

# STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH KOTA BOGOR DALAM MENYEBARLUASKAN INFORMASI REVITALISASI JEMBATAN OTISTA

**KRISNA SETIA PRAMUDYATAMA**



**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Bogor dalam Menyebarluaskan Informasi Revitalisasi Jembatan Otista” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Krisna Setia Pramudyatama  
J0301201068

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RINGKASAN

KRISNA SETIA PRAMUDYATAMA. Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Bogor dalam Menyebarkan Informasi Revitalisasi Jembatan Otista. *Digital Communication Strategy of Bogor City Government in Disseminating Information on Otista Bridge Revitalization*. Dibimbing oleh RACHMAT PAMBUDY dan ENDEN DARJATUL ULYA.

Pemerintah Kota Bogor sebagai penyedia layanan publik memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi secara lebih luas kepada masyarakat. Penggunaan media digital khususnya media sosial memberikan dampak positif dalam penyebaran informasi, yang mana memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, berbagi konten seperti tulisan, foto, dan video, serta melakukan aktivitas sosial secara daring tanpa terbatas oleh batas geografis. Begitu pun pada penyebaran informasi revitalisasi Jembatan Otista.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebuah strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Bogor dalam menyebarkan informasi revitalisasi Jembatan Otista. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis strategi komunikasi digital Pemerintah Kota Bogor dalam menyebarkan informasi revitalisasi Jembatan Otista serta faktor pendukung dan penghambat dari strategi komunikasi digital tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta penggunaan teknik pengumpulan data seperti pra-riset, wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi.

Penelitian ini juga menerapkan analisis SWOT sebagai penguji nilai keberhasilan pada penyebaran informasi melalui media digital dan model *the SMART* sebagai penentuan capaian yang akan dituju dalam strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bogor. Ada pun empat aspek yang harus ada dalam sebuah perancangan strategi komunikasi maupun strategi komunikasi digital, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, pemilihan penggunaan media. Melalui keempat hal tersebut, kita dapat memahami strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bogor dalam menyebarkan informasi tentang revitalisasi Jembatan Otista. Strategi komunikasi juga harus melewati tahap-tahap dalam memulai perancangan strategi komunikasi mencakup hal-hal berikut yaitu, perencanaan tujuan, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital dalam penyebaran informasi revitalisasi Jembatan Otista oleh Pemerintah Kota Bogor sudah dapat dikatakan baik dan lengkap, mulai dari pra-revitalisasi, saat revitalisasi dan, *pasca* revitalisasi. Kendala meliputi ketersediaan alat yang kurang memadai dan minimnya informasi dari pihak terkait. Saran penulis adalah meningkatkan peran media sebagai sarana komunikasi, merancang strategi komunikasi digital yang lebih matang, dan meningkatkan anggaran untuk penyediaan alat agar tim pelaksana dapat bekerja secara efektif.



@Hak cipta milik IPB University

**Judul Skripsi** : Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Bogor dalam  
Menyebarkan Informasi Revitalisasi Jembatan Otista  
**Nama** : Krisna Setia Pramudyatama  
**NIM** : J0301201068

Disetujui oleh

**Pembimbing 1:**  
Prof. Dr. Ir. H. Rachmat Pambudy, M.S.

**Pembimbing 2:**  
Enden Darjatul Ulya S.Pt., M.Si.

Diketahui oleh

**Ketua Program Studi:**  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.  
NPI. 201807198005241001

**Dekan Sekolah Vokasi:**  
Dr. Ir. Aceng Hidayat., M.T.  
NIP. 196607171992031003

**Tanggal Ujian:**  
(07 Juni 2024)

**Tanggal Lulus**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga berhasil menyelesaikan Penelitian Terapan ini. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari hingga Februari 2024 ini ialah “Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Bogor dalam Menyebarluaskan Informasi Revitalisasi Jembatan Otista”. Terima kasih penulis ucapkan:

1. Kepada Prof. Dr. Ir. H. Rachmat Pambudy, M.S. dan Enden Darjatul Ulya S.Pt., M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberikan saran, masukan, serta meluangkan waktu dan memberikan dukungan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama penulisan laporan penelitian terapan.
2. Kepada Ibu penulis yang telah membesarkan penulis seorang diri dari bangku Sekolah Dasar hingga saat ini. Terima kasih banyak atas semua kasih sayang, nasihat, dukungan, motivasi, doa, dan kepercayaan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini, *I love U Mamah*.
3. Kepada Saudara dan Saudari selaku adik-adik penulis yang telah menghibur dan menjadi penyemangat penulis dalam melaksanakan perkuliahan hingga penyusunan laporan akhir.
4. Kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media.
5. Kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB
6. Kepada Ayumi Fitriani Gunawan S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik.
7. Kepada Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi selaku penguji laporan akhir yang juga memberikan masukan dan arahan untuk penyempurnaan laporan akhir.
8. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Rahmat Hidayat, S.Sos., M.M. selaku Kepala Dinas dan Liah Lestari selaku Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Muda di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor yang telah memberikan izin penelitian.
9. Kepada Melyani Filtania, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing lapangan yang telah membantu selama pengumpulan data, dari PKL Semester 6, Pra-riset, hingga Penelitian Akhir serta meluangkan waktu untuk memberi masukan dan arahan kepada penulis.
10. Kepada Nenek dan Datuk penulis yang sudah memberikan perlindungan, kasih sayang, doa, biaya kepada penulis dari Sekolah Dasar hingga saat ini.
11. Kepada sembilan sahabat yang telah menemani penulis dalam kondisi apapun. Terima kasih banyak telah memberikan doa, dorongan, maupun motivasi.
12. Kepada seluruh keluarga dan teman-teman Komunikasi Angkatan 57 yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih karena telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis.
13. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan atas semua cobaan dan ujian yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi kuat, berani, dan bertanggung jawab atas keluarga tanpa peran pemimpin keluarga. Saya bangga atas semua pencapaian yang diraih hingga saat ini dan tentunya dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Terakhir, kepada Ayah penulis. Terima kasih telah ada bersama saya hingga kelas 3 SD, walaupun hingga saat ini ayah tetap ada sebagai bayang-bayang. Saya sangat menyayangi ayah, terima kasih atas semua yang ayah berikan dan ayah usahakan.

Semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

Krisna Setia Pramudyatama

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	xiv
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>5</b>
2.1 Kajian Terdahulu	5
2.2 Komunikasi Publik	6
2.3 Komunikasi Organisasi	7
2.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi	7
2.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi	8
2.4 Komunikasi Pemerintah	8
2.4.1 Peran Komunikasi Pemerintahan	9
2.4.2 Karakteristik Komunikasi Pemerintahan	9
2.5 Revitalisasi	10
2.5.1 Tujuan Revitalisasi	11
2.5.2 Tahapan Revitalisasi	11
2.6 Informasi Publik	11
2.7 Komunikasi Digital	12
2.7.1 Media Digital	13
2.7.2 Media Sosial	13
2.7.3 Website	16
2.8 Strategi Komunikasi	17
2.8.1 Tujuan Strategi Komunikasi	18
2.8.2 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi	19
2.8.3 Jenis Strategi Komunikasi	19
2.8.4 Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi	20
2.8.5 Prinsip Strategi Komunikasi	21
2.9 Strategi Komunikasi Digital	22
2.10 Analisis SWOT	24
2.11 Kerangka Berpikir	25
<b>III METODE</b>	<b>26</b>
3.1 Waktu dan Tempat	26
3.2 Data dan Instrumen	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Analisis Data	28
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>30</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Pemerintah Kota Bogor	30
4.1.2 Logo Pemerintah Kota Bogor	32
4.1.3 Jembatan Otto Iskandar Dinata Kota Bogor	32
4.2 Strategi Komunikasi Digital	34



4.2.1	Perencanaan	34
4.2.2	Implementasi Strategi	40
4.2.3	Evaluasi Strategi	46
4.3	Analisis SWOT	49
4.4	Faktor Pendukung dan Penghambat	51
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>		51
5.1	Simpulan	51
5.2	Saran	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		54
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		56
<b>LAMPIRAN</b>		57

## DAFTAR GAMBAR

1.	Jumlah Peningkatan dan Pengguna Internet di Indonesia	14
2.	Data Statistik Media Sosial Terfavorit	15
3.	Tampilan <i>Website</i> Pemerintah Kota Bogor	17
4.	Kerangka Pemikiran	25
5.	Peta Administrasi Kota Bogor	30
6.	Logo Pemerintah Kota Bogor	32
7.	Kondisi Jembatan Otista Sebelum Revitalisasi	33
8.	Kondisi Jembatan Otista Setelah Revitalisasi	34
9.	Data Statistik Media Sosial di Kota Bogor	37
10.	Analisis SWOT Kegiatan Pelebaran Jembatan Otista	38
11.	Tampilan <i>Website</i> Jembatan Otista	40
12.	Konten CCTV dan DM Masyarakat	41
13.	Infografis Terkait Pendanaan dan Proyek Revitalisasi Jembatan Otista	42
14.	Kegiatan Peresmian Jembatan Otista oleh Presiden RI	43
15.	Konten Hitungan Mundur Sebelum Dilakukan Revitalisasi Jembatan Otista	44
16.	Rekayasa Lalu Lintas Pertama, Kedua, dan Ketiga	45
17.	Konten <i>Polling</i> Instastory	47
18.	Himbauan Perubahan Jam Masuk Sekolah TK-SMA	48