



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF**

NOMOR : K/UBL/FKDK/000/016/03/24

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

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

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kualitas bagi mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun tugas akhir, perlu adanya bimbingan yang cermat, terstruktur dan intensif;
- b) Bahwa dalam hubungan itu dipandang perlu mengangkat dosen-dosen yang tepat untuk membimbing mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun Tugas Akhir secara terstruktur;
- Mengingat : 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
- 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
- 3) Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- 4) Akta Yayasan Pendidikan Budi Luhur
- 5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
- 6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
- 7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk Dosen Pembimbing Tugas Akhir bagi mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Semester Genap 2023/2024, yang nama-namanya tercantum pada lampiran surat keputusan ini.
- Kedua : Penentuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir pada Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024 mempunyai jenjang kepangkatan minimal Asisten Ahli (AA). Hal ini berdasarkan Keputusan Senat Fakultas pada tanggal 22 Agustus 2022
- Ketiga : Tugas pokok Dosen Pembimbing Tugas Akhir adalah membimbing dan memberikan saran kepada mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun Tugas Akhir dan persiapan ujian sidang.
- Keempat : Dalam melaksanakan tugasnya Dosen pembimbing Tugas Akhir bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 13 Maret 2024

Dekan

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur

Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024
Nomor : K/UBL/FKDK/000/016/03/24
Program Studi : Ilmu Komunikasi

No	NAMA
1.	Dr. Afrina Sari, M.Si
2.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
3.	Dr. Ahmad Toni, M.I.Kom
4.	Amin Aminudin, S.Kom.I., M.I.Kom
5.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom
6.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos., MM
7.	Arbi Cristional Lokananta, M.I.Kom
8.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom., M.Sn
9.	Arif Nur Hidayat, M.I.Kom
10.	Artyasto Jatisidi, M.I.Kom
11.	Dr. Bambang Pujiyono, S.Sos.,MM.,M.Si
12.	Benny Muhdaliha, M.Sn
13.	Denik Iswardani Witarti, P.hD
14.	Dini Maryani Sunarya, M.Si
15.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom
16.	Dr. Dudi Iskandar, M.I.Kom
17.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
18.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
19.	Elizabeth, S.E, M.M
20.	Geri Suratno, M.I.Kom
21.	Harningsih, M.I.Kom
22.	Haronas Kutanto, M.I.Kom
23.	Dr. I.G.P. Wiranegara, M.Sn
24.	Dr. Indah Suryawati, M.Si
25.	Jeanie Annissa, S.I.P., M.Si
26.	Laksmi Rachmaria, M.I.Kom
27.	Liza Dwi Ratna Dewi, M.Si
28.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si
29.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K
30.	Muhammad Iqbal Naufal, M.I.Kom
31.	Mulyati, M.I.Kom
32.	Dr. Nawiroh Vera, M.Si
33.	Nexen Alexandre Pinontoan, M.I.Kom
34.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, M.Si
35.	Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
36.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
37.	Rahajeng Puspitosari, M.I.Kom
38.	Rifqi Muflih, M.Si
39.	Rini Lestari, M.I.Kom
40.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
41.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si
42.	Sangga Arta Witama, M.I.Kom
43.	Shinta Kristanty, M.Si
44.	Sinta Dwi Utami, M.I.Kom
45.	Sukma Alam, M.I.Kom
46.	Suwarno, M.I.Kom
47.	Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si
48.	Wenny Maya Arlena, M.Si
49.	Zakaria Satrio Darmawan, M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 13 Maret 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

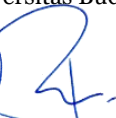
Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024
Nomor : K/UBL/FKDK/000/016/03/24
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

No	NAMA
1.	Archita Desia Logiana, S.Ds., MM
2.	Dr. Arief Ruslan, M.Sn
3.	Artyasto Jatisidi, M.I.Kom
4.	Benny Muhdaliha, M.Sn
5.	Dr. I.G.P. Wiranegara, M.Sn
6.	Nexen Alexandre Pinontoan, M.I.Kom
7.	Ricky Widyandanda Putra, M.Sn
8.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si
9.	Yori Pusparani, M.Ds

Ditetapkan di : Jakarta
Pad Pada Tanggal : 13 Maret 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur




Rocky Prasetyo Jati

**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 MEMPERTAHAKAN
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/

