



**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KEBIJAKAN
PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @LKPP_RI**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Thasya Aulia Putri
44222010072

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KEBIJAKAN
PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @LKPP_RI**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Thasya Aulia Putri

44222010072

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Thasya Aulia Putri

NIM : 44222010072

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul :

"Strategi Komunikasi Humas Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Dalam Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram @lkpp_ri" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 Januari 2026



(Thasya Aulia Putri)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Thasya Aulia Putri

NIM : 44222010072

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Lembaga Kebijakan Pengadaan Branag/Jasa Pemerintah Dalam Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram @lkpp_ri”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Febuari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 21%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Febuari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Thasya Aulia Putri
NIM : 44222010072
Fakultas / Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "Strategi Komunikasi Humas Lembaga Kebijakan
Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Dalam
Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram
@lkpp_ri"

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 5 Febuari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Gufroni Sakaril, Drs, MM

NIDN/NUPTK : 0322026601

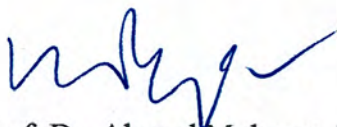
Jakarta,

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penyusunan Tugas Akhir ini berjudul “ **Strategi Komunikasi humas Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah dalam Membangun Citra melalui Media Sosial Instagram @LKPP_RI** “

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk ini dengan segala ketulusan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, semangat dan bimbingan serta petunjuk dalam penulisan Tugas Akhir ini, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D., Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Dr. Farid Hamid, M.Si., Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Gufroni Sakaril, Drs, MM Selaku dosen pembimbing, yang penuh dedikasi dan kesabaran telah membimbing penulis dalam menyelesaikan Seminar Proposal Tugas Akhir ini. Memberikan arahan dan masukan yang diberikan sangat berharga.
6. Kepada Mukti Herlambang, Mexi Osmond, Wardah Hilwaty, Naura Mumtaz selaku informan yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan informasi, data, serta bersedia memberikan perspektif dan keberhasilan penyusunan penelitian ini.
7. Kepada para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan membimbing selama kuliah di Universitas Mercu Buana.

8. Tio Ishak dan Kurnia, Selaku orang tua Penulis terima kasih untuk setiap doa yang tidak pernah henti dan kasih sayang yang tidak pernah henti serta motivasi kepada Penulis.
9. Delvina Aulia Putri Selaku adik penulis yang selalu memberikan Semangat dan dukungan yang di berikan kepada Penulis.
10. Kepada Sahabat Asifa, Inay, Adenia, dan Nesya yang selalu ada dan selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
11. Kepada sahabat penulis di bangku perkuliahan Gitta, Fitriya, Kesya, Riecke, Risya, Eliza, Amisha, Nayla, terima kasih atas dukungan moral dan semangat tiada henti selama proses penyusunan Tugas Akhir.

Tak lupa penulis juga mohon dibukakan pintu maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penulisan Tugas Akhir ini terdapat hal yang kurang berkenan. Penulis hanya dapat mendoakan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dengan tulus dalam penyusunan Tugas Akhir ini semoga amal shalih yang akan dibalas oleh Allah SWT, dengan balasan yang berlipat ganda. Penulis berharap semoga penyusunan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca sekalian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2026

(Thasya Aulia Putri)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Thasya Aulia Putri
NIM : 44222010072
Fakultas / Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : "Strategi Komunikasi Humas Lembaga Kebijakan
Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Dalam
Membangun Citra Melalui Media Sosial Instagram
@lkpp_ri"

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif di Universitas mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/ format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Januari 2026

Yang menyatakan



(Thasya Aulia Putri)

**“ STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KEBIJAKAN
PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH DALAM MEMBANGUN
CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LKPP_RI “**

THASYA AULIA PUTRI

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong instansi pemerintah membangun komunikasi publik yang lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) memanfaatkan Instagram @lkpp_ri sebagai kanal komunikasi digital untuk menyampaikan edukasi kebijakan pengadaan, publikasi program, serta membangun citra institusi di ruang digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Humas LKPP dalam membangun citra institusi melalui Instagram @lkpp_ri pada periode Oktober–Desember 2025 dengan menggunakan kerangka strategi kehumasan Cutlip, Center, dan Broom yang mencakup *fact finding, planning, action and communication*, serta *evaluation*. Penelitian ini berada dalam paradigma post-positivisme dan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi non partisipatif terhadap aktivitas komunikasi pada akun Instagram @lkpp_ri, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas LKPP telah berjalan terstruktur dan konsisten sesuai tahapan strategi kehumasan, terlihat dari upaya pemetaan kebutuhan informasi dan karakter audiens sebagai dasar penentuan pesan, perencanaan tema serta pengelolaan konten yang menonjolkan konsistensi identitas lembaga, pelaksanaan komunikasi melalui pemanfaatan beragam format konten Instagram untuk edukasi kebijakan dan publikasi kegiatan, serta evaluasi efektivitas komunikasi berdasarkan respons dan keterlibatan audiens sebagai bahan perbaikan konten berikutnya. Secara keseluruhan, penerapan strategi kehumasan melalui Instagram @lkpp_ri berkontribusi dalam membangun citra LKPP sebagai institusi yang informatif, adaptif, dan dekat dengan publik, namun penguatan kualitas interaksi yang lebih dialogis dan konsistensi respons terhadap audiens masih perlu ditingkatkan agar citra positif dapat terjaga secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Instagram , Cyber Pr, Citra Institusi.

**“ STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KEBIJAKAN
PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH DALAM MEMBANGUN
CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LKPP_RI “**

THASYA AULIA PUTRI

ABSTRACT

The development of social media encourages government agencies to build faster, more open, and interactive public communication. The Government Goods/Services Procurement Policy Agency (LKPP) utilizes Instagram @lkpp_ri as a digital communication channel to deliver procurement policy education, program publications, and build the institution's image in the digital space. This study aims to analyze LKPP's Public Relations communication strategy in building the institution's image through Instagram @lkpp_ri in the period October–December 2025 using the Cutlip, Center, and Broom public relations strategy framework that includes fact finding, planning, action and communication, and evaluation. This study is within the post-positivism paradigm and uses descriptive qualitative methods. Data were collected through in-depth interviews and non-participatory observation of communication activities on the Instagram account @lkpp_ri, then analyzed using the Miles and Huberman model. The results of the study indicate that the LKPP Public Relations communication strategy has been structured and consistent according to the stages of the public relations strategy, seen from the efforts to map information needs and audience characteristics as a basis for determining messages, theme planning and content management that emphasizes the consistency of the institution's identity, communication implementation through the use of various Instagram content formats for policy education and activity publications, and evaluation of communication effectiveness based on audience responses and engagement as material for subsequent content improvements. Overall, the implementation of public relations strategies through Instagram @lkpp_ri contributes to building the image of LKPP as an informative, adaptive, and close-to-the-public institution, but strengthening the quality of more dialogic interactions and consistent responses to the audience still need to be improved so that a positive image can be maintained more optimally and sustainably.

Keywords: Communication Strategy, Government Public Relations, Instagram, Cyber Pr, Institutional Image.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Humas (Public Relations)	23
2.2.1.1 Humas Pemerintah	25
2.2.1.2 Tujuan Humas	27
2.2.2 Strategi Komunikasi	28
2.2.3 Strategi Kehumasan	29

2.2.4 Cyber <i>Public Relations</i>	31
2.2.5 Media Sosial	33
2.2.5.1 Karakteristik Media Sosial	33
2.2.5.2 Instagram	35
2.2.5.3 Jenis Konten Instagram	35
2.2.6 Citra	36
2.2.6.1 Jenis Jenis Citra	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
3.4 Subjek Penelitian	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Primer.....	45
3.5.2 Sekunder	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Profil Singkat LKPP	52
4.1.2 Visi Misi.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi LKPP.....	54
4.1.4 Tugas dan Fungsi LKPP	55
4.1.5 Instagram @LKPP_RI	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Profil Informan.....	58
4.2.2 Fact Finding	59
4.2.3 Planning	72
4.2.4 Action and Communication	84
4.2.5 Evalution	97
4.3 Pembahasan	105

4.3.1 Strategi Komunikasi Humas LKPP dalam Penguatan Citra Institusi melalui Instagram @lkpp_ri	105
4.3.2 Praktik Cyber <i>Public Relations</i> Humas LKPP melalui <i>Instagram</i> @lkpp_ri	109
4.3.3 Penguatan Citra Institusi LKPP melalui Pengelolaan Persepsi Publik di <i>Instagram</i> @lkpp_ri	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
5.2.1 Saran Akademis	117
5.2.2 Saran Praktis	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur organisasi LKPP	3
Gambar 1. 2 Negara Pengguna Instagram Terbesar.....	4
Gambar 1. 3 Instagram lkpp.....	9
Gambar 4.2.2 Interaksi publik pada kolom komentar Instagram @lkpp_ri terkait kendala akun e-catalog INAPROC	62
Gambar 4.2.4 Interaksi pada kolom komentar Instagram @lkpp_ri.....	88
Gambar 4.2.4. contoh konten virtual informatif	91
Gambar 4.2.4. Kegiatan Hut LKPP RI ke-18.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 perbandingan media sosial lkpp.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Profil Informan.....	44
Tabel 4. 1 Profil informan.....	59
Tabel 4. 2 Ringkasan Temuan Evaluatif pada Setiap Tahapan Strategi Kehumasan	71
Tabel 4. 3 Ringkasan Temuan Evaluatif pada Setiap Tahapan Strategi Kehumasan	83
Tabel 4. 4 Ringkasan Informasi Kegiatan.....	93
Tabel 4. 5 Ringkasan Temuan Evaluatif pada Setiap Tahapan Strategi Kehumasan	97
Tabel 4. 6 Ringkasan Temuan Evaluatif pada Setiap Tahapan Strategi Kehumasan	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Data Untuk Skripsi.....	122
Lampiran 2 Surat Permohonan Wawancara.....	123
Lampiran 3 Panduan Observasi	124
Lampiran 4 Panduan Wawancara, Dokumentasi, Transkrip Wawancara	127
Lampiran 5 CV.....	171

