



**STRATEGI KEHUMASAN DALAM MEMBENTUK  
OPINI PUBLIK DI MEDIA *ONLINE*  
DISKOMINFOSANTIK KABUPATEN BEKASI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

**CICIH**

(41182037180084)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM “45”**

**BEKASI**

**2022 M/1442 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudia hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 13 Juli 2022



CICIH

41182037180084

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Kehumasan dalam Membentuk Opini Publik di Media *Online* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.  
Nama : CICIH  
NPM : 41182037180084  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 14 Juli 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
**Tin Haruni, M.Si.**  
NRP 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

  
**Siti Khadijah, M.S.i**  
NRP. 45.1.01.02.2011.001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

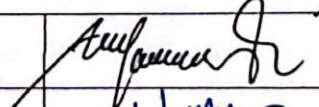
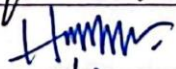

Skripsi yang berjudul “ Strategi Kehumasan Dalam Membentuk Opini Publik Di Media Online Diskominfoantik Kabupaten Bekasi” telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 28 Juli 2022  
Waktu : 11.00 – 12.00 WIB

Oleh

Nama : CICIH  
NPM : 41182037180084  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Saepudin, M.Soc., Sc	
Penguji I	Hamluddin, M.Si	
Penguji II	Siti Khadijah, M.Si	

Bekasi, 8 Agustus 2022

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Komunikasi  
Sastra dan Bahasa

  
  
**Yudha Asmara D.A., M.I.Kom**  
NRP. 45.1.03.12.2012.029

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
  
**Tin Hartini, M.Si**  
NRP. 45.1.01.02.2016.001

## ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa  
2022

CICIH / 41182037180084

Strategi Kehumasan dalam Membentuk Opini Publik di Media *Online*  
Diskominfoantik Kabupaten Bekasi

Di bawah bimbingan Ibu Siti Khadijah, M.Si

103 Halaman + xiii Romawi + 22 Gambar + 1 Tabel

Informasi mengenai program kerja dan kegiatan pemerintah daerah sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat, namun terkadang informasi yang belum sesuai dengan harapan masyarakat dapat menimbulkan adanya opini publik negatif. Oleh karena itu peran dari Humas sangat diperlukan, dibutuhkan adanya strategi dalam membentuk opini publik di media *online* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kehumasan dalam membentuk opini publik di media *online* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi dengan menggunakan teori strategi *Public Relation*, yaitu *strategy of publicity*, *strategy of persuasion*, *strategy of argumentation*, dan *strategy of image*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Diskominfoantik Kabupaten Bekasi dalam membentuk opini publik yaitu dengan melakukan kerjasama dengan media massa, membuat konten berita sesuai dengan kebutuhan masyarakat, melakukan kampanye yang bertujuan untuk mengajak dan membujuk masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19 serta mengikuti anjuran pemerintah untuk tertib patuhi 5M pada saat pandemic Covid-19, memberikan informasi sesuai dengan data dan fakta agar terhindar dari *hoaks* dan selalu menjaga komunikasi serta hubungan baik antara pemerintah daerah dengan masyarakat, dan memberikan informasi tentang kepedulian pemerintah daerah terhadap lingkungan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian berikutnya, baik subjek penelitian yang sama ataupun berbeda, dengan kajian lebih dalam agar dapat ditemukan temuan-temuan baru mengenai strategi kehumasan dalam membentuk opini publik di media *online* Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.

Kata kunci: Humas pemerintah, Strategi *Public Relation*, Opini Publik, Media *online*.

## **ABSTRACT**

*45 Islamic University of Bekasi  
Communication Studies Program Faculty of  
Communication, Literature, and Language  
2022*

*CICIH / 41182037180084*

*Public Relation Strategy in Shaping Public Opinion in Online Media Diskominfoantik Bekasi Regency.*

*Under the guidance of Mrs. Siti Khadijah, M.Si*

*103 Pages + Roman xiii + 22 Image + 1 Table*

*Information about work programs and local government activities is very important for the public to know, but sometimes information that is not in line with community expectations can lead to negative public opinion. Therefore, the role of Public Relation is very necessary, a strategy is needed in shaping public opinion in the online media of Diskominfoantik Bekasi Regency. This study aims to determine the public relation strategy in shaping public opinion in the online media Diskominfoantik Bekasi Regency by using the theory of public relations strategy, namely publicity strategy, persuasion strategy, argumentation strategy, and image strategy. The research method used in this study is a descriptive qualitative approach. The result showed that Public Relation Diskominfoantik Bekasi Regency in forming public opinion, namely by collaborating with the mass media, creating news content according to the needs of the community, conducting campaigns that aim to invite and invite the public to vaccinate Covid-19, and follow the government appeal to comply with regulations. 5m during the Covid-19 pandemic, providing information according to data and facts to avoid hoaxes and always maintaining good communication and relationships between local governments and the community, as well as providing information about local government concerns for the environment. For further research, it is hoped that it can be a reference for further research, both the same and different research subjects, with a more in-depth study so that new findings can be found regarding public relations strategies in shaping public opinion in the online media of Diskominfoantik Bekasi Regency.*

*Keywords: Government Public Relation, Public Relation strategy, Public opinion, Online media.*

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta rahmat dan kerunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Strategi Kehumasan Dalam Membentuk Opini Publik Di Media *Online* Diskominfosantik Kabupaten Bekasi”.

Dalam penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa. Peneliti menyadari, tidak akan dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Sya'baningrum Prihartini, M.Hum. Selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Tin Hartini M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Siti Khadijah, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, dukungan, serta kontribusi bagi peneliti sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tua, Ibu Euis Puspitasari, Bapak Tajudin, Ayah Andrik Widian dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan kepada peneliti.
6. Ibu Dennise Baby Yandini, S.H. selaku *Staff* Umpeg Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian, dan Statistik yang telah mengizinkan dan memberi kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian, dan Statistik Kabupaten Bekasi.

7. Bapak Dr. Iwan Eli Setiawan, S.Kom, MM, MH selaku Kepala Seksi Penyedia Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian, dan Statistik Kabupaten Bekasi yang telah banyak membantu dalam upaya memperoleh data skripsi yang peneliti perlukan.
8. Bapak Fajar Chaidir Qurrota A'yun S.Pd. selaku Operator Sosial Media Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian, dan Statistik Kabupaten Bekasi, yang telah banyak membantu peneliti dalam memperoleh data skripsi yang peneliti perlukan.
9. Aris Munandar, Yogi Afandi, Syifa Aulia Agustine, dan Aprilia Dewi Islami selaku orang-orang terdekat peneliti, yang selalu memberikan semangat serta dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tulus dalam hati peneliti ucapkan terimakasih banyak.
10. Kepada rekan-rekan seperjuangan, mahasiswa/mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Unisma Bekasi angkatan 2018.
11. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berhadap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Terima kasih.

Bekasi, 13 Juli 2022

Peneliti

**CICIH**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Teori.....	14
2.2.1 <i>Public Relation</i> .....	14
2.2.1.1 Humas Pemerintah.....	18
2.2.2 Strategi Humas Pemerintah.....	24
2.2.3 Opini <i>Public</i> .....	26
2.2.4 <i>Media Online</i> .....	29
2.2.4.1 <i>Website</i> .....	29
2.2.5 <i>Media Sosial</i> .....	31
2.2.5.1 Penggunaan <i>Media Sosial</i> Dalam Lembaga Pemerintah.....	34
2.2.5.2 Etika Penggunaan <i>Media Sosial</i> Di Lembaga Pemerintah.....	37
2.2.5.3 <i>Media Sosial Facebook</i> .....	38
2.2.5.4 <i>Media Sosial Instagram</i> .....	39
2.2.6 <i>Radio Online</i> .....	41
2.2.7 <i>Televisi Online</i> .....	43
2.2.8 <i>Email</i> .....	44

2.3 Kerangka Pemikiran .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	48
3.2 Unit Analisis.....	48
3.2.1 <i>Key Informan</i> .....	49
3.2.2 Informan.....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4 Definisi Konseptual.....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Keabsahan Data.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	56
4.1.1 Profil Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	57
4.1.3 Logo Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	58
4.1.4 Struktur Organisasi Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Media <i>Online</i> Pembentuk Opini Publik.....	60
4.2.2 Media <i>Online</i> Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	66
4.2.2.1 Website <i>bekasikab.go.id</i> .....	66
4.2.2.2 Radio <i>Streaming</i> Wibawa Mukti Tv .....	67
4.2.2.3 Tv <i>Streaming</i> Wibawa Mukti .....	69
4.2.2.4 Facebook Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	70
4.2.2.5 Instagram Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	71
4.2.3 Strategi Humas Diskominfoantik .....	72
4.2.3.1 <i>Strategy of publicity</i> .....	72
4.2.3.2 <i>Strategy of persuasion</i> .....	78
4.2.3.3 <i>Strategy of argumentation</i> .....	83
4.2.3.4 <i>Strategy of image</i> .....	87
4.2.4 Opini Publik di Kabupaten Bekasi.....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	12
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Screenshot</i> Media Sosial Instagram Diskominfoantik tentang Komisi III DPRD Monitoring Pembangunan Jalan Kalimalang .....	2
Gambar 1.2 <i>Screenshot</i> kolom komentar Instagram Diskominfoantik tentang <i>Postingan</i> Komisi III DPRD Monitoring Pembangunan Jalan Kalimalang .....	3
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> Media Sosial Facebook Diskominfoantik Pemkab Bekasi Fokus tertibkan Bangli Bantaran Sungai di 2022.....	4
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> kolom komentar Media Sosial Facebook di <i>Postingan</i> Pemkab Bekasi Fokus tertibkan Bangli Bantaran Sungai .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	47
Gambar 4.1 Logo Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	58
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	59
Gambar 4.3 Aplikasi <i>Intelligence Media Analytics</i> Diskominfoantik Kabupaten Bekasi .....	64
Gambar 4.4 Website <i>bekasikab.go.id</i> .....	67
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang Radio <i>Streaming</i> Wibawa Mukti Tv.....	68
Gambar 4.6 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang Tv <i>Streaming</i> Wibawa Mukti .....	69
Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Facebook Diskominfoantik .....	70
Gambar 4.8 <i>Screenshot</i> Instagram Diskominfoantik.....	71

Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> dan Media <i>m.antaranews.com</i> tentang pemberangkatan jamaah Haji di Kab.Bekasi.....	73
Gambar 4.10 <i>Screenshot</i> Instagram Diskominfoantik tentang pelebaran jalan Cikarang-Cibarusah.....	76
Gambar 4.11 <i>Screenshot</i> Media <i>Online</i> Diskominfoantik.....	79
Gambar 4.12 <i>Screenshot</i> Konten Media Sosial Instagram Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	80
Gambar 4.13 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang fakta keamanan dan perlunya vaksin untuk cegah Covid-19 .....	82
Gambar 4.14 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang informasi kegiatan vaksinasi Covid-19 .....	83
Gambar 4.15 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang pernyataan Kadinkes: masyarakat jangan pilih-pilih merk vaksin .....	85
Gambar 4.16 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang Realisasi Anggaran Pembangunan 7 Desa di Cikarang Selatan Tahun 2022.....	89
Gambar 4.17 <i>Screenshot</i> media <i>online</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> .....	90
Gambar 4.18 <i>Screenshot</i> DM Instagram Diskominfoantik .....	92
Gambar 4.19 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang Satpol PP tangkap pelaku pembuang sampah di <i>Underpass</i> Tambun.....	93
Gambar 4.20 <i>Screenshot</i> Instagram Diskominfoantik tentang Sungai yang dipenuhi oleh sampah .....	95
Gambar 4.21 <i>Screenshot</i> Website <i>bekasikab.go.id</i> tentang Pembuangan Limbah di Tepi Jalan Tol Jakarta-Cikampek.....	96
Gambar 4.22 <i>Screenshot</i> Kolom Komentar Instagram Diskominfoantik Kabupaten Bekasi.....	99