



STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK WALIKOTA BOGOR PERIODE 2019-2024 DALAM MENJAGA CITRA POSITIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

ADYSTI NUR FITRIANI



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Publik Walikota Bogor Periode 2019-2024 dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram” 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, September 2024

Adysti Nur Fitriani
J0301201002

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ADYSTI NUR FITRIANI. Strategi Komunikasi Publik Walikota Bogor Periode 2018-2024 Dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI.

Penggunaan media sosial instagram telah menjadi strategi penting dalam melakukan komunikasi publik. Walikota Bogor periode 2019-2024 Bima Arya Sugiarto melakukan kegiatan komunikasi publik menggunakan media digital untuk menjaga citra positif. Walikota Bogor periode 2019- 2024 merupakan salah satu kepala daerah di Indonesia yang memiliki banyak prestasi dan diketahui konsisten selalu menggunakan media sosial untuk kegiatan pemerintahan. Maka dari itu, hal ini menjadi tantangan untuk Walikota Bogor periode 2019-2024 terus menjaga citra positif. Tujuan penelitian ini bermaksud untuk menganalisis penggunaan media sosial terutama instagram yang dilakukan oleh Walikota Bogor periode 2019-2024 dalam menjaga citra positifnya kepada publik. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data serta informasi hasil penelitian secara menyeluruh dan mendalam. Penelitian ini menggunakan teori dari Frank Jefkins mengenai teori citra (*image theory*) dan juga pembentukan citra yang dibuat oleh John Nimpoeno (1985). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram yang dilakukan oleh Walikota Bogor periode 2019-2024 sudah sesuai dengan teori yang digunakan.

Kata-kata kunci: strategi, komunikasi publik, citra positif

ABSTRACT

ADYSTI NUR FITRIANI. *Bogor Mayor's Publik Communication Strategy for the 2018-2024 Period Maintaining a Positive Image on Instagram Social Media.* Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI

The use of social media Instagram has become an important strategy in carrying out publik communication. Mayor of Bogor for the 2019-2024 period Bima Arya Sugiarto carries out publik communication activities using digital media to maintain a positive image. The Mayor of Bogor for the 2019-2024 period is one of the regional heads in Indonesia who has many achievements and is known to consistently use social media for government activities. Therefore, this is a challenge for the Mayor of Bogor for the 2019-2024 period to continue maintaining a positive image. The aim of this research is to analyze the use of social media, especially Instagram, by the Mayor of Bogor for the 2019-2024 period in maintaining a positive image to the publik. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach to describe and describe the data and information from the research results in a comprehensive and in-depth manner. This research uses Frank Jefkins' theory regarding image theory and also image formation created by John Nimpoeno (1985). The results of this research show that the use of Instagram social media carried out by the Mayor of Bogor for the 2019-2024 period is in accordance with the theory used.

Keyword: *strategy, publik communication, positive image*



Judul Laporan : Strategi Komunikasi Publik Wlikota Bogor Periode 2019-2024
Dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram

Nama : Adysti Nur Fitriani
NIM : J0301201002

Disetujui oleh

Pembimbing:
Vivien Febri Astuti, S.I.Kom, M.I.Kom.

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:

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan April 2024 ini dengan judul “Strategi Komunikasi Publik Walikota Bogor 2019-2024 dalam Menjaga Citra Positif di Media Sosial Instagram”. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Vivien Febri Astuti, S.I.Kom, M.I.Kom yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Dr. Hudi Santoso S.Sos., M.P selaku Kepala Program Studi Komunikasi serta berterimakasih kepada seluruh jajaran dosen dan asisten dosen Program Studi Komunikasi Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah membimbing selama perkuliahan. Di samping itu, penghargaan penulis juga sampaikan kepada Walikota Bogor Periode 2014-2024 Dr. Bima Arya Sugiarto, Tenaga Ahli Walikota Bogor Toto Sugiarto, S.H., M.Si., Kepala Bidang Informasi Dan Komunikasi Publik Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Bogor Dian Intannia Lesmana, S.Sos., M.E. dan seluruh jajaran Pemerintah Kota Bogor yang telah membantu saya selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga saya berikan kepada Bapak Piet Usman, Ibu Susi Yulianti serta saudara kandung Intan Nur Afianti selaku keluarga yang telah memberikan semangat dan dukungan yang begitu besar.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan serta masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap bahwa laporan akhir ini dapat bermanfaat untuk pengetahuan dan ilmu-ilmu mengenai dunia komunikasi bagi para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, September 2024

Adysti Nur Fitriani



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II Tinjauan Pustaka	5
2.1 Strategi	6
2.2 Persepsi	7
2.3 Citra	7
2.4 Pendekatan Teori Citra	8
III Metode dan Pendekatan Penelitian	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Data dan Instrument	10
3.3 Metode Pengumpulan Data	11
3.4 Sumber data (Korpus)	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
4.1.1 Profil Walikota Bogor Periode 2014-2024	14
4.1.2 Profil Pemerintah Kota Bogor	16
4.2 Strategi Komunikasi Publik Walikota Bogor Periode 2014-2024 Pada Media Sosial Instagram	20
4.2.1 Strategi Komunikasi Publik Walikota Bogor Periode 2014-2024 di Media Sosial Instagram	20
4.3 Pengaruh Strategi Komunikasi Publik di Media Sosial Instagram Pada Citra Positif Walikota Bogor Periode 2014-2024	35
4.3.1 Teori Pembentukan Citra Pada Komunikasi Publik Walikota Bogor Periode 2014-2024	35
4.3.2 Pengaruh Strategi Komunikasi Publik Di Media Sosial Instagram Pada Citra Positif Walikota Bogor Periode 2014-2024 di Media Sosial Instagram	45
V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	70

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 TABEL

1. Tabel Penelitian Startegi Komunikasi
2. Informan Penelitian
3. Penghargaan Media Sosial Walikota Bogor Dr. Bima Arya Sugiarto
4. Data Penghargaan Walikota Bogor periode 2014-2024
5. Data Jumlah Pegawai Negeri Sipil Menurut Jabatan dan Jenis Kelamin di Kota Bogor, 2021-2022
6. Jumlah Pegawai Negeri Sipil Menurut Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin di Kota Bogor, Desember 2023
7. Pola Komunikasi Walikota Bogor periode 2014-2024
8. Pengguna Internet Berdasarkan Generasi
9. Daftar Akun Media Sosial Walikota Bogor Periode 2014-2024 Dr. Bima Arya Sugiarto
10. Strategi Komunikasi Media Sosial Walikota Bogor Walikota Bogor Periode 2014-2024
11. Konsep Teori Citra Dengan Tindakan Walikota Bogor Periode 2014-2024
12. Data Postingan Instagram @BimaAryaSugiarto Dengan Kujungan Diatas Angka 1 Juta
13. Postingan, Caption dan Komentar Instagram @BimaAryaSugiarto
14. Postingan, Caption dan Komentar Instagram @BimaAryaSugiarto

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

1. Walikota Bogor periode 2014-2024 Dr. Bima Arya Sugiarto
2. Lambang Pemerintah Kota Bogor
3. Program Tenda Walikota
4. Tampilan Akun Instagram Walikota Bogor periode 2014-2024
5. *Reels* Instagram Bima Arya Sugiarto (Lari Bareng)
6. Suasana Rapat Tim Media Sosial Walikota
7. Halaman Utama Aplikasi SiBadra Pemerintah Kota Bogor
8. *Reels* Instagram Bima Arya Sugiarto (Lari Bareng)
9. *Reels* Instagram Bima Arya Sugiarto (Lari Bareng)
10. *Reels* Instagram Bima Arya Sugiarto
11. Model Analisis Interaktif (*Interactive Model Of Analysis*)
12. Model Pembentukan Citra
13. *Postingan Feeds* Instagram @BimaAryaSugiarto
14. Instagram Stories Akun @BimaAryaSugiarto
15. Tampilan Analisis *SocialBlade*
16. Tampilan Analisis Aplikasi HypeAuditor
17. Tampilan *Flowchart* Penarikan Sampel Survei Indikator
18. Hasil Survei Charta Politika
19. Hasil Survei Charta Politika Evaluasi Masyarakat Terhadap Kinerja Pemerintahan Kota Bogor
20. Hasil Survei Charta Politika Kinerja Pemerintahan Kota Bogor
21. Hasil Survei Charta Politika Penilaian Kinerja Pemerintahan Kota Bogor

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.