

**Strategi *Cyber Public Relations* Pada Media Sosial *Instagram* UMY Dalam
Meningkat Kesadaran *Covid-19* Bulan Agustus – Desember Tahun 2021**



Elvanur Andrian Lazuardi

20170530131

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Elvanur Andrian Lazuardi

NIM : 20170530131

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM UMY DALAM MENINGKAT KESADARAN COVID-19 BULAN
AGUSTUS - DESEMBER TAHUN 2021

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta,



Elvanur Andrian Lazuardi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Ayah yang selalu memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi

Terima kasih kepada Ibu yang menjadi pendengar baik dan selalu memberikan doa kepada peneliti untuk bisa melanjutkan proses pengerjaan skripsi

Terima kasih kakak yang selalu peduli terhadap peneliti dalam proses pengerjaan skripsi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Cyber Public Relations* Pada Media Sosial *Instagram* UMY Dalam Meningkatkan Kesadaran *Covid-19* Bulan Agustus – Desember Tahun 2021”. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya menuju zaman seperti ini.

Peneliti sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan pada perbaikan karya selanjutnya. Proses pelaksanaan penulisan skripsi ini peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan rendah hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Fajar Junaedi selaku ketua prodi ilmu komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Krisna Mulawarman selaku dosen pembimbing yang telah membantu proses skripsi.
3. Ibu Frizki dan Bapak Nur Sofyan selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi perbaikan penulisan skripsi yang begitu bermanfaat bagi peneliti.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan inspirasi kepada penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan bermanfaat.
5. Seluruh Staff di Biro Humas dan Protokol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan banyak kesempatan dan bantuan demi proses kelancaran pengerjaan skripsi.

6. Anggota VIGO Discord dalam membantu memberikan energi positif dalam proses pengerjaan skripsi.

Yogyakarta 26 Desember 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elvanur', written in a cursive style with a horizontal line underneath.

Elvanur Andrian Lazuardi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Teori	12
1. Strategi <i>Cyber Public Relations</i>	12
2. Media Sosial Instagram Sebagai Media Baru	17
F. Metode Penelitian.....	21
1. Objek Penelitian	21
2. Jenis Penelitian.....	22
3. Teknik Pengumpulan Data.....	22
4. Teknik Analisis Data.....	24
5. Teknik Validitas Data	24
BAB II	
A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	26
1. Sejarah UMY	26
2. Visi Misi dan Logo UMY	28
3. Tujuan UMY	31
B. Gambaran Umum Biro Humas dan Protokol UMY.....	32
1. Sejarah BHP UMY	32
2. Struktur BHP UMY	33
3. Job-description BHP UMY	33

BAB III

A. Sajian Data	38
1. Proses Perencanaan Strategi.....	38
2. Implementasi / Pelaksanaan	43
B. Pembahasan.....	61
1. Strategi <i>Cyber PR</i>	61
2. Media Sosial Instagram Sebagai Media Baru	73
BAB IV	
PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tentang UMY ingin melakukan pembelajaran secara <i>offline</i>	3
Gambar 1.2 <i>Instastory</i> @umyogya dalammeningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	5
Gambar 1.3 Unggahan lewat <i>post</i> @umyogya dalam penyebaran <i>Covid-19</i> ...	6
Gambar 1.4 Tabel <i>insight</i> setiap media sosial dari BHP UMY tahun 2021	9
Gambar 1.5 Perbandingan jumlah <i>likes</i> di <i>Instagram</i> dan <i>Twitter</i>	10
Gambar 2.1 Bagan Struktur BHP UMY	33
Gambar 3.1 <i>Instastory</i> @umyogya	45
Gambar 3.2 <i>Layout Instagram</i> @umyogya.....	46
Gambar 3.3 <i>Hashtag</i> dari <i>feed</i> @umyogya.....	49
Gambar 3.4 <i>Caption</i> pada <i>post feed</i> @umyogya	50
Gambar 3.5 Komentar pada <i>post Instagram</i> @umyogya.....	51
Gambar 3.6 <i>Insights post</i> akun <i>Instagram</i> @umyogya.....	52
Gambar 3.7 <i>Insights post</i> akun <i>Instagram</i> @umyogya.....	53
Gambar 3.8 <i>Post</i> dari <i>feed</i> @umyogya	54
Gambar 3.9 Unggahan konten <i>Instagram</i> @umyogya.....	56
Gambar 3.10 Berita pengadaan vaksinasi massal di UMY September 2021 4.000 Orang Ikuti Vaksin Massal <i>Covid-19</i> di UMY (inews.id)	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel <i>insight post Instagram</i> yang didapat pada bulan Agustus 2021 yang berisikan konten pencegahan <i>covid-19</i> pada bulan Agustus yang diangkat oleh BHP UMY dalam <i>post</i> penyebaran <i>Covid-19</i>	31
Tabel 3.2 Tabel <i>insight post Instagram</i> yang didapat pada bulan September 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	47
Tabel 3.3 Tabel <i>insight post Instagram</i> yang didapat pada bulan Oktober 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	47
Tabel 3.4 Tabel <i>insight post Instagram</i> yang didapat pada bulan November 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	48
Tabel 3.5 Tabel <i>insight post Instagram</i> yang didapat pada bulan Desember 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	48
Tabel 3.6 <i>List</i> tema konten meningkat kesadaran media sosial Instagram.	58
Tabel 3.7 <i>List</i> tema konten meningkat kesadaran <i>covid-19</i> pada bulan September yang diangkat oleh BHP UMY dalam <i>post</i> media sosial Instagram.....	59
Tabel 3.8 <i>List</i> tema konten meningkat kesadaran <i>covid-19</i> pada bulan Oktober yang diangkat oleh BHP UMY dalam <i>post</i> media sosial Instagram.....	59
Tabel 3.9 <i>List</i> tema konten meningkat kesadaran <i>covid-19</i> pada bulan November yang diangkat oleh BHP UMY dalam <i>post</i> media sosial Instagram.....	60

Tabel 3.10 <i>List</i> tema konten meningkat kesadaran <i>covid-19</i> pada bulan Desember yang diangkat oleh BHP UMY dalam <i>post</i> media sosial Instagram.....	60
Tabel 3.11 Tabel <i>insight</i> yang <i>post reels</i> didapat pada bulan Agustus 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	79
Tabel 3.12 Tabel <i>insight</i> yang <i>post reels</i> didapat pada bulan September 2021 yang berisikan konten meningkat kesadaran <i>Covid-19</i>	80