

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2016. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Burns, Kelli S. 2017. *Social Media : A Reference Handbook*. California: ABC-CLIO Publishing
- Buterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2022. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2021. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Eriyanto. 2021. *Analisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2021. *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morrison. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli. 2020. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2021. *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2018. *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial*. Jawa Timur: Intrans Publishing.

- Puji Leksono, Sugeng. 2015. *“Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang: Intrans Publishing.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadani, Thoriq. 2022. *The Government Public Relations Handbook: Panduan Praktis Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Penerbit Bintang Madani
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2017. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Winarno, Sugeng, dkk. 2017. *Turn Back Hoax: Tantangan Literasi Media Digital*. Jawa Timur: Buku Litera dan Aspikom Korwil.

B. Jurnal

- Alfansyur dkk. 2020. *Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah. Vol.5 (2). Universitas Sriwijaya.
- Hermawan, Elpa. 2020. *Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Membangun Media Relations*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.5 (2). Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.
- Kartikawati, Dwi, dkk. 2018. *Communication Strategies for Inculcating Multicultural Values in Inclusive Elementary Schools in Yogyakarta and Bandung*, Journal of Education and Social Sciences. Vol. 10 (3).

- Leliana, Intan dan Vanessa A. 2019. *Strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam Menginformasi Layanan Publik Melalui Youtube*. Jurnal Ilmu Komunikasi (JIKA). Vol. 6 (2). Universitas Bina Sarana Informatika.
- Lestari, Dian dan Menati Fajar Rizki. 2019. *Strategi Media Relations Humas Kementerian Sosial Republik Indonesia Pada Program Prioritas*. Avant Garde. Vol. 7 (2). Universitas Negeri Jakarta.
- Multaza, dkk. 2021. *Strategi Komunikasi Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Dalam Menyosialisasikan Program Lambe Hoaks*. Jurnal Cyber PR. Vol.1 (1). Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).
- Mahfuzhah, H dan Anshari. 2018. *Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 2 (2). Universitas Nurul Jadid.
- Pakpahan, Eryck SB. 2017. *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen You-C 1000 Vitamin CDI Kota Pekanbaru*. JOMFekon, Vol. 4 (1). Universitas Riau.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalanga Remaja*. Jurnal Communication VIII, (1). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
- Sekar, Dinda dan Nuraeni, R. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common, Vol 3 (1). Universitas Telkom.
- Sari, Meutia Puspita. 2017. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. JOM FISIP. Vol. 4 (2). Universitas Riau.
- Serman, Zehra E & Sims, Julian. 2022. *Source Credibility Theory: SME Hospitality Sector Blog Posting During the Covid-19 Pandemic*. Information Systems Frontiers.
- Utari, Monica. 2017. *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princesssyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. JOM FISIP, Vol.4 (2). Universitas Riau

Winoto, Yunus. 2015. *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian – Penelitian Layanan Perpustakaan*. Jurnal Edulib, Vol.5 (2). Universitas Pendidikan Indonesia

C. Skripsi

Adiansyah, Muh. Resky. 2021. Pengaruh Kredibilitas Penyiar Radio Madama Pada Instagram Story @Madamaradio Terhadap Loyalitas Pendengar (Studi Pada Followers Radio Madama Makassar). Skripsi. Makassar : Universitas Hasanuddin.

Utami, Nursyarifach Farchani. 2022. Strategi Humas Kementerian Agama Kantor Wilayah Kota Cirebon dalam Sosialisasi Kebijakan Pemerintah terkait Peribadatan di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Jakarta.

Sabrina, Alya N. 2019. Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Langkat. Universitas Sumatera Utara. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara

D. Website

Apjii.or.id. Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022, <https://apjii.or.id/survei>

Bachtiar S. Bachri. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif, <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>

DataIndonesia. Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>

KBBI <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/publikasi>

Kemhanri. Instagram, <https://www.instagram.com/kemhanri/>

Kemhan, sejarah, <https://www.kemhan.go.id/sejarah>

Kemhan, Visi- Misi <https://www.kemhan.go.id/visi-dan-misi>

Kemhan, DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alutsista?,
[DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alutsista? | merdeka.com](https://www.merdeka.com)

Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah,
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/132871/permen-pan-rb-no-30-tahun-2011>

Permenhan No. 14 Tahun 2019 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian
Pertahanan, <https://www.kemhan.go.id/puslapbinkuhan/wp-content/uploads/2019/06/Permenhan-no-14-tahun-2019.pdf>

Wamenhan pada Raker RKA Kemhan : Komunikasikan dan Carikan Solusi di
Setiap Permasalahan. <https://www.kemhan.go.id/2022/09/06/wamenhan-pada-raker-rka-kemhan-komunikasikan-dan-carikan-solusi-di-setiap-permasalahan.html>





LAMPIRAN

KODING INFORMAN

DESKRIPSI KODING KEY INFORMAN

Narasumber : Mutiara Silaen, S.Ikom, M. AP (Perempuan)

Jabatan : Kassubag Opini Media Internet

Lokasi : Jalan Medan Merdeka Barat No. 13-14, Jakarta Pusat, 11110

Waktu : Jum'at, 16 Desember 2022, Pukul 11.00 – 11.50

Interviewer : Adis Aprilia Cahya Utami

P : Pewawancara

N : Narasumber

KODE	TRANSKRIP
Strategi Humas dalam <i>Fact Finding</i>	
P	Media sosial apa saja yang dimiliki oleh Kementerian Pertahanan?
N	Media sosial yang kita gunakan itu ada beberapa, diantaranya ada Facebook page fanpage, lalu ada Twitter terus ada Youtube, Tiktok tapi belum resmi dan juga Instagram sebagai alat penyebaran informasi yang kita punya.
P	Dalam Publikasi tentunya memiliki tahapan – tahapan sehingga konten dapat segera di unggah, Apa saja tahapan yang dilaksanakan oleh Kemhan dalam mempublikasi kegiatan pemerintah?
N	Jadi setiap konten yang kita posting itu sampai tingkat Karo dalam hal persetujuannya terutama untuk Eselon I atau nggak untuk pejabat terasnya

	<p>kayak Menhan, Wamenhan, Sekjen dan Irjen itu punya lagi asisten khusus jadi selain dari Karo nanti ada assistant yang khusus lagi yang akan mengoreksi, menambahkan atau apapun yang memilih jadi prosesnya cukup panjang karena ada beberapa tingkat untuk ACC ya jadi semua konten yang sudah dinaikkan itu semua udah ACC dari tiap asisten-asisten dari pejabat tersebut. Sehingga dalam penyebarannya sudah memakan waktu yang panjang sehingga hal tersebut membuat kita dapat lebih berhati – hati dalam menyebarkan informasi yang mungkin saja mendapatkan respon yang beragam dari masyarakat.</p>
<p>P</p>	<p>Apakah keunggulan dari media sosial dalam membantu humas Kemhan menjalankan peranan dalam mempublikasikan kegiatan kepada masyarakat melalui media sosial Instagram?</p>
<p>N</p>	<p>Keunggulan media sosial dalam membantu Humas Kemhan adalah karena merupakan tools yang paling praktis dalam mempublikasikan kegiatan dan informasi mengenai Kemhan serta dapat menjalin komunikasi langsung dengan para followers. Selain itu juga meningkatkan kreatifitas personel Kemhan pada umumnya dan Personel Birohumas pada khususnya, dalam hal penyampaian informasi kepada publik. Jadi jika kita mengemas penyampaian informasi tersebut dengan tepat dan relevan kepada followers medsos Kemhan, maka akan semakin memperoleh publisitas dengan cakupan dan jangkauan yang lebih luas.</p>

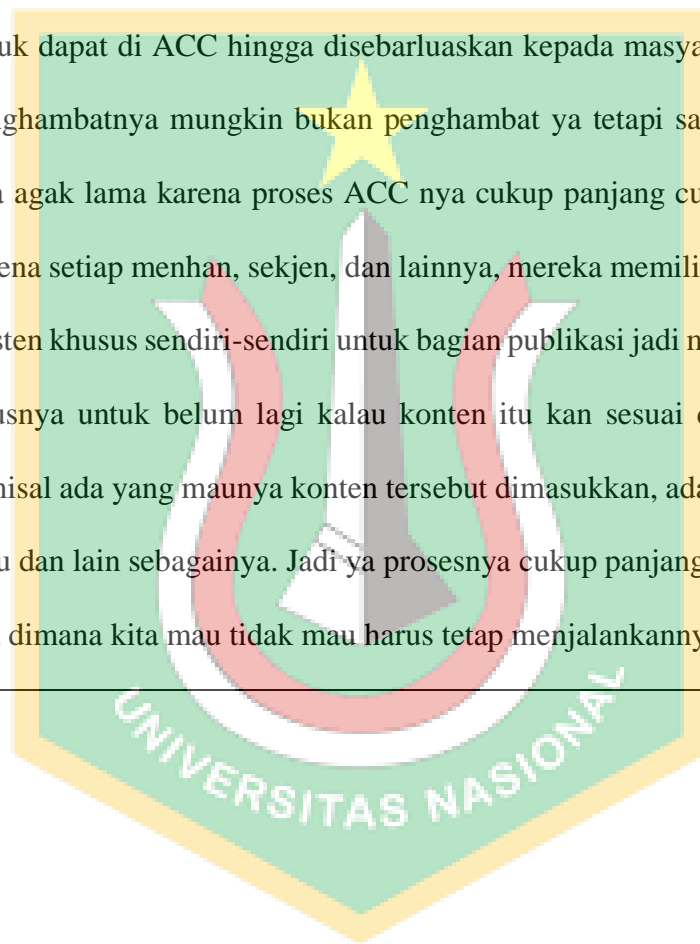
P	Dari kegiatan publikasi, Apa saja tujuan yang didapatkan oleh Kemhan?
N	Sebenarnya tujuannya untuk menaikkan citra positif ya dan juga menaikkan citra positif Kemhan di mata publik atau nggak di mata <i>follower</i> kita, tentunya menginformasikan mengenai program-program Kemhan terutama program-program yang sifatnya nasional supaya ada untuk aktualisasi ke followers
Strategi Humas dalam Planning	
P	Bagaimana cara yang dilakukan oleh Humas Kemhan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat?
N	Khusus untuk medsosnya itu salah satunya ada dari sebelum start itu kita udah persiapan salah satunya ke event-event besar salah satunya Indo Defence yang sebelum start kita sudah mulai membuat content plannya ada persiapan template dari semuanya bikin ide-idenya semua itu sudah disiapkan, Nah karena aplikasi yang kita gunakan salah satunya Instagram, dari hal tersebut membuat kita melihat bagaimana cara supaya engagementnya bagus, reachnya juga bagus jadi kita sesuaikan dengan template-template yang menarik, anak muda dan khalayak lainnya supaya direach sama jangkauannya
P	Apakah Humas Kemhan sendiri memiliki sasaran ataupun segmentasi sendiri dalam kegiatan publikasi melalui media sosial Instagram?

N	<p>Sebenarnya bukan sasaran orangnya seperti apa, kita melihat dari followers, dimana kita membuat konten bernarasi ajakan kenegaraan, bela negara ataupun sesuatu konten yang menyemangati maupun memotivasi itu biasanya gede engagementnya atau nggak reachnya besar likesnya pasti besar, tetapi mungkin sesuatu yang administrative seperti rapat dan sebagainya memang menurun jadinya kalau memang karena terlalu serius ya jadi kita imbangi dengan sesuatu kayak quotes-quotes yang memang yang bisa kita ambil sebagai bagian untuk memotivasi atau nggak yang sesuatu yang berbeda jadinya mengimbangi antara yang giat (kegiatan) resmi sama yang quotes-quotes yang mungkin lebih relate dan lebih ringan</p>
<p>Strategi Humas dalam <i>Communication</i></p>	
P	<p>Apabila terjadi krisis informasi, Apa saja yang dilakukan oleh Humas Kemhan dalam melakukan strategi?</p>
N	<p>Kalau krisis komunikasi itu sampai saat ini mungkin dengan prelease atau <i>press release</i> itu masuknya ke web jadi secara resmi secara yang mungkin jadi kita kan punya segmentasi pembaca ya dalam artian kalau medsos itu lebih ke <i>end user</i> dan sebagainya kalau web itu lebih kepada pers dan sebagainya jadi untuk segmentasi yang resmi yang harus mengeluarkan <i>press release</i> atau konten opini itu lebih kepada web.</p>
P	<p>Untuk memudahkan masyarakat dalam mencari informasi mengenai Kementerian Pertahanan, Apakah ada tagas khusus yang digunakan ?</p>

N	Ada biasanya kita pakai itu Kemhan, hashtag Kemhan dan hashtag Kemhan RI berikut dengan hashtag setiap satker yang kita posting dan juga hashtag kegiatan tersebut kayak misalkan Indon Defence #IndoDefence2022 atau nggak ADMM2023 atau nggak G20 kemarin G20Indonesia dan sebagainya, banyak, jadi sesuai dengan momennya saja.
P	Pada kegiatan publikasi, seperti apa saja informasi yang menjadi prioritas utama yang diunggah bu?
N	Biasanya udah pasti menteri pertahanan itu sudah pasti menteri pertahanan, sekjen Kemhan dan momenham, kegiatan utamanya sudah pasti tapi ditambah juga dengan kegiatan satuan kerja yang lain
P	Apakah Kemhan pernah melakukan sesi tanya jawab melalui media sosial Instagram dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan dari masyarakat? Ataukah ada forum tersendiri?
N	Sampai saat ini, Medsos Kemhan hanya melayani pertanyaan melalui DM. Tetapi biasanya jika ada event besar seperti CPNS atau event besar lainnya, Humas Kemhan akan membuat konten untuk most frequently asked question dengan data dan informasi valid langsung ke nara sumber satker yang berkaitan.
Strategi Humas dalam <i>Evaluation</i>	
P	Dalam kegiatan publikasi pasti ada yang namanya evaluasi, Kapan saja kegiatan evaluasi dilaksanakan? Dan juga pihak siapa saja yang terkait dalam kegiatan evaluasi tersebut?

N	<p>Evaluasi itu biasanya dilakukan perbulan dengan tim mitra eksternal dan tim internal, belum lagi tim yang pejabat masing-masing seperti dari sekjen, menhan dan lainnya, jadi itu biasanya lakukan perbulan. Jadi kita biasanya melaksanakan evaluasi dilihat dari kontennya, walaupun tidak menimbulkan polemik tapi kayaknya kurang ada yang kurang atau nggak wah dari segi engagementnya. itu yang biasanya kita bicarakan, yang kita evaluasi tiap bulannya atau nggak ya memang kayaknya messagenya kurang sampai deh dari postingan yang ini, mungkin itu yang bisa diperbaiki untuk kedepannya</p>
P	<p>Apa saja yang Humas Kemhan harapkan dalam kegiatan publikasi ini?</p>
N	<p>Yang kita harapkan sih sebenarnya semua program kegiatan tujuan visi dan misi Kemhannya bisa tersampaikan secara 100% ya sebenarnya cuma ya kita terus memperbaiki diri sih setiap tahunnya kalau memang makin ke sini makin bagus tahun depan harus lebih bagus lagi, yang pasti apapun yang Kemhan program Kemhan bisa tersebar secara berlapis-lapis masyarakatlah sesuai dengan followernya maksudnya walau misalnya dia bukan followers kita tapi dia bisa melihat kan juga informasinya buat dia juga walaupun bukan follower kita <i>that's why</i> kenapa kalau medsos itu penting <i>reach</i> sama <i>engagement</i> yang tinggi itu supaya walaupun tidak <i>followers</i> tapi <i>at least</i> mereka bisa terinformasikan.</p>
P	<p>Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi yang dibangun dalam kegiatan publikasi ini bu?</p>

N	<p>Untuk faktor pendukung lebih kepada respon yang kita terima dari masyarakat mengenai informasi yang kita posting melalui media sosial sendiri, kita lebih melihat bagaimana respon yang diberikan oleh masyarakat. Dan juga mungkin kepada staff yang membantu dalam proses penyuntingan pada <i>visual, caption, editing</i> sehingga kita bisa segera melakukan proses untuk dapat di ACC hingga disebarluaskan kepada masyarakat. Lalu untuk penghambatnya mungkin bukan penghambat ya tetapi salah satu mungkin kita agak lama karena proses ACC nya cukup panjang cukup banyak terus karena setiap menhan, sekjen, dan lainnya, mereka memiliki masing-masing asisten khusus sendiri-sendiri untuk bagian publikasi jadi makin panjang lagi terusnya untuk belum lagi kalau konten itu kan sesuai dengan selera ya, semisal ada yang maunya konten tersebut dimasukkan, ada juga yang nggak mau dan lain sebagainya. Jadi ya prosesnya cukup panjang sesuai SOP yang ada dimana kita mau tidak mau harus tetap menjalankannya</p>
---	---



DESKRIPSI KODING KEY INFORMAN 1

Narasumber : Ir. Susanto, M.Si (Laki - Laki)

Jabatan : Kassubag Pembentukan Opini

Lokasi : Jalan Medan Merdeka Barat No. 13-14, Jakarta Pusat, 11110

Waktu : Kamis, 22 Desember 2022, Pukul 13.30 – 14.20

Interviewer : Adis Aprilia Cahya Utami

P : Pewawancara

N : Narasumber

KODE	TRANSKRIP
Strategi Humas dalam <i>Fact Finding</i>	
P	<p>Dalam Publikasi tentunya memiliki tahapan – tahapan sehingga konten dapat segera di unggah, Apa saja tahapan yang dilaksanakan oleh Kemhan dalam mempublikasi kegiatan pemerintah?</p>
N	<p>Mekanisme tentunya kita pertama kita membuat <i>content plan</i>, <i>content plan</i> itu perencanaan untuk tayangan media sosial seminggu sebelumnya jadi kita sudah buat <i>content plan</i> nah <i>content plan</i> itu <i>basicnya</i> didasari oleh isu-isu yang lagi nge-trend terkait dengan program Kementerian Pertahanan, itu kita buat <i>content plan</i> selama seminggu. Nah, setelah <i>content plan</i> itu selama seminggu ini dinamikanya sangat tinggi tentunya <i>content plan</i> itu tidak 100% bisa masuk di dalam media sosial karena tentunya kita harus mengikuti dinamika kegiatan yang di depan, nah menteri itu kan kegiatannya dinamikanya tinggi makanya antara <i>content plan</i> dan kegiatan depan harus bersinergi, dengan semakin tingginya dinamika tentunya</p>

	<p>variasi daripada kontennya itu tentunya semakin banyak. Dari <i>content plan</i> itu tentunya kita mempunyai tim, tim kreatif yang terdiri dari internal kita untuk membuat konten-konten yang sesuai dengan isu strategis, konten itu bisa berupa memes, bisa berupa <i>flyer</i> kemudian audio visual, video-video pendek gitu kan nah itu tergantung daripada konten yang akan kita posting, memang ada beberapa kriteria atau <i>guidance</i> yang membatasi kita, jadi tidak serta merta konten yang kita posting itu adalah konten-konten yang mungkin dalam tanda kutip disukai oleh kaum millennial karena kita mempunyai pakem bahwa narasi yang kita bangun itu ya memang narasi official, tetapi tentunya kita sesekali membuat konten berupa informasi ringan dan juga template yang menarik sehingga khalayak dapat menyukainya.</p>
P	<p>Dari kegiatan publikasi, Apa saja tujuan yang didapatkan oleh Kemhan?</p>
N	<p>Tentunya kalau jangka pendek itu yang utama adalah bagaimana konten-konten itu bisa terpublikasi dengan response time yang kecil, itu jangka pendek. Jangka panjangnya, tentu dari konten-konten itu kita berharap supaya konten itu mempunyai outcome yang dimana hasilnya dapat dikenal masyarakat dan juga engagement di media sosial terutama Instagram dapat meningkat</p>
<p>Strategi Humas dalam Planning</p>	

P	Dalam mempublikasikan kegiatan melalui media sosial, Bagaimana cara Humas Kemhan dalam mengemas informasi agar khalayak dapat memahami informasi yang ada?
N	Tentunya sekarang ini Humas dalam lembaga pemerintah dituntut untuk tetap mengikuti perkembangan zaman dimana informasi yang disampaikan lebih kekinian, tetapi karena kita memiliki <i>guidance</i> yaitu narasi official yang mungkin orang akan anggap itu <i>flat</i> saja. Maka dari itu kita membuat konten resmi namun dengan template yang dapat menarik perhatian tanpa mengubah informasi yang ada. Kamu tahu istilah <i>Straight below</i> ?
P	Mengikuti program yang ada?
N	Jadi kementerian pertahanan itu mau tidak mau suka tidak suka dia harus mempublikasikan programnya, itu tuntutan, tuntutan undang-undang itu, nah, <i>straight below</i> itu publikasi yang dilakukan lewat media yang kita punya.
P	Bagaimana agar unggahan yang akan diposting dapat terbit dengan cepat pak?
N	Maka perlu ada yang namanya <i>response time</i> yang memungkinkan kita dapat tepat waktu dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Sebisa mungkin pesan yang kita berikan merupakan informasi yang memang baru saja terjadi.
P	Siapa saja pak pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan pada saat kegiatan publikasi berlangsung?

N	<p>Kita berjenjang mulai dari bawah sampai atas jadi bukan <i>top-down, bottom-up</i>, jadi dari bawah ke atas tentunya dari bawah itu dapur, dapur itu yang mengolah semacam ini koreksi, pernah juga konten Ketika sudah diposting salah, nah itu kan, salah itu, itu manusiawi oleh karena itu prosedur koreksi itu ditingkatkan harus sangat intens Jadi dari dapur kita olah tim ini kemudian naik ke kabag nah kabag ini kan ada group Humas kemudian dishare kedalam sana, kita percaya bahwa dengan semakin banyak orang yang mengoreksi itu ketelitiannya akan kendalanya adalah memakan waktu, Maka sangat penting memiliki <i>response time</i> yang baik agar postingan yang diunggah dapat bersifat real time.</p>
<p>Strategi Humas dalam <i>Communication</i></p>	
P	<p>Apabila terjadi krisis informasi, Apa saja yang dilakukan oleh Humas Kemhan dalam melakukan strategi?</p>
N	<p>Ada beberapa memang konten-konten yang ketika itu diposting itu mendapat respon yang sangat besar, konten yang sering mendapatkan pro kontra misalnya ya masalah komponen cadangan, kemudian kemarin penganugerahan pangkat letkol kolonel tituler Dedy Corbuzier itu konten-konten yang ketika itu kita posting akan memberikan respon sangat signifikan oleh masyarakat. Maka yang perlu dilakukan adalah dengan membuat konten ataupun artikel mengenai infografis seperti masalah yang sedang dibahas.</p>

P	Apakah peranan humas dalam menyebarkan informasi di media sosial sudah berjalan dengan semestinya?
N	Saya rasa sudah berjalan ya, dimana kita juga selalu mengupdate kegiatan – kegiatan yang sedang maupun sudah terjadi. karena itu kadang-kadang kalau kegiatan kementerian itu padat itu bisa sehari sampai 4 sampai 5 konten sehari tapi rutinitas minimal kalau kita buat rata-rata itu minimal 1 konten sehari.
Strategi Humas dalam <i>Evaluation</i>	
P	Kapan saja kegiatan evaluasi dilaksanakan dalam melihat proses kegiatan publikasi ?
N	Evaluasi tentunya dilakukan per bulan <i>every month</i> , itu kita mengadakan rapat, evaluasi itu rapat baik tim kreatif, desain, kemudian dipimpin oleh kabag itu dilakukan per bulan. Apa saja yang perlu disampaikan di dalam rapat itu? Tentunya kalau ada kendala kita atasi kalau ada hambatan kita cari solusinya kalau yang sudah baik kita tingkatkan gitu, nah tapi kadang-kadang kalau kita bekerja itu kan kalau tentara itu kan motonya cepat, nah kadang-kadang cepat ini juga membawa resiko jadi cepat tapi tidak teliti oleh karena itu di dalam evaluasi itu selalu kita tekankan selalu kita sampaikan bahwa ketelitian itu harus selalu ditingkatkan tetap itu jangan memakan waktu tanpa mengurangi ketelitian atau keakuratan daripada konten yang akan dipublish.

P	Bagaimana cara melihat atau mengukur tingkat efektifitas keberhasilan publikasi kegiatan melalui media sosial Instagram?
N	<p>Nah itu tentunya diukur lewat ini ya ada grafik, kita melihat kontennya selama setahun itu apakah datanya naik atau turun gitu terkait dengan kuantitas konten. Kemudian kedua, dilihat juga data setahun itu jumlah netizen naik atau tidak grafiknya, kalau selama ini yang saya lihat itu kelihatannya kalau netizen meskipun kenaikannya tidak signifikan sehari itu pasti ada kenaikan, kalau netizen itu sudah angkanya followernya itu sudah ratusan ribu tentunya kenaikan 5-10 itu kan nggak kelihatan tetapi kan tetap adanya kenaikan, tetapi untuk follower yang ada di kementerian pertahanan official itu tidak ada yang anonim artinya itu <i>real</i>, nggak ada buzzer. Terus kemudian evaluasi-evaluasi itu yang tentunya kita juga ini sering juga belajar masalah kadang-kadang melihat kita menengok tetangga sebelah itu kementerian kominfo kementerian polkam juga KSP Presiden itu mereka kan juga tidak melulu memposting konten-konten yang terkait dengan official, ada konten-konten ringan misalnya kuis, kartun, nah itu kita lihat kemudian kita diskusikan kalau itu kita mampu buat ya kita buat dalam rangka untuk membuat konten yang bervariasi.</p>

DESKRIPSI KODING INFORMAN 2

Narasumber : Eviyani (Perempuan)

Jabatan : Karyawan Swasta

Lokasi : -

Waktu : Sabtu, 17 Juni 2023 pukul 15.30 – 15.45

Interviewer : Adis Aprilia Cahya Utami

P : Pewawancara

N : Narasumber

KODE	TRANSKRIP
P	Bagaimana menurut Ibu sebagai masyarakat pengikut media sosial Instagram KemhanRI mengenai penyampaian dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh humas Kemhan?
N	Informasi yang diberikan oleh humas kemhan sangat informatif karena selalu memberikan update kegiatan yang dilakukan oleh kementerian pertahanan dan memberikan gambaran kekuatan pertahanan yang telah dimiliki oleh Indonesia.
P	Menurut penglihatan dan pandangan Ibu, apakah Humas KemhanRI itu sudah melaksanakan kegiatan membangun dan menjaga hubungan dengan masyarakatnya di media sosial Instagram?
N	Dari yang saya lihat, mungkin memang tidak dengan cara menjawab komentar dari comment – comment yang ada tiap postingannya. Tapi

	dengan mereka upload semuanya kegiatannya menurut saya sudah membangun hubungan dengan masyarakat ya karena memang rajin upload kegiatan.
P	Apakah Ibu merasa terbantu dengan pemberian dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh humas?
N	Saya sudah merasa terbantu, sebagai seorang pekerja yang tidak banyak memiliki waktu untuk melihat berita sih membuat saya jadi mengetahui kegiatan kegiatan pemerintahan walaupun memang tidak begitu mengerti tetapi kita juga harus tetap mengetahui informasi yang ada sih.



DESKRIPSI KODING INFORMAN 3

Narasumber : Eunike Millenia

Jabatan : Mahasiswi

Lokasi : Jalan Kebagusan III No.36, Kebagusan. Ps.Minggu. 12520

Waktu : Kamis, 18 Mei 2022, Pukul 16.30 – 17.00

Interviewer : Adis Aprilia Cahya Utami

P : Pewawancara

N : Narasumber

KODE	TRANSKRIP
P	Bagaimana menurut kakak sebagai masyarakat pengikut media sosial Instagram KemhanRI mengenai penyampaian dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Kemhan?
N	Menurut saya pribadi, informasi yang diupload mengenai kegiatan ataupun perihal yg menyangkut kemhan sudah disampaikan dengan baik. Mereka juga rajin meng-upload atau me-repost foto maupun video yang diunggah Kembali ke bagian Instagram stories.
P	Menurut penglihatan dan pandangan kakak, apakah Humas KemhanRI sudah melaksanakan kegiatan membangun dan menjaga hubungan dengan masyarakatnya di media sosial Instagram?
N	Menurut ku sudah ya, karna bisa dilihat dengan konsisten pihak humas yang selalu mengupload informasi tentang kemhan lewat sosial media

	instagram. Itu salah satu tindakan yang membangun dan berkomunikasi dengan masyarakat sih menurut ku.
P	Apakah kakak merasa terbantu dengan pemberian dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh humas?
N	Sangat terbantu, karna daripada kita cari tau lewat website bodong ataupun akun - akun yang bukan official kan takutnya hoax ya, jadinya akun ini sangat membantu dri adanya hoax karna ini juga akun official dari kemhan. Jadi ya meminimalisir berita hoax karena sudah terjamin informasinya.



LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA



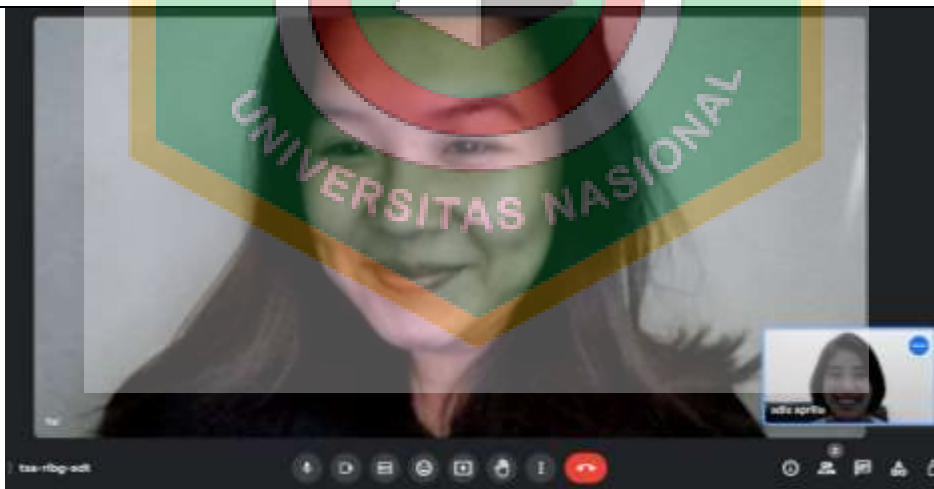
Wawancara bersama Key Informan Ibu Mutiara Silaen selaku
Kasubbag Opini Media Internet



Wawancara bersama Informan 1 Bapak Susanto selaku Kassubag Pembentukan Opini



Wawancara bersama ibu Eviyani selaku pengikut media sosial Instagram @Kemhanri



Wawancara bersama Eunike Millenia selaku pengikut media sosial Instagram @Kemhanri

LAMPIRAN SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manilla No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 <http://www.unas.ac.id>, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /JK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Dr. Dwi Kartikawati, M.Si

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Adis Aprilia Cahya Utami
NPM : 193516516124
Konsentrasi : Public Relations
Judul Proposal Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SEKRETARIAT
JENDERAL KEMENTERIAN PERTAHANAN
DALAM MEMPUBLIKASIKAN KEGIATAN
Pemerintahan melalui Media Sosial
INSTAGRAM @KEMHANRI

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak-Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

Dr. Dwi Kartikawati, M.Si

* coret yang tidak perlu



Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SI- Ilmu Politik, SI- Hubungan Internasional, SI- Ilmu Administrasi Negara,
SI- Sosiologi, dan SI- Ilmu Komunikasi

II, Dewa Maulana Th- 81 Pejaya, Pusat Mangga, Jakarta 12520 Telp: (021) 76813387, 7684700 (Hunting) Fax: 7682718, 7682719

P.O. Box 4741 Jakarta 12007 Rincipage: <http://www.unas.ac.id> Email: info@unas.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516124
Nama : ADIS APRILIA CAHYA UTAMI
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 October, 2022	assalamualaikum, selamat siang bu dwi, mohon maaf mengganggu waktunya, berikut adalah lampiran hasil proposal skripsi yang telah saya buat, mohon koreksinya bu, terimakasih, wassalamualaikum.	Sudah Ditanggapi
11 October, 2022	selamat siang bu dwi, berikut adalah hasil revisi ke-2 dan penelitan yang telah saya lakukan, terimakasih bu	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 December, 2022	selamat pagi bu dwi, berikut adalah revisi yang sudah saya lakukan minggu ini, terimakasih bu	Sudah Ditanggapi
11 January, 2023	selamat pagi bu dwi, saya izin bertanya mengenai bab 4, untuk hasil penelitian itu kan diambil dari teori konsep yang saya ambil kan ya bu? saya baru musikan yang perencanaan terlebih dahulu, apakah seperti ini bu? terimakasih bu	Sudah Ditanggapi
29 May, 2023	selamat malam bu dwi, saya adis aprilia cahya utami npm 193516516124, berikut adalah revisi yang sudah saya kerjakan, terimakasih bu	Sudah Ditanggapi
4 July, 2023	selamat malam bu dwi, saya adis aprilia cahya utami npm 193516516124 izin bu, saya ingin memberikan panduan wawancara yang telah saya buat, terimakasih bu	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
5 July, 2023	<p>selamat malam bu dwi,</p> <p>saya adis aprilia cahya utami nptn 193516516124</p> <p>izin bu, saya ingin memberikan revisi penelitian saya. mohon koreksinya bu. terimakasih bu dwi</p>	Sudah Ditanggapi
11 July, 2023	<p>selamat siang bu dwi,</p> <p>saya adis aprilia cahya utami nptn 193516516124</p> <p>izin bu, saya ingin memberikan revisi penelitian saya. mohon koreksinya bu. terimakasih bu dwi</p>	Sudah Ditanggapi
12 July, 2023	<p>selamat siang bu dwi,</p> <p>saya adis aprilia cahya utami nptn 193516516124</p> <p>izin bu, saya ingin memberikan revisi penelitian saya. saya sudah tambahkan mengenai alur proses persetujuan konten, perbaikan bagan di hasil penelitian teori kredibilitas beserta bukti tweet dan juga alur strategi humasnya bu. mohon koreksinya bu. terimakasih bu dwi</p>	Sudah Ditanggapi
21 July, 2023		Sudah Ditanggapi
26 July, 2023	<p>selamat pagi bu dwi,</p> <p>saya adis aprilia cahya utami nptn 193516516124</p> <p>mohon maaf bu dwi kalau konsultasinya tiba-tiba kosong, sepertinya karena file terlalu besar. saya izin mengunggah ulang hasil turutin yang telah saya unggah ke kampus. terimakasih bu dwi</p>	Sudah Ditanggapi

LAMPIRAN SURAT PERMOHONAN PENELITIAN

	UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TERAKREDITASI BAN-PT Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp. (021) 79737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719 Homepage : http://www.unas.ac.id Email : info@unas.ac.id
	Jakarta, 2 Desember 2022
Nomer	: 970/WD/XII/2022
Lampiran	: -
Perihal	: Permohonan Penelitian dan Informasi data
Kepada Yth :	Biro Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan RI Di Tempat
Dengan hormat,	
Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa dibawah ini:	
Nama	: Adis Aprilia Cahya Utami
Nomor Pokok	: 193516516124
Semester	: 7 (Tujuh) / Ganjil
Prodi/Konsentrasi	: Ilmu Komunikasi
Alamat	: Jl. Kebagusan III No. 38A RT.03 RW 05 Jakarta Selatan
Nomor Hp	: 0818 0850 3609
Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dan informasi data dalam rangka penyusunan proposal skripsi dengan judul <i>Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram @Kemhanri</i> dengan dosen pembimbing penanggung jawab penelitian Dr. Dwi Kartikawati, M.Si.	
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapsk/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.	
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.	
	 Wakil Dekan,  Bhakti Nur Avianto, M.Si
Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi	

LAMPIRAN SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA

**SEKRETARIAT JENDERAL KEMHAN RI
BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT**

Nomor : B/ 173 /VII/2023/Rohumas Jakarta, 5 Juli 2023
Klasifikasi : Biasa
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian dan Informasi Data Kepada

Yth. Wakil Dekan Universitas Nasional Jakarta
di
Jakarta

- Yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama : Drs. Susilo Wardoyo, M.Si
Pangkat/NRP : Kolonel Inf/1920008000669
Jabatan : Kabag Hubungan Kemitraan
Kesatuan : Kementerian Pertahanan RI
- Dengan ini menerangkan bahwa :
Nama : Adis Aprilia Cahya Utami
NIM : 193516516124
Universitas : Universitas Nasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
- Telah melaksanakan pengambilan data dengan melakukan wawancara untuk penelitian di Biro Humas Setjen Kemhan sejak tanggal 16 Desember 2022 s.d 22 Desember 2022 untuk keperluan Penulisan Skripsi dengan Judul "Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan melalui Media Sosial Instagram @KemhanRI"
- Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

a.n. Kepala Biro Hubungan Masyarakat
Kabag Hubungan Kemitraan,

Susilo Wardoyo
Kolonel Inf NRP.1920008000669

UNIVERSITAS NASIONAL

Tembusan:
- Karo Humas Setjen Kemhan.

LAMPIRAN TURNITIN

tahap 1

ORIGINALITY REPORT



LAMPIRAN SKPI

ADIS APRILIA CAHYA UTAMI

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Workshop online fotografi dan periklanan pekan raya komunikasi 2021	Communication fair photography and advertising online workshop 2021	KPT	50		Disetujui	✓
2	Webinar literasi digital	Webinar digital literacy	KPL	200		Disetujui	✓
3	Webinar mengembangkan minat dan bakat melalui dunia digital	Webinar develop interests and talents through the digital world	KPL	200		Disetujui	✓
4	Workshop & festival film pelajar 2021 dalam memperingati dies natalis universitas nasional ke 72	Workshop & student film festival 2021 in commemoration of the 72nd anniversary of the national university	KPL	100		Disetujui	✓
5	Webinar Menuju Pendidikan yang Lebih Baik untuk Kita Semua oleh Boosternesia	Webinar Towards Better Education for All of Us by Boosternesia	KPL	100		Disetujui	✓
6	Magang Internship di Mufid Botanica Beauty	Internship in Mufid Botanica Beauty	KPT	300		Disetujui	✓
7	Magang di Boosternesia Lampung	Internship in Boosternesia Lampung	KPT	300		Disetujui	✓
8	Pengenalan lingkungan dan budaya akademik	Introduction to academic environment and culture	KPT	300		Disetujui	✓
9	Online Seminar Inspiradzi Talk	Online Seminar Inspiradzi Talk	KPL	100		Disetujui	✓
10	Lomba video nasional	National video competition	KPL	650		Disetujui	✓
11	Praktik kerja lapangan PKL di Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	PKL field work practice at the Ministry of Defense of the Republic of Indonesia	KPT	500		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP :0
 KPL :1350
 KPT :1450
 Skor yang Disetujui :2800

RIWAYAT HIDUP

Adis Aprilia Cahya Utami

+62 81808503609 - adisaprilia1004@gmail.com
Kebagusan, Ps. Minggu, Jakarta Selatan. 12520



TENTANG SAYA

Seorang Mahasiswi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Public Relations di Universitas Nasional yang memiliki kemampuan baik dalam berkomunikasi baik dengan tim maupun individual. Merupakan individu yang selalu ingin mengerti hal baru. Saya bersedia untuk dapat mempelajari hal baru untuk menambahkan pengalaman yang berharga.

PENGALAMAN KERJA

Ayuta Event Organizer Freelancer Event The Indosat Marvelous Xperience Center Membantu dan melaksanakan registrasi tamu eksternal maupun internal	Juli 2023
Syah Event Organizer Freelancer Event HUT BHAYANGKARI KE 77 - Kapolri Shooting Cup Membantu dan melaksanakan registrasi tamu dan peserta lomba	Juli 2023
Syah Event Organizer Freelancer Event HUT BHAYANGKARI KE 77 <ul style="list-style-type: none">• Melaksanakan rekap data tamu VIP dan VVIP• Membantu dan melaksanakan pengawasan pada area VIP dan VVIP agar berjalan kondusif	Juli 2023
Salaka Event Organizer Freelancer Event Pertamina Hulu Energi - IT Days 2023 Membantu dan melaksanakan pengawasan pada stand makanan	Maret 2023
Kementerian Pertahanan Republik Indonesia Biro Humas - Internship <ul style="list-style-type: none">• Melaksanakan rekap data mengenai pertanyaan maupun pelaporan melalui email• Menjawab dan membalas telepon mengenai informasi publik• Membantu staff dalam menyiapkan data - data yang berkaitan	April 2022 - Juli 2022
PT. Pelopor Pendidikan Ind - Boosternesia Content Creative & Media Publish - Internship <ul style="list-style-type: none">• Menangani aktivitas media sosial Boosternesia Lampung• Membuat konten dua kali dalam seminggu• Sukses mencapai 100 pengikut di Boosternesia Lampung Instagram dengan menciptakan konten yang terkait	Oktober 2021 - Desember 2021
Artotel Thamrin Food and Beverage Service - Internship <ul style="list-style-type: none">• Membantu menangani tamu yang akan datang atau reservasi di restoran• Membantu persiapan peralatan dan bahan minuman agar tetap tersedia agar pelayanan dapat berjalan lancar• Membuat laporan breakfast pack	Januari 2018 - Juli 2018

EDUCATION

Universitas Nasional 2019 - Sekarang
Jurusan Ilmu Komunikasi - Public Relations

KEMAMPUAN

- Canva Design
- Microsoft Office
- Copywriting
- Communication