4.1.4.2 Informan 1	33

4.1.4.3 Informan 2	33
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Peranan Nyata.....	35
4.2.2 Konflik Peranan.....	36
4.2.3 Model Peranan.....	39
4.2.4 Ketegangan Peranan	44
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Proses Produksi	50
4.3.2 Peranan Nyata sebagai cara untuk Meningkatkan Kualitas Konten Podcast Bersama Malaysia Health Care Indonesia.....	51
4.3.3 Ketegangan Peranan dalam Proses Produksi Konten Podcast Bersama Malaysia HealthCare - Indonesia	57
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Rekomendasi	61
5.2.1 Rekomendasi Teoritis.....	61
5.2.3 Rekomendasi Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	63
BIODATA PENELITI.....	79

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. S. I. K. , M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. @Syakir Media Press.
<https://osf.io/juwxn/download>
- Asrini, D. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar oleh Soerjono Soekanto*.
https://www.academia.edu/9734525/ringkasan_SOSIOLOGI_SUATU_PENGANTAR_oleh_Soerjono_Soekanto
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. In *Jurnal Komunikasi KAREBA* (Vol. 5, Issue 2). <https://www.neliti.com/publications/95475/youtube-sebagai-sarana-komunikasi-bagi-komunitas-makassarvidgram>
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (n.d.). *KOMUNIKASI MASSA*.
https://repository.petra.ac.id/19098/2/Publikasi4_96022_7071.pdf
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kusumastuti, A., & Mustamil, A. K. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LSPP).
- Laila, D. (n.d.). *INOVASI PERANGKAT PEMBELAJARAN MENGGUNAKAN APLIKASI PODCAST*. <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/41213>
- Luik, J., & Pengantar, S. (2020). *MEDIA BARU*.
https://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825.pdf
- Murdiyanto, E. (2020a). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Murdiyanto, E. (2020b). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. <https://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian%20Kualitatif%20-Eko%20mUrdiyanto.pdf>
- Mustafa, G. H. (2020). *PERAN EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS GAMBAR PADA PROGRAM NEWS CERIA SEPEKAN DI CERIA TV PEKANBARU*.
<https://repository.uin-suska.ac.id/33986/>
- Oktav, R., Putra, A., Syarah, M. M., & Santoso, A. B. (n.d.). Peran Editor Dalam Produksi Berita di Channel Nawacita TV. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(3), 2023. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Pujaastawa, I. B. G. (2016). *TEKNIK WAWANCARA DAN OBSERVASI UNTUK PENGUMPULAN BAHAN INFORMASI*.
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>

- Rahardjo, M. M. S. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*.
- Ramdan Sulaeman, A., & Fazri, A. (2020). *Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh* (Vol. 11, Issue 1).
- Sari, I. M. (2022). *SKRIPSI PERAN EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PROGRAM ACARA DI TV PEDULI PAREPARE*. <http://repository.iainpare.ac.id/5067/>
- Soerjono, S., & Sulistyowati Budi. (2015). *Sosisologi Suatu Pengantar*.
- sugiyono. (2010). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., & DN, S. R. (n.d.). *MEDIA KOMUNIKASI 2 DAFTAR ISI*. <http://eprints.upnyk.ac.id/19267/1/buku%20MEdia%20Komunikasi%20Revisi%2018%20Mei%202016.pdf>