

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI CYBER PUBLIC RELATIONS DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN UDARA RI DAN RESPON KHALAYAK TERHADAP

IMPLEMENTASI STRATEGI TERSEBUT

Uni Triwida Pardosi

NPM: 2018210059

(5 Bab + 122 Hal + 5 Gambar + 21 Tabel + 7 Lampiran + 25 Bibl (2010-2021)

Hadirnya dunia *Cyber* dalam ruang telekomunikasi memberikan zona baru dalam kehidupan manusia pada zaman modern. Saat ini banyak perusahaan dan instansi yang memanfaatkan penggunaan media *Cyber* dalam strategi komunikasinya. Salah satunya *Cyber Public Relations* yang merupakan sebuah bentuk pengoperasian fungsi di dunia maya dalam praktik kerja *public relations* atau yang menggunakan internet sebagai sarana konten publisitasnya yang digunakan sebagai salah satu strategi komunikasi. Citra Lembaga akan terbentuk dari respon khalayak, maka Direktorat Jenderal Perhubungan Udara membentuk strategi komunikasi melalui penggunaan *Cyber Public Relations* sehingga mendapat pengertian dari khalayak. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi *Cyber Public Relations* Direktorat Jenderal Perhubungan Udara RI dan bagaimana respon khalayak terhadap implementasi tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan teori analisis resepsi menurut Fiske, teori ini menjelaskan bahwa seseorang merupakan pihak yang berupaya mencari makna dari sebuah pesan pada teks media. Metode yang digunakan adalah *mix method* atau penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Untuk penelitian kualitatif, informan kunci dalam penelitian ini adalah Ibu Levina Widya Gustarika selaku Kepala Sub Bagian Humas (Kasubbag) Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. Informan lainnya yaitu Bapak Rifky Agus Krisdianto selaku Penyusun Bahan Publikasi dan Kehumasan Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. Untuk penelitian kuantitatif yaitu

pada pengikut (*followers*) akun instagram DJPU sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas DJPU yaitu dengan memanfaatkan media sosial dalam melakukan konten publikasi melalui instagram dengan kegiatan media monitoring, rapat berkala, melakukan klarifikasi informasi, melakukan *updating* informasi, komunikasi dua arah, merespon khalayak secara normatif dan membangun hubungan yang baik dengan khalayak. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa indikator *emphaty* memiliki kategori efektif, indikator *reliability* memiliki kategori efektif, indikator *understanding* memiliki kategori cukup efektif, dan indikator *readability* memiliki indikator efektif. Dengan kesimpulan bahwa respon khalayak terhadap implementasi strategi komunikasi *Cyber Public Relations* adalah berjalan dengan baik atau efektif.

Kata Kunci: Strategi, Cyber Public Relations, Respon Khayalak, DJPU.

ABSTRAK

**CYBER PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY DIRECTORATE
GENERAL OF AIR TRANSPORTATION OF THE REPUBLIC OF
INDONESIA AND THE AUDIENCE'S RESPONSE TO
IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY**

Uni Triwida Pardosi

NPM: 2018210059

(5 Chapters + 122 Pages + 5 Pictures + 21 Tables + 7 Lamp + 25 Bibles (2010-2021)

The presence of the Cyber world in the telecommunications space provides a new zone in human life in modern times. Currently, many companies and agencies are utilizing the use of cyber media in their communication strategies. One of them is Cyber Public Relations, which is a form of operating functions in cyberspace in the practice of public relations or using the internet as a means of publicity content which is used as a communication strategy. The image of the institution will be formed from the audience's response, then the Directorate General of Civil Aviation will form a communication strategy through the use of Cyber Public Relations so that it gains understanding from the audience. The purpose of this research is to know the communication strategy of Cyber Public Relations of the Directorate General of Civil Aviation of the Republic of Indonesia and how the public responds to the implementation. The theory used in this study, using reception analysis theory according to Fiske, this theory explains that a person is a party who seeks to find the meaning of a message in a media text. The method used is a mix method or qualitative and quantitative descriptive research. Data collection techniques were carried out by interviews, observation, documentation and

questionnaires. For qualitative research, the key informant in this study was Ms. Levina Widya Gustarika as Head of the Public Relations Sub-Division (Head of Subsection) of the Directorate General of Civil Aviation. Another informant is Mr. Rifky Agus Krisdianto as the Compiler of Publication Materials and Public Relations of the Directorate General of Civil Aviation. For quantitative research, there are 100 respondents on the DJPU Instagram account followers. The results of this study indicate that DJPU's public relations communication strategy is to utilize social media in publishing content through Instagram with media monitoring activities, periodic meetings, clarifying information, updating information, two-way communication, responding to audiences normatively and building good relationships with audience. This study also shows that the empathy indicator has an effective category, the reliability indicator has an effective category, the understanding indicator has a fairly effective category, and the readability indicator has an effective indicator. With the conclusion that the audience's response to the implementation of the Cyber Public Relations communication strategy is going well or effectively.

Keywords: Strategy, Cyber Public Relations, Audience Response, DJPU.