



**MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* KEMENTERIAN
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MENINGKATKAN
REGISTRASI PELANGGAN JASA TELEKOMUNIKASI DENGAN
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS REGISTRASI PELANGGAN JASA
TELEKOMUNIKASI KARTU PRABAYAR SELULER)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Komunikasi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

OLEH
HAMDANI PRATAMA

NIM : 55216120045

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



**MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* KEMENTERIAN
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MENINGKATKAN
REGISTRASI PELANGGAN JASA TELEKOMUNIKASI DENGAN
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS REGISTRASI PELANGGAN JASA
TELEKOMUNIKASI KARTU PRABAYAR SELULER)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Komunikasi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

OLEH
HAMDANI PRATAMA

NIM : 55216120045

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Hamdani Pratama
NIM : 55216120045
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/ Tesis : Manajemen *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler)

Jakarta, 19 Maret 2021

Dosen Pembimbing

(Dr. Henny Gusfa, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Hamdani Pratama
NIM : 55216120045
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
Judul Karya Akhir/Tesis : Manajemen *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler)

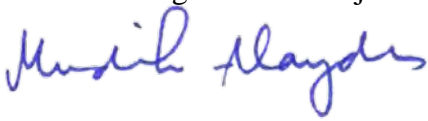
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Maret 2021

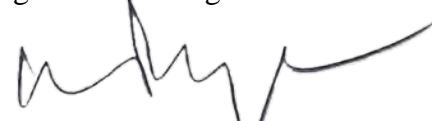
Dosen Pembimbing


(Dr. Henny Gusfa, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana


(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Hamdani Pratama
NIM : 55216120045
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“Manajemen Public Relations Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Meningkatkan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler)”

telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Maret 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 28%

Jakarta, 19 Maret 2021

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Manajemen *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler)

Nama : Hamdani Pratama

NIM : 55216120045

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 14 Oktober 2020

Merupakan hasil studi Pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Maret 2021

(Hamdani Pratama)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk merekonstruksi penggunaan media sosial oleh Kementerian atau Lembaga Pemerintahan, khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika, dalam menyebarluaskan pesan yang terdapat dalam suatu regulasi atau peraturan kepada masyarakat. Menggunakan paradigma konstruktivis, penelitian ini merekonstruksi proses manajemen *public relations* menggunakan 4 tahap sesuai dengan proses manajemen *public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center (pengidentifikasian masalah, perencanaan program PR, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi), dengan mengambil studi kasus terhadap penggunaan media sosial Kementerian dalam mengkomunikasikan Peraturan Menteri Nomor 12 Tahun 2016 tentang Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler.

Analisis yang dihasilkan dari penelitian ini memperlihatkan bagaimana Kementerian Komunikasi dan Informatika memenuhi seluruh tahapan proses dalam manajemen proses *public relations*. Pada masing-masing tahap proses manajemen *public relations*, masih terdapat kendala atau hambatan komunikasi yang ditemui. Pada tahap pertama, pengidentifikasian permasalahan, Kementerian Komunikasi dan Informatika belum mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan media sosial yang dimiliki secara khusus. Pada tahapan perencanaan program PR, proses yang dilakukan telah cukup representatif dengan adanya penjadwalan program-program PR untuk mengkomunikasikan registrasi jasa telekomunikasi. Meskipun demikian, program PR yang dijadwalkan dengan menggunakan media sosial belum menunjukkan perhatian terhadap penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi. Pada tahap pelaksanaan komunikasi, khususnya penggunaan media sosial, Kementerian Komunikasi dan Informatika cukup memberikan muatan konten dan penjelasan yang beragam mengenai kampanye registrasi jasa telekomunikasi sesuai dengan penjadwalan program PR pada tahap sebelumnya. Pada tahap Manajemen PR terakhir, tahap evaluasi, belum terdapat mekanisme monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan manajemen PR menggunakan media sosial. Hal ini menyebabkan, tahapan manajemen yang dilakukan belum dapat dinilai dan disempurnakan lebih lanjut.

Meskipun tidak semua tahapan proses dipenuhi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, hasil yang diharapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui peningkatan jumlah registrasi pelanggan jasa telekomunikasi dapat tercapai. Selain tahapan manajemen PR yang belum seluruhnya dilaksanakan, terdapat beberapa hambatan komunikasi, diantaranya pada lingkup komunikasi organisasi secara internal dan keterbatasan SDM pengelola media sosial, yang mempengaruhi manajemen proses PR yang dilakukan. Penggunaan media sosial sebagai sarana PR oleh Pemerintah memerlukan fokus tersendiri, khususnya dengan makin berkembangnya penggunaan teknologi informasi di tengah masyarakat serta makin banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi diseminasi regulasi dan peraturan yang berlaku bagi masyarakat.

Kata kunci: Manajemen *Public Relations*, Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi, Media Sosial

ABSTRACT

The research reconstructs the uses of social media of the Ministries or Government Institutions, especially The Ministry of Communications and Informatics, in communicating certain regulation to citizens. By using constructivisme paradigm, the research reconstruct how the Ministry of Communications and Informatics proposed their public relations management process using the 4-step process introduced by Cutlip and Center (defining the problem, planning and programming, action and communicating, and evaluation), by using case study of social media used for communicating the regulation regarding Registration of Customers Telecommunication Services as an example.

The analysis of this research shows how the Ministry of Communications and Informatics implemented the 4-step public relations management process. In each process, we found several drawbacks. At the first step, *defining the problem*, The Ministry had not identified the strengths and weaknesses of their social media in specifics. Furthermore, the second step in *programming of the PR*, the Ministry showed significant process by defining the program needed and made schedule of PR program in order to disseminate the regulation concerning registration of telecommunication services. However, the program has not shown sufficient concern on using social media. In the third step, *action and communicating*, the Ministry gave sufficient various content and explanation regarding the campaign of telecommunications' services registration in accordance with the programs' schedule in the aforementioned process. Though in the last step, *evaluating the program*, the Ministry did not provide monitoring and evaluations mechanisms or procedure, especially to assess the uses of social media. This means the management process of the PR, especially using social media, could not be evaluated and perfected.

With regards to the analysis provided above, the result of the campaign on registration of telecommunications services shows the increasing number of the telecommunication services' registrars. Although several communications barriers, especially in the organizational communication and human resources limitation, which affect its PR management process. Social media as government's communication tools of PR needs its own focus, especially with the IT development and increasing number of media social users in Indonesia, in order to utilize its function to disseminate regulations.

Key words: Public Relations Management, Registration of Telecommunication Services Customers, Social Media

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT seta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Manajemen *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Kartu Prabayar Seluler).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang manajemen *public relations* dengan menggunakan media sosial yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan registrasi pelanggan jasa telekomunikasi.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Henny Gusfa, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Surya, M.Si, selaku penguji pada Seminar Proposal.
3. Dr. Inge Hutagalung, M.Si, selaku penguji pada Ujian Tesis
4. Direktur Program Pascasarjana beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

6. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan hingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua, istri terkasih, Frieda Ayuningtyas, dan kedua anak kesayangan penulis, Gadi dan Gibran, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya terkait manajemen public relations di Indonesia.

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	16
1.3. Identifikasi Masalah.....	16
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	17
1.4.1 Maksud Penelitian.....	17
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	19
2.1. Penelitian Terdahulu.....	19
2.2. Kajian Teori.....	27
2.2.1. Strategi Komunikasi dan Manajemen <i>Public Relations</i>	27

2.2.2. Manajemen Komunikasi Pemerintah.....	30
2.2.3. Proses Sosialisasi	31
2.2.4. Media Sosial	32
2.2.5. Hambatan Komunikasi	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Objek Penelitian	39
3.2. Paradigma Penelitian.....	39
3.3. Metode Penelitian.....	41
3.4. Key Informan dan Informan.....	43
3.5. Jenis dan Sumber Data	45
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7. Teknik Analisis Data.....	46
3.8. Teknik Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2. Hasil Penelitian	57
4.2.1. Gambaran Umum Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi	57
4.2.2. Analisis Manajemen Proses <i>Public Relations</i> dalam Penggunaan Media Sosial.....	59
4.2.2.1. Analisis Situasi/ Pendefinisian Permasalahan atau Peluang ..	59
4.2.2.2. Perencanaan/ Perumusan Strategi Program.....	64
4.2.2.3. Implementasi Program	67

4.2.2.4. Evaluasi Program	73
4.3. Pembahasan / Hasil	76
4.3.1. Pembahasan situasi/ pendefinisian masalah atau peluang	76
4.3.2. Pembahasan perencanaan strategi program	78
4.3.3. Pembahasan implementasi program (<i>Action and Communicating</i>)	79
4.3.4. Pembahasan evaluasi program.....	83
4.3.5. Pembahasan hambatan komunikasi	85
4.3.6. Mapping manajemen proses <i>Public Relations</i> Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	88
BAB V PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran/Rekomendasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97
Hasil Wawancara Narasumber I.....	97
Hasil Wawancara Narasumber II	106
Hasil Wawancara Narasumber III.....	114
Hasil Wawancara Narasumber IV	118
CURRICULUM VITAE	124
TURNITIN JURNAL.....	126