

Strategi Komunikasi Program Kerja Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK) dalam Membangun Brand Awareness Masyarakat Melalui Instagram.

Bibliografi : 5 Bab 177 Halaman + 14 Lampiran + 37 Buku + 8 Internet

## ABSTRAK

Kemenko PMK belum dikenal oleh masyarakat luas terkait program kerja yang ditangani, serta tugas dan fungsi dalam pemerintahan. Kemenko PMK memiliki tujuan dalam penggunaan akun instagram yaitu menampilkan kegiatan dan program Kemenko PMK guna memberikan informasi dan pemahaman, serta sarana mempromosikan Kemenko PMK kepada masyarakat luas.

Tujuan penelitian penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Komunikasi apa saja yang digunakan oleh Kemenko PMK dalam Membangun Brand Awareness Masyarakat Melalui akun Instagram @kemenko\_pmk.

Strategi komunikasi merupakan suatu seni dalam menentukan posisi, dan harus didukung oleh teknik komunikasi yang baik, metode penyampaian dan pemilihan media yang tepat. Kehadiran internet ditengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya Media baru (*New Media*). Salah satu media baru yang digunakan dalam penelitian ini adalah instagram.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tehnik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian hasil penelitian disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Mengenali sasaran komunikasi yaitu penetapan target audien yang ingin dicapai oleh @kemenko\_pmk sendiri, targetnya dari akun instagram @kemenko\_pmk adalah seluruh masyarakat Indonesia pengguna instagram terutama followernya. (2) Pemilihan media, Kemenko PMK memilih media instagram dengan akun @kemenko\_pmk karena sebagai media yang efektif. Selain itu media instagram saat ini yang sedang diminati. (3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi, Aktivitas komunikasi yang dilakukan melalui instagram @kemenko\_pmk menggunakan berbagai macam fitur yang sering dilakukan yaitu unggah foto (*photo upload*), penggunaan judul foto (*caption*) dengan pemilihan kata yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan gambar yang ditampilkan. Tagar (*hashtag*) sesuai tema kegiatan yang dilaksanakan. Penggunaan Mentions Karena tidak jarang kementerian lain merepost, Serta komentar sebagai salah satu bentuk komunikasi 2 arah dengan khalayak. (4) Peranan komunikator dalam menyampaikan pesan harus memiliki daya Tarik dan memiliki kredibilitas.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, *Brand Awareness*, Instagram, Kemenko PMK

Communication Strategy of the Work Program of the Coordinating Ministry for Human Development and Culture (Kemenko PMK) in Building Community Brand Awareness Through Instagram.

Bibliografi : 5 Chapters 177 pages + 14 Enclosures + 37 Books + 8 Internets

## ABSTRACT

The Coordinating Ministry for Human Development and Cultural Affairs (Kemenko PMK) role and programs in the Government is relatively not well known to public yet, in terms of its work program as well as its duties and functions in the Government. The purpose of Kemenko PMK in using Instagram platform is to display and disseminate activities and programs of Kemenko PMK, in order to provide information and knowledge, and also to promote Kemenko PMK to the wider audience.

The purpose of this research study is to describe what Communication Strategies used by Kemenko PMK in Building Community Brand Awareness through the Instagram account @kemenko\_pmk. Communication strategy is an art in determining position, and must be supported by good communication techniques, delivery methods and the selection of appropriate media. The presence of the internet in the midst of people's lives is the beginning of the emergence of new media. One of the new media used in this research is Instagram.

The paradigm used in this research is the constructivist paradigm, with a qualitative approach. This type of research uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation. The research result will be presented in the form of descriptive writing.

The results of this study indicate (1) Recognition of the communication target, specifically the target which @kemenko\_pmk is trying to reach. The target of the @kemenko\_pmk instagram account is all Indonesian people who use Instagram, especially their followers. (2) Media selection, Kemenko PMK chooses Instagram media under @kemenko\_pmk account because it is an effective media. In addition to that, Instagram as social media platform is currently in great demand. (3) Analysis of the purpose of communication messages. Communication activities carried out by @kemenko\_pmk instagram use various features, which is photo and video posting, and caption creation with words selection that are easily understood and adjusted to the images displayed. The use of Hash tag (hashtag) in accordance to the theme of the activities carried out. Also the use of Mentions for other ministries to repost, and comment section as a form of 2-way communication with the public. (4) The role of the communicator in conveying the message must be attractive and credible.

Keywords: Communication Strategy, Brand Awareness, Instagram, Kemenko PMK