

**STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN
DALAM MEWUJUDKAN *CURRENT IMAGE*
MELALUI MEDIA SOSIAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**ENDA PUTRI MUTIARA MAHA
2103110251**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

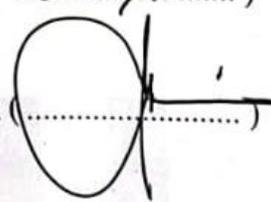
Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Enda Putri Mutiara Maha
NPM : 2103110251
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.Prof.Dr.ABRAR ADHANI, M.I.Kom ()

PENGUJI II : EL VITA YENNI, S.S., M.Hum ()

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom ()

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris



Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., M.S.P. Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

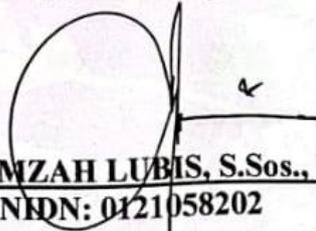
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : Enda Putri Mutiara Maha
NPM : 2103110251
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam Mewujudkan Current Image melalui Media Sosial

Medan, 25 Maret 2025

Pembimbing



FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0121058202

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan



Assoc. Prof. Dr. ARIFFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Enda Putri Mutiara Maha**, NPM 2103110251, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 April 2025

Yang Menyatakan,



Enda Putri Mutiara Maha

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala karena Rahmat dan karunia-Nya peneliti mampu dan diberikan keberkahan juga kesehatan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa dihadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan, sehingga dapat menjadi petunjuk bagi kehidupan umat islam baik di dunia maupun di akhirat.

Merupakan suatu kebanggaan dan juga kebahagiaan bagi penulisan atas terselesaikannya penulisan tugas akhir akademik ini. Pada skripsi ini yang berjudul Strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam Mewujudkan *Current Image* Melalui Media Sosial. Peneliti sadar banyak sekali tantangan serta rintangan yang dihadapi selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini, sehingga dibutuhkan keseriusan juga kesabaran serta ketekunan dalam penyusunan hingga penyelesaiannya.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada orangtua peneliti, ibu Sari Yuliana Surbakti dan Bapak Junaidi Maha, yang telah memberikan dukungan, perhatian, pujian, bimbingan, kasih sayang serta doa yang tulus sehingga peneliti selalu merasa termotivasi, dan bahagia dalam perjuangan di bangku kuliah, juga dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Peneliti juga berterima kasih kepada adik peneliti, Yudha Ahmad Fauzi Maha dan nenek peneliti, ibu Darisam

yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Dalam kesempatan ini peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini tidak akan selesai, tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sekaligus Dosen Pembimbing yang sudah membimbing peneliti dengan sangat baik dan penuh kesabaran mulai dari penyusunan proposal tugas akhir hingga tuntas menjadi tugas akhir yang in syaa Allah akan bermanfaat bagi pembaca.

7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam proses perkuliahan dan mengurus berkas-berkas perkuliahan.
8. Pengelola Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah melayani pemenuhan referensi-referensi buku.
9. Kepada sahabat peneliti Aulia Andini dan Trian Clara Octaviana yang telah mendukung, memberi semangat, dan menemani perjalanan peneliti dari tamat sekolah sampai proses panjang perkuliahan hingga saat ini, terima kasih Aulicek dan Nana.
10. Kepada sahabat peneliti Wulan Nisa, Aida Sihombing, Ulfa Sari Matondang, dan Anggie Pravita yang selalu memberikan semangat, dan motivasi, serta menemani dari semester satu sampai saat ini, saling memberi semangat dan berjuang mendapatkan gelar sarjana, semoga segala usaha kita mendapatkan hasil yang maksimal.
11. Kepada teman-teman seorganisasi HMJ IKO FISIP UMSU yang telah kebersamai dalam berkegiatan di kampus, selalu menjadi penghibur saat peneliti jenuh dalam penulisan tugas akhir ini. Terima kasih untuk pengalaman, canda tawa, dan kebersamaan dari kalian semua, semoga kita selalu solid dan kreatif.
12. Kepada Cici Triandini, dan Alya Khalizah, Puja Annisa Panjaitan yang sudah menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan support kepada peneliti dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

13. Teruntuk pegawai bagian Prokopim Setda Kota Medan di Kantor Wali Kota Medan yang sudah bersedia menjadi narasumber dalam penulisan ini.
14. Terakhir, terima kasih kepada peneliti tugas akhir ini yaitu diri saya sendiri, Enda Putri Mutiara Maha. Seorang anak perempuan pertama yang memiliki keinginan tinggi untuk membahagiakan kedua orangtuanya. Gadis usia 21 tahun yang terkadang keras kepala dan sulit dimengerti isi kepalanya. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sampai saat ini, melewati banyaknya rintangan yang alam semesta berikan. Terima kasih sudah menjadi manusia hebat yang mungkin di mata orang lain terlihat biasa saja, tetapi dirimu selalu tahu bahwa sampai di titik ini bukan hal yang mudah. Walau sering realita tidak sesuai dengan ekspektasi, terima kasih selalu merayakan dirimu hingga saat ini. Tetap bersyukur dan terima kasih selalu berusaha, tidak lelah mencoba dan berdoa untuk rencana-rencana indahmu. Berbahagialah kapan pun dan dimana pun kamu berada, Enda. Rayakan selalu dirimu dan bersinarlah dengan kebaikan-kebaikan untuk sekitarmu. Semoga perjalananmu selalu diridhoi Allah Subhanahu Wata'ala dan selalu dalam lindungan-Nya, aamiin.

Medan, 25 Maret 2025
Peneliti

Enda Putri Mutiara Maha

STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN DALAM MEWUJUDKAN CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL

ENDA PUTRI MUTIARA MAHA
NPM: 2103110251

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi semakin pesat, pemanfaatan media komunikasi digital mulai diberlakukan di setiap aspek kehidupan, termasuk juga dalam tata kelola humas pemerintahan, dan media *relations*. Sebuah Instansi dapat membentuk dan mewujudkan citra dengan memanfaatkan kecanggihan media sosial. Citra dalam sebuah organisasi atau instansi terdiri dari beberapa macam, salah satunya adalah citra yang berlaku (*current image*). Dalam hal ini, Prokopim Setda Kota Medan juga berupaya dalam strategi mewujudkan citra yang berlaku (*current image*) melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communication Goal Theory* Little John. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi yang diterapkan oleh akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan berhasil menarik banyak respon positif dari masyarakat, disertai dengan penurunan kritik negatif, dalam upaya membangun *current image*, Prokopim Setda Kota Medan senantiasa berkomitmen untuk menyajikan informasi dan berita yang akurat serta sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Current Image*, Media Sosial

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Strategi.....	7
a. Definisi Strategi.....	7
b. Tujuan Strategi.....	8
2.2 Komunikasi Organisasi.....	9
2.3 Public Relations.....	10
2.4 Citra.....	11
2.4 New Media.....	13
2.5 Media Sosial.....	15
2.6 Communication Goal Theory Little John.....	17
2.7 Prokopim Setda Kota Medan.....	18
2.8 Anggapan Dasar.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Kerangka Konsep.....	20
3.3 Definisi Konsep.....	21
3.5 Kategorisasi Penelitian.....	22
3.4 Informan atau Narasumber.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
a. Wawancara (Interview).....	23
b. Observasi.....	24
c. Studi Dokumentasi.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
a. Pengumpulan Data (Data Collection).....	25
b. Reduksi Data (Data Reduction).....	25
c. Penyajian Data (Data Display).....	25
d. Penarikan Kesimpulan (conclusion drawing atau verification).....	26
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Data Informan.....	28

4.1.2 Hasil Wawancara Informan.....	28
4.2 Pembahasan... ..	38
BAB V PENUTUP.....	43
5.1 Simpulan.....	43
5.2Saran... ..	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian.....	23
Tabel 4.1. Data Informan... ..	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Persentase penggunaan internet dari setiap media sosial... ..	3
Gambar 3.1. Kerangka Konsep.....	21
Gambar 3.2. Prosedur dan Tahapan Penelitian Kualitatif... ..	26
Gambar 3.3. Peta Lokasi Penelitian 2025.....	27
Gambar 3.4. Lokasi Penelitian 2025... ..	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan digitalisasi semakin pesat, pemanfaatan media komunikasi digital mulai diberlakukan di setiap aspek kehidupan, termasuk juga dalam tata kelola humas pemerintahan, dan media *relations*. Menurut (Faustyna, 2022), *Media Relations* merupakan relasi atau hubungan yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi atau instansi, meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan *point of selling* membantu organisasi atau instansi keluar dari komunikasi krisis dan meningkatkan relasi dari beragam publik.

Dalam sebuah instansi pemerintahan termasuk juga bagian-bagiannya, keberadaan *Public Relation* memiliki arti yang sangat signifikan. Dua fungsi utama fungsi teknis dan manajemen sering kali terlihat dalam kegiatan *Public Relation*, contoh dari peran teknis dalam dunia *Public Relation* meliputi menulis, mengedit, fotografi, komunikasi, merancang acara khusus, serta berinteraksi dengan media. Tanggung jawab membantu organisasi atau instansi dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan reputasi menjadi tujuan dari strategi *Public Relation*.

Strategi adalah bagian dari kehidupan manusia, strategi timbul dari logika manusia yang menginginkan segala sesuatu sesuai dengan rencana dan yang diharapkan. *Public Relations* juga membutuhkan perencanaan yang cukup baik

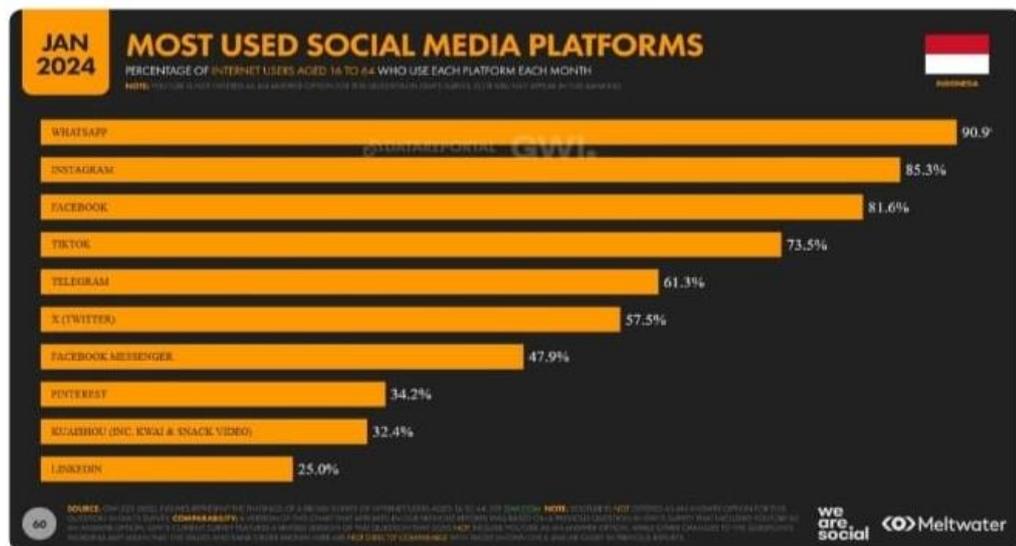
dalam menyusun strategi yang digunakan. Faktor situasi yang sedang terjadi menjadi faktor penentu dari strategi yang akan digunakan, hal ini perlu diperhatikan agar strategi yang digunakan mampu diimplementasikan dalam berbagai masalah dan krisis guna mencapai hasil yang diinginkan (P. M. Sari, 2020). Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan juga memiliki manajemen strateginya dalam mewujudkan citra yang berlaku (*current image*) di masyarakat.

Media komunikasi digital *Public Relation* (PR) sangat mendukung keberhasilan humas pemerintahan dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Humas pemerintah menjalankan salah satu fungsi pokoknya yakni dengan menyebarkan informasi mengenai kebijakan dan program Pemerintah melalui menjaga aliran informasi yang efektif. Dengan upaya tersebut, lembaga pemerintah dapat mengkomunikasikan informasi mengenai kebijakan dengan baik sehingga dapat diterima oleh masyarakat pada akhirnya masyarakat akan mendukung berbagai kebijakan dan program yang dibuat oleh Pemerintah. Sebagai garda terdepan dalam instansi pemerintahan, humas pemerintah harus menguasai aliran informasi yang sedang berkembang di instansinya. Bahkan tidak menutup kemungkinan humas pemerintah harus lebih proaktif mencari informasi baik yang berada di dalam organisasi maupun apa yang berkembang di publik (Prastowo, 2020).

Prokopim memiliki banyak tanggung jawab untuk mendukung pimpinan dalam urusan protokoler, mendokumentasi, dan publikasikan setiap kegiatan dan tindakan pimpinan, seperti Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan Sekretaris Daerah

(Sekda) Kota Medan. Sejatinnya Prokopim merupakan humas pemerintahan dari Kantor Wali Kota Medan yang berfungsi menyiapkan bahan informasi acara, dan jadwal kegiatan Wali Kota dan Wakil Wali Kota, menginformasikan jadwal dan kegiatan pemerintah Kota, melaksanakan koordinasi dan fasilitasi kegiatan Wali Kota dan Wakil Wali Kota, serta menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang protokoler, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi. Sebagaimana humas semestinya, Prokopim berupaya membentuk dan mewujudkan citra positif bagiannya sebagai humas di Kantor Wali Kota Medan, dan citra positif Wali Kota Medan Bobby Nasution.

Gambar 1.1. Persentase penggunaan internet dari setiap media sosial



- Pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 90,9% dari jumlah populasi.
- Pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 85,3% dari jumlah populasi.
- Pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 81,6% dari jumlah populasi.
- Pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 73,5% dari jumlah populasi.

Sumber: datareportal.com

Sebuah Instansi dapat membentuk dan mewujudkan citra dengan memanfaatkan kecanggihan media sosial. Citra dalam sebuah organisasi atau

instansi terdiri dari beberapa macam, salah satunya adalah citra yang berlaku (*current image*). Citra yang berlaku (*current image*) merupakan citra yang melekat di pihak luar mengenai suatu organisasi atau instansi. Dalam hal ini, Prokopim Setda Kota Medan juga berupaya mewujudkan citra yang berlaku (*current image*) melalui media sosial. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial sangatlah penting, guna mengetahui bagaimana strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam membangun citra yang positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui media sosial. Karena citra sebuah instansi pemerintahan di media sosial sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat, sehingga penelitian ini bisa menjadi dasar penting untuk mengembangkan strategi komunikasi Prokopim Setda Kota Medan yang berkelanjutan.

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan dalam mewujudkan citra yang berlaku (*current Image*) melalui media sosial. Platform media sosial hanya mencakup platform publikasi, seperti instagram, youtube, twitter, dan facebook yang sering digunakan Prokopim Setda Kota Medan dalam berinteraksi dengan masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang mengungkapkan mengapa sebuah penelitian harus dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penulisan skripsi ini terbagi menjadi:

1. **Aspek Teoritis**, penelitian ini dapat menambah referensi tentang manajemen citra dalam konteks organisasi atau lembaga pemerintahan, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman teori tentang citra dan strategi untuk mewujudkannya.
2. **Aspek Praktis**, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bisa dimanfaatkan oleh organisasi atau lembaga pemerintah dalam mewujudkan citra yang selaras dengan tujuan yang ingin dicapai.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi pendahuluan yang di dalamnya terdapat uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Bagian ini berisi uraian teori yang relevan dengan strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial. Pada bab II ini juga akan disajikan anggapan dasar penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini mengungkapkan dan menguraikan bagaimana metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini, seperti jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, Lokasi dan waktu penelitian, serta deskripsi singkat mengenai objek penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi uraian dan penjabaran analisis hasil data riset penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi tentang simpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi

2.1.1 Definisi Strategi

Strategi adalah suatu desain perencanaan yang telah dirancang secara teliti oleh seseorang individu dan juga kelompok berdasarkan tujuan sebagaimana yang telah ditentukan. Dipergunakannya strategi, rencana yang telah disusun akan berjalan sesuai dengan pola yang telah dirancang. Di sisi lain, strategi dapat berguna sebagai antisipasi kemungkinan yang akan terjadi dalam perencanaan. Strategi bukan hanya sebuah perencanaan maupun sebagai *planning*, namun menunjukkan penerapan serta pelaksanaan langkah-langkah yang tepat secara terstruktur, efektif, dan efisien dalam pelaksanaan. Efektif terjadi apabila terdapat efek baik dari segi akibat dan pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu hal yang telah diperbuat (Harahap, S, M et al., 2022).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*), manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya (Thareeq Akbar Perkasa dan Rafinita Aditia, 2023).

Menurut Butar et al., (2022), strategi merupakan cara perusahaan mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan dan diketahui bersama. Perencanaan strategi akan menggunakan metode STOP and SIT. STOP (*Segment, Target Market, Online Value Proposition* (OVP), dan *Positioning*). Pembentukan strategi

menggunakan SIT (*Sequence or Stage, Integration dan Tools*) Strategi-strategi tersebutlah yang merupakan pedoman yang dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu perencanaan yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan untuk memenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan yang kompetitif (Rusdiana, 2023). Berdasarkan uraian para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan perencanaan serta pelaksanaan yang dirancang secara teliti dan efektif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

2.1.2 Tujuan Strategi

(Harahap, S, M et al., 2022) tujuan dari strategi komunikasi menurut Liliweri, antara lain:

- 1) Memberitahu (*announcing*) Tujuan utama dari strategi komunikasi yaitu memberikan pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality*). Demikian, informasi yang akan dipromosikan didapatkan saling keterkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi penting. Informasi tersebut dipublikasikan melalui media massa.
- 2) Memotivasi (*motivating*) Informasi yang disebar serta dipublikasikan bertujuan untuk menarik kepedulian masyarakat.
- 3) Mendidik (*educating*), memberikan edukasi kepada masyarakat.

- 4) Penyebaran informasi (*informing*) Penyebarluasan informasi merupakan bagian dari tujuan strategi komunikasi kepada masyarakat yang telah menjadi sasaran. Informasi yang akan disebarkan diupayakan informasi yang spesifik maupun aktual.
- 5) Mendukung pembuat keputusan (*supporting decision making*) informasi utama yang dibuat oleh pengambil keputusan melalui langkah-langkah, yaitu dalam rangka membuat sebuah keputusan, informasi yang telah terkumpul akan dikategorikan, kemudian dianalisis sedemikian rupa.

2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lainnya dalam konteks organisasi. Komunikasi organisasi juga bisa dikatakan sebagai penyampaian dan penerimaan suatu pesan yang bertujuan untuk saling bekerjasama mencapai hasil yang telah ditentukan oleh organisasi tersebut. Keberhasilan suatu organisasi tergantung bagaimana individu didalamnya melaksanakan komunikasi dengan baik (Purnomo, 2022).

Dalam Asriadi (2020), Goldhaber (1993: 14-15) juga mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat di definisikan dari berbagai sudut pandang, seperti yang berikut ini;

- 1) Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya, baik internal (yang disebut budayanya) dan eksternal.
- 2) Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah dan media.

- 3) Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dan sikap mereka, perasaan dan hubungan dan keterampilan.
- 4) Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungannya yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

2.3 Public Relations

Pada hakekatnya *public relations* merupakan bagian dari komunikasi, yang di dalamnya terdapat model dan teknik komunikasi yang beragam, sementara di dalam kegiatannya terdapat suatu usaha mewujudkan hubungan harmonis antara institusi tertentu dengan publiknya. Ragam pengertian *public relations*, salah satunya dipahami sebagai bagian dari fungsi manajemen, karena di dalam pelaksanaannya terdapat aktivitas dalam rangka membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi suatu institusi di satu pihak dengan publik di pihak lainnya (Jauharri, 2021).

Public Relations merupakan komunikator dari sebuah perusahaan, organisasi, maupun lembaga yang dituntut untuk menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal. Tetapi jika fungsi *public relations* yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekatan khusus dan motivasi (Rafi, 2019).

Menurut Sartika dan Rachmat (2023), *public relations* merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang memegang peranan penting bagi peningkatan

kinerja perusahaan di mata pelanggan. Kegiatan *public relations* berhubungan dengan pihak luar perusahaan dalam memperkenalkan produk kepada pihak luar. *Public relations* dapat dikatakan sebagai perantara antara perusahaan dengan publik yang tidak hanya memiliki peranan menyampaikan informasi, namun juga berupaya untuk memberikan solusi atas permasalahan internal maupun eksternal perusahaan. Keberadaan *public relations* perusahaan akan memberikan dampak positif bagi citra perusahaan. Dalam hal ini, keberadaan *public relations* bertugas dalam menjaga hubungan baik antara internal perusahaan dengan publik dalam upaya menciptakan citra perusahaan yang baik di mata publik.

Public Relations didefinisikan sebagai sebuah proses yang direncanakan dan berlangsung secara terus menerus atau berkesinambungan, dimana tujuan dari semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan adalah membangun, menjaga, serta mempertahankan citra positif dari publik internal maupun eksternal terhadap perusahaan. *Public Relations* sebagai tulang punggung perusahaan, jika perusahaan itu ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat, maka perusahaan itu harus mempunyai humas yang bisa meningkatkan atau menjaga citra perusahaan tersebut (Istighfarin dan Yuliani, 2020).

2.4 Citra

Citra bisa dimaknai sebagai gambaran diri baik personal, organisasi maupun lembaga yang sengaja dibangun untuk merepresentasikan kepribadian atau ciri khas, sehingga karenanya akan muncul persepsi baik tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, atau suatu aktivitas. Upaya lembaga dalam membangun citra adalah dengan menetapkan citra seperti apa

yang ingin ditunjukkan kepada publik. Anggoro mendeskripsikan terdapat beberapa jenis citra (*image*) antara lain (Wahid, 2023):

- a. Citra bayangan (*mirror image*), diartikan sebagai citra yang melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dengan kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidak tepat bahkan hanya merupakan ilusi
- b. Citra yang berlaku (*current image*), kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataannya karena semata-mata hanya padangan pengalaman dan pengetahuan orang-orang luar yang tidak memadai sehingga citra ini sering kali cenderung kepada hal yang negatif.

Menurut (Mulyadi, 2018), citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan, pengertian dan pengalaman seseorang mengenai fakta-fakta atau kenyataan. Frank Jefkins mengklasifikasikan citra menjadi lima macam, yaitu:

- a. *Mirror image* atau citra bayangan, adalah citra yang sudah diyakini oleh lembaga atau perusahaan bersangkutan yang selalu merasa dalam posisi selalu baik tanpa mengacuhkan kesan-kesan orang luar lembaga.

- b. *Current image* atau citra yang berlaku adalah citra yang telah dianut oleh beberapa pihak di luar atau publik mengenai suatu lembaga.
- c. *Wish image* atau citra harapan adalah citra yang diinginkan oleh pihak lembaga.
- d. *Corporate image* atau citra perusahaan adalah citra yang muncul dari suatu lembaga secara menyeluruh, tidak hanya dari citra produk saja dan pelayanannya tetapi juga mencakup sejarahnya atau riwayat hidup perusahaannya, kesediaannya turut memikul tanggung jawab sosial, mau berkomitmen mengadakan riset, prinsip kerja dan keberhasilan lembaga, menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholders*, dan sebagainya.
- e. *Multiple image* atau citra majemuk yaitu citra yang sudah muncul dari beberapa jumlah individu, beberapa cabang atau perwakilan dari lembaga atau organisasi tetapi belum tentu sama dengan citra lembaga atau organisasi secara keseluruhan.

2.5 New Media

Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New media Reader* mengatakan bahwa bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media masaa dalam masyarakat. *New media* memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi ynag memnfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak (Utami, 2021).

Definisi dari media baru (*new media*) adalah perkembangan teknologi komunikasi massa digital atau komunikasi berbasis internet dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya dengan bertatap muka suara serta dapat berinteraksi menggunakan hologram dan tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet. Menurut Mc Quail media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi informasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cakupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Varenia dan Phalguna, 2022).

New media merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas, Penggunaan berkembang internet (*new media*) dari sekadar medium penyampai dan penerima pesan menjadi fasilitas untuk membantu pekerjaan, mencari hiburan, mengisi waktu luang, bahkan sebagai lahan bisnis kepentingan korporat. Kelebihan tersebut akhirnya memunculkan suatu perkembangan dari internet yang dikenal dengan istilah social media atau media sosial (Suhaimi et al.,2023).

Media baru diartikan sebagai sebuah wujud teknologi yang berkaitan erat dengan budaya kehidupan masyarakat umum. Dengan hadirnya media baru (*New Media*) akan membentuk kelompok masyarakat yang dinamakan dengan kelompok masyarakat maya, kelompok masyarakat maya sangat ketergantungan terhadap media dan seakan dunia nyata adalah dunia informatika dimana di dunia tersebut mereka bisa meneropong alam yang luas, berkomunikasi dengan

komunikasikan yang jauh akan tetapi seakan mengabaikan komunikasikan yang berada di sekitarnya sehingga dalam hal ini sifat individualis manusia sangat nyata sekali (Ahmadi, 2020).

2.6 Media Sosial

Menurut Lathifah et al., (2022) media sosial adalah alat yang dapat menghubungkan orang-orang yang mungkin tidak dapat dijangkau, namun internet dapat memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang yang tidak dapat kita temui.

Media sosial merupakan media yang dipergunakan secara online untuk beraktifitas maupun berkolaborasi (Budi et al., 2022). Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Yusuf et al., 2023).

Media sosial didefinisikan juga sebagai media yang diakses secara *online* atau terhubung dengan jaringan internet. Dimana para penggunanya dapat terhubung, terkoneksi, berbagi, menyebarkan dan menciptakan pesan atau informasi hingga dapat membuat satu dengan lainnya berkomunikasi secara interaktif tanpa harus berada di tempat yang sama atau bertemu secara langsung (Hidayat et al., 2023).

Media sosial dapat diartikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial dengan teknologi berbasis *web* yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memungkinkan setiap orang untuk terhubung satu sama lain tanpa batas geografis, spasial, atau bahkan temporal.

Tujuan yang sama yaitu untuk saling berkomunikasi, bertukar kabar, berbagi informasi dan mencari teman baru. Media sosial memiliki interaksi dan hubungan interpersonal dalam bentuk aplikasi atau website yang memfasilitasi komunikasi dua arah antara orang-orang, yaitu mem-posting pesan atau informasi yang kemudian dapat ditanggapi oleh orang lain melalui kolom komentar. Pesan atau informasi yang dibagikan dapat berupa teks, gambar, atau video. Singkatnya, media sosial juga didefinisikan sebagai alat yang digunakan oleh orang-orang dapat berinteraksi satu sama lain dengan membuat, berbagi, dan berbagi Pertukaran informasi dan ide dalam jaringan dan komunitas virtual (Rama et al., 2022).

Media sosial telah menjadi sistem komunikasi *online* yang populer dan tersebar luas di mana warga berbagi komentar, pendapat, dan emosi mereka. Setiap hari banyak ulasan *online* yang dibuat oleh pengguna aktif media sosial (Santoso dan Hasibuan, 2023). Kemampuan media sosial dalam menghilangkan batasan-batasan waktu, geografis dan dimensional memungkinkan manusia untuk mempersingkat waktu dan dimensi-dimensi yang ada sehingga terjadilah sebuah percepatan alur informasi. Dengan berkembangnya sistem komunikasi telepon pintar atau *smartphone* yang dapat memungkinkan manusia untuk selalu terhubung dengan alat komunikasi tanpa harus ada masalah kabel atau harus selalu duduk di depan komputer ketika akan mengakses sebuah situs internet, menjadikan media sosial semakin populer (Putri et al., 2022).

Menurut Mujahiddin dan Said (2017), pada saat ini media sosial menjadi satu alat atau media yang paling dominan dan atau paling banyak digunakan untuk

berkomunikasi khususnya di kalangan pemuda. Baik atau tidaknya komunikasi yang mereka bangun di media sosial akan berdampak pada tatanan sosial yang ada. Oleh karenanya, menjaga etika berkomunikasi pada saat menggunakan media sosial menjadi penting untuk dilakukan.

2.7 Communication Goal Theory Little John

Communication Goal Theory adalah teori strategi komunikasi berfokus pada tujuan yang merupakan sesuatu hasil atau keadaan yang diinginkan untuk dicapai atau dipertahankan. Keinginan menjadi tujuan interaksi apabila dibutuhkan komunikasi dan koordinasi dengan orang lain untuk mencapai tujuan. Kebanyakan komunikasi dengan orang lain adalah komunikasi yang memuat tujuan. Pencapaian tujuan membutuhkan beberapa Tindakan yang dirancang untuk mendapat tujuan. Perencanaan (strategi) terdiri dari membuat satu atau lebih model mental yang berisi detail tentang cara mencapai tujuan melalui interaksi. Produk dari tujuan dan rencana adalah perilaku nyata dalam rangka mencapai tujuan. Teori perilaku yang didasari tujuan menempatkan aspek tujuan di dalam urutan tujuan-rencana-tindakan (*goal-plans-action*) (Littlejohn, S, W dan Foss, K, A, 2022).

“*Communication goal theory*” merupakan teori yang berfokus pada bagaimana suatu kegiatan komunikasi dapat mencapai suatu tujuan. (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009:105). Tujuan merupakan sebuah keadaan dimana seseorang berkeinginan mencapai sesuatu. Keinginan tersebut bisa dalam hal kesuksesan, keamanan, dan lainnya. Demikian juga dengan sebuah proses komunikasi dimana seseorang atau komunikator memiliki suatu keinginan dari

apa yang mereka sampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikannya sebagai penerima pesan. Dapat dikatakan hal tersebut merupakan sebuah tujuan dalam proses komunikasi. Pada teori ini mengasumsikan bahwa faktor yang paling utama dalam mempengaruhi seorang individu atau pemirsa ialah dengan sebuah tujuan. Teori ini memiliki poin utama yang menjadi tolak ukur perbandingan dari teori yang lain, yaitu memiliki sebuah tujuan yang jelas dalam menentukan target pencapaian dan memiliki rancangan kegiatan komunikasi yang disusun secara sistematis (Novita et al., 2022).

2.8 Prokopim Setda Kota Medan

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Sekretariat Daerah Kota Medan, merupakan sumber pelayanan keprotokolan dan kehumasan dari Kantor Wali Kota Medan. Bagian Prokopim Setda Kota Medan terbagi menjadi tiga subbagian, yakni Subbagian Protokoler, Subbagian Komunikasi Pimpinan, serta Subbagian Dokumentasi dan Publikasi Kegiatan Kepemimpinan, keberhasilan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Medan dalam melaksanakan tugas dan perannya tidak terlepas dari bagian ini.

Prokopim mempunyai berbagai tugas untuk membantu pimpinan dalam hal protokoler, dokumentasi, dan publikasi semua aktivitas serta indakan yang dilakukan oleh pimpinan seperti Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan Sekretaris Daerah (Sekda) Kota Medan. Prokopim berperan sebagai humas pemerintahan dari Kantor Pemerintahan Wali Kota Medan, yang bertugas menyediakan informasi mengenai acara dan jadwal untuk Wali Kota dan Wakil Wali Kota, memberitahu tentang jadwal serta kegiatan pemerintahan kota,

melakukan koordinasi dan memfasilitasi acara Wali Kota dan Wakil Wali Kota, serta menyiapkan materi untuk pelaksanaan kebijakan terkait protokoler, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi. Selayaknya fungsi humas, Prokopim juga berusaha untuk membangun dan menciptakan citra positif bagi perannya sebagai humas di Kantor Wali Kota Medan dan citra positif Wali Kota Medan Bobby Nasution melalui platform media sosial.

2.9 Anggapan Dasar

Strategi yang dilakukan bagian Prokopim Setda Kota Medan telah jelas dan terarah, termasuk juga pemilihan platform media sosial yang menjadi saluran komunikasi utama, dan berperan penting dalam mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) di masyarakat, serta adanya interaksi melalui media sosial yang memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif dikembangkan dalam ilmu-ilmu sosial yang memungkinkan peneliti mempelajari fenomena sosial dan budaya yang biasanya mengacu pada data yang tidak berbentuk angka. Penelitian Kualitatif adalah pendekatan induktif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pengalaman individu atau kelompok atas suatu fenomena sosial (Wahyuni, 2023).

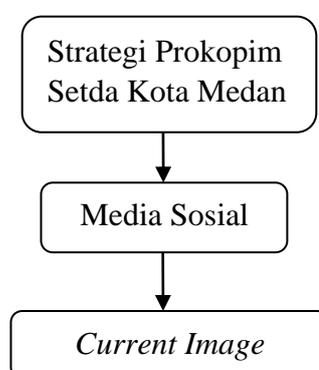
Menurut Prasetia (2022), metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas dalam bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti agar lebih jelas. Fokus dari penelitian kualitatif ini cenderung pada pemahaman mendalam , dan data informasi dari penelitian ini berasal dari wawancara, observasi, dan studi pustaka/dokumentasi terkait dengan apa yang diteliti.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka berpikir (kerangka konseptual) merupakan bagian dari penelitian yang menggambarkan alur pikiran peneliti, dalam memberikan penjelasan kepada

orang lain, mengapa dia mempunyai anggapan seperti yang diutarakan dalam hipotesis. kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dilengkapi dengan skema untuk memperjelas dan mempermudah pemahaman dan cara kerja peneliti (Sari et al, 2023). Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah:

Gambar 3.1. Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.3 Definisi Konsep

Konsep adalah kesepakatan bersama untuk menamai sesuatu dan alat intelektual untuk membantu berpikir dan memecahkan masalah. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu konsep mengandung atribut. Atribut adalah properti atau karakteristik yang dimiliki oleh suatu konsep yang membedakan objek atau peristiwa atau proses dari objek, peristiwa, atau proses lainnya. Sifat dapat didasarkan pada fakta berupa informasi tertentu yang dapat dibuktikan dengan laporan seseorang atau pengamatan langsung (Effendy et al., 2023). Adapun yang menjadi definisi konsep dari kerangka konsep yang diuraikan di atas adalah:

a. Strategi Prokopim Setda Kota Medan

Strategi merupakan perencanaan serta pelaksanaan yang dirancang secara teliti dan efektif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Pada konteks penelitian ini, merujuk pada strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial.

b. Media Sosial

Media sosial merupakan sarana komunikasi secara online yang digunakan individu tau kelompok untuk saling tukar informasi juga berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu.

c. *Current Image* (Citra yang Berlaku)

Current Image (Citra yang Berlaku) didefinisikan sebagai citra yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai sebuah organisasi, perusahaan atau lembaga pemerintahan, serta bisa juga disebut citra sebuah organisasi, perusahaan atau lembaga pemerintahan yang sedang mencuat di publik.

Dengan mendefinisikan konsep-konsep tersebut, penelitian ini berupaya untuk menguraikan dan mengeksplorasi bagaimana strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial.

3.5 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian diartikan sebagai proses mengelompokkan data ke dalam kategori yang relevan berdasarkan karakteristik bersama.

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Strategi	1. Perencanaan 2. Penyesuaian 3. Konsisten 4. Tujuan yang ingin dicapai
2.	Media Sosial	1. Komunikasi Online 2. Interaktif 3. Media Informasi 4. Tatanan Sosial

Sumber : Olahan Peneliti 2025

3.4 Informan atau Narasumber

Informan atau Narasumber memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah penelitian, untuk memperoleh data dan informasi. Dikutip dari Artrisdyanti (2023), informan adalah seseorang yang memberi informasi dalam penelitian melalui wawancara, serta yang menjadi sumber data dalam penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah pegawai yang bekerja dalam waktu yang lama di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan, sehingga memiliki banyak pengetahuan tentang bagian Prokopim Setda Kota Medan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang akan menjadi hasil atau fakta pendukung penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data menurut Sugiyono, berupa:

3.6.1 Wawancara (*Interview*)

Interview merupakan serangkaian data berupa tanya jawab antara peneliti

dengan narasumber berupa informasi tentang masalah penelitian yang sedang diteliti. Dalam kegiatan *interview* dilakukan dengan terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam sesi wawancara peneliti bebas menanyakan apa saja pertanyaan kepada narasumber yang berhubungan dengan penelitian (Sahir, S, H 2021). Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan wawancara terstruktur untuk memperoleh data yang akurat dari informan terkait.

3.6.2 Observasi

Observasi adalah pemilihan dan pencatatan perilaku orang-orang di lingkungannya. Metode ini berguna untuk menghasilkan deskripsi mendalam tentang organisasi atau peristiwa, untuk memperoleh informasi yang tidak dapat diakses dan untuk melakukan penelitian. Ketika metode lain tidak memadai. Observasi memupuk pemahaman yang mendalam dan kaya tentang fenomena, situasi dan perilaku subjek penelitian (Wahyuni, 2023). Penelitian ini akan menggunakan teknik observasi berupa melakukan pengamatan secara langsung di Kantor Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

3.6.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian berupa analisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diteliti (Prasetia, 2022). Dalam Penelitian ini, peneliti juga akan mengumpulkan data melalui studi dokumentasi, yaitu mencari informasi melalui dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah data yang sudah diolah sehingga hasil yang diperoleh mudah dimengerti oleh pembaca penelitian. Analisis data berupa informasi hasil olah data, mengelompokkan hasil dari pengolahan data, meringkas hasil olah data sehingga membentuk suatu kesimpulan penelitian (Sahir, S, H 2021). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu (Prasetia, 2022). Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yakni dengan:

3.7.1 Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik pengumpulan data yang telah dilakukan, yakni penggabungan dari berbagai jenis teknik pengumpulan data, baik wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi (Prasetia, 2022)

3.7.2 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting (Prasetia, 2022)

3.7.3 Penyajian Data (*Data Display*)

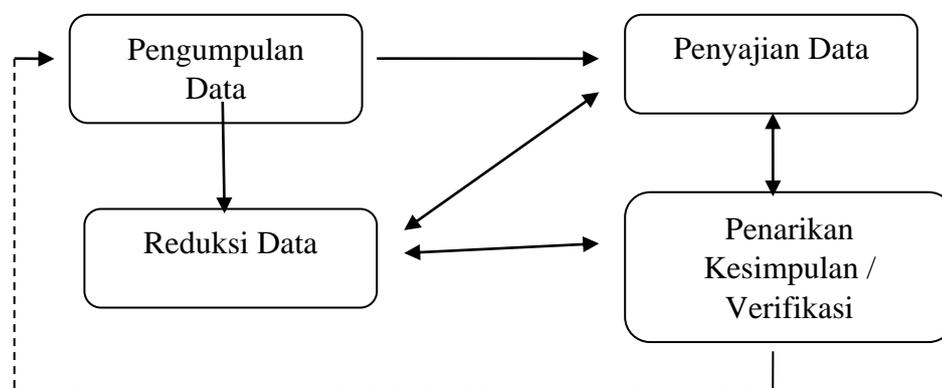
Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan Kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Penyajian data yang dimaksudkan dalam bentuk teks naratif, dan

bisa disajikan dalam bentuk table, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian data dalam bentuk display, maka data dapat terorganisir, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami (Prasetia, 2022).

3.7.4 Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing* atau *verification*)

Penarikan Kesimpulan atau verifikasi dilakukan selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validasi tetap terjamin (Prasetia, 2022). Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut (Sahir, S, 2021).

Gambar 3.2. Prosedur dan Tahapan Penelitian Kualitatif



Sumber: Model Miles & Huberman

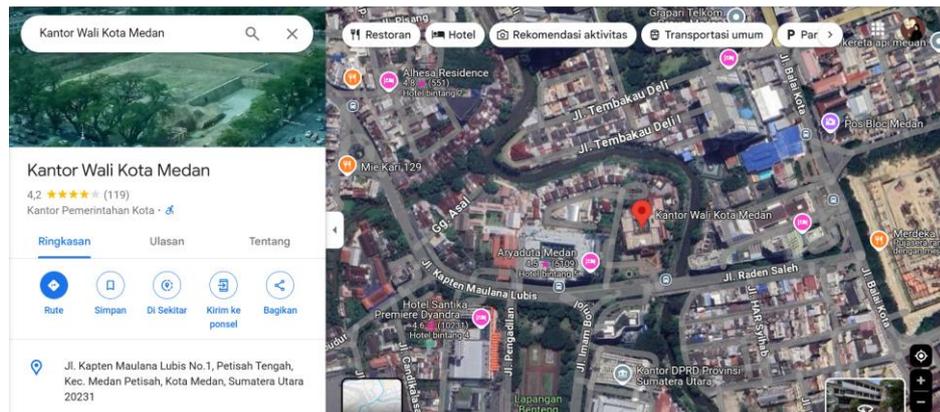
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi yang akan digunakan pada pelaksanaan penelitian ini bertempat di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kantor Pemerintahan Wali Kota Medan yang berlokasi di Jalan Kapten Maulana Lubis

No.2, Petisah Tengah, Kec.Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, 20231.

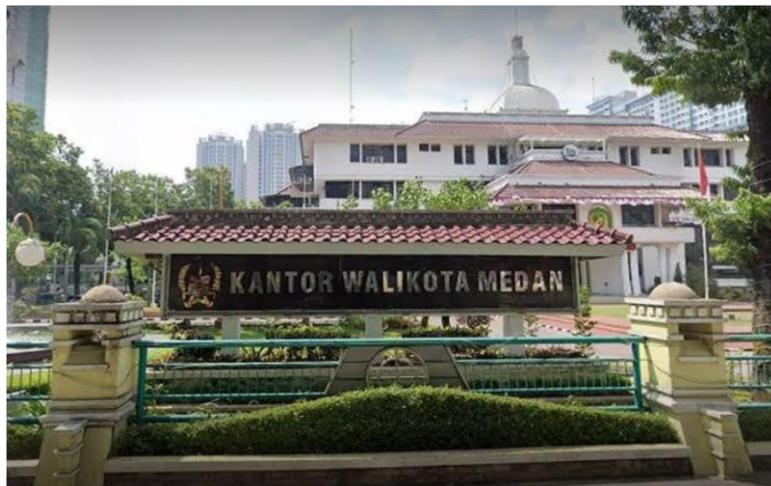
Kegiatan penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2024 sampai April 2025.

Gambar 3.3. Peta Lokasi Penelitian 2025



Sumber: Google Maps

Gambar 3.4. Lokasi Penelitian 2025



Sumber: Istimewa/VIVA Medan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data Informan

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang terdapat pada bagian metode penelitian, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Pada tahap wawancara dilakukan dengan 4 orang informan yang dianggap memiliki pengalaman dan kompetensi terhadap objek penelitian. Informan yang diwawancarai tersebut merupakan pegawai yang sudah bekerja lebih dari setahun pengalaman kerja pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

Adapun data informan dari hasil penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.1. Data Informan

No	Nama	Usia	Jabatan	Keterangan Narasumber
1.	Hendra	55 Tahun	Ketua Tim Pendokumentasian Pimpinan	I
2.	Alpido	29 Tahun	Fotografer	II
3.	Dede	40 Tahun	Videografer	III
4.	Bintara	35 Tahun	Desain dan Pengelola <i>Website</i>	IV

Sumber: Olahan Peneliti 2025

4.1.2 Hasil Wawancara Informan

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan proses tanya jawab secara tatap muka pertemuan antara peneliti dengan narasumber. Untuk melengkapi proses wawancara mendalam ini, peneliti mempersiapkan 18 pertanyaan untuk

narasumber terkait. Dalam wawancara ini peneliti memilih pegawai yang terlibat langsung dalam proses liputan dan dokumentasi setiap postingan di media sosial, juga memiliki pengalaman kerja lebih dari setahun pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

Kegiatan wawancara dimulai dengan pengenalan terlebih dahulu dan menyampaikan maksud dan fokus dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam wawancara ini, narasumber diminta menjawab dengan persepsi mereka dan keadaan sesungguhnya tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada empat orang narasumber terkait apakah Prokopim Setda Kota Medan menggunakan media sosial dalam penyebarluasan informasi, dan apa saja jenis media sosial yang digunakan, dalam hal ini narasumber I, menyatakan:

“Benar, kita ada menggunakan media sosial dalam penyebarluasan informasi, kita ada menggunakan Instagram, facebook, youtube, twitter, bahkan tiktok” jelas narasumber I

Narasumber I yang menjabat sebagai ketua tim pendokumentasian pimpinan membenarkan bahwa Prokopim Setda Kota Medan memiliki beberapa jenis media sosial yang digunakan untuk penyebarluasan informasi. Narasumber II, III, dan IV juga menyampaikan hal yang sama terkait media sosial yang digunakan oleh Prokopim Setda Kota Medan dalam menyebarkan informasi:

“Benar Prokopim menyebarkan informasi dan berita melalui media sosial, kita menggunakan Instagram, facebook, tiktok, youtube, dan ada juga website” ujar narasumber II.

“Tentu saja, kita menggunakan media sosial, seperti facebook, Instagram, tiktok, dan youtube dalam penyebarluasan informasi” terang narasumber III.

“Iya betul, kita menggunakan Instagram, youtube, facebook, twitter, dan tiktok” tutur narasumber IV.

Pernyataan yang dibuat oleh Informan I, II, III, dan IV mengacu pada pernyataan yang membenarkan bahwa Prokopim Setda Kota Medan menggunakan beberapa jenis media sosial dalam penyebarluasan informasi, seperti Instagram, tiktok, youtube, twitter, dan bahkan didukung lagi oleh pernyataan narasumber II yang menyampaikan bahwa Prokopim Setda Kota Medan juga menggunakan *website* sebagai alat penyebarluasan informasi.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan terkait apa yang menjadi tujuan utama Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial, lalu postingan seperti apa yang selama ini digunakan Prokopim Setda Kota Medan untuk mewujudkan *current image* melalui media sosial. Dalam hal ini narasumber I, memberikan pernyataannya:

“Tujuan utama kita menggunakan media sosial karena kecepatan dari media sosial yang dapat menyebarkan informasi secara cepat dengan jangkauan yang lebih luas, salah satu alasannya lagi karena sudah banyak yang menjadi pengguna media sosial di zaman sekarang” ujar narasumber I.

“Untuk postingan yang kita publikasi, seperti program-program Pemerintah Kota Medan dan pak Wali Kota lakukan mengenai pembangunan-pembangunan kota Medan, kegiatan-kegiatan ini kita kemas menjadi sebuah berita, foto, video, dan konten-konten dari liputan yang sudah dilakukan” sambungnya lagi.

Narasumber II, III, dan IV juga menyampaikan hal yang mirip dengan pernyataan dari narasumber I:

“Tujuannya untuk publikasikan kegiatan pimpinan, seperti Wali Kota, Wakil Wali Kota, Sekretaris Daerah (Sekda). Jadi, semua kegiatan Pemerintah Kota disebarkan di media sosial agar semua informasi bisa tersebarluaskan. Apalagi zaman sekarang media sosial banyak digunakan di kalangan Masyarakat dari yang muda sampai yang tua, bahkan juga di kalangan

pejabat. Postingan yang dipublikasi seperti video, reels, foto mengenai kegiatan Pemerintah Kota Medan” jelas narasumber II

“Tujuan utamanya ya membangun citra di masyarakat, citra Pemerintah Kota. Postingannya tentang kegiatan ke masyarakat, kegiatan sosial yang terlibat langsung dengan masyarakat” tutur narasumber III.

“Untuk membangun citra yang sebenar-benarnya, tidak ada pencitraan, jadi realistis dari pimpinan, tapi difilter dulu apakah pantas ditayangkan di publik. Kalau postingan ya pasti tentang kegiatan pimpinan, segala sesuatu yang dilakukan pimpinan, bukan terkait kehidupan pribadi, tetapi apa yang dilakukan untuk masyarakat” ujar narasumber IV.

Dalam hal ini, masing-masing narasumber memberikan pernyataan sesuai dengan hal yang sudah mereka jalani selama bekerja di Prokopim Setda Kota Medan. Narasumber I dan II menyatakan Prokopim menggunakan media sosial untuk mewujudkan current image, karena di zaman sekarang media sosial banyak diminati oleh seluruh kalangan masyarakat, baik tua ataupun muda. Selain itu, penyampaian informasi melalui media sosial juga lebih menjangkau khalayak luas, hingga dirasa lebih efisien dalam penggunaan waktu untuk penyebarluasan informasi. Menurut jawaban dari ke-empat narasumber postingan yang dipublikasikan oleh Prokopim Setda Kota Medan dalam akun media sosial adalah program-program Pemerintah Kota Medan, dan seputar kegiatan pimpinan dalam melakukan pembangunan-pembangunan di Kota Medan.

Peneliti juga memberikan pertanyaan terkait seberapa pentingnya konsistensi dalam menyampaikan informasi dan berita di *platform* media sosial Prokopim Setda Kota Medan, dan bagaimana melihat efektivitas penyebaran informasi dan publikasi berita melalui media sosial. Pada pertanyaan ini, narasumber I, menyampaikan:

“Sangat penting, dengan konsistensi tim media dalam menyampaikan informasi dan berita di media sosial Prokopim Setda Kota Medan, Masyarakat bisa mengetahui apa yang sudah dilakukan dan sedang dikerjakan oleh Pemerintah Kota Medan, karena dalam konteks ini kita juga menggunakan media sosial sebagai tempat mengedukasi dan mengajak Masyarakat untuk selalu menjaga apa yang sudah dibangun dan diperbaiki oleh Pemerintah Kota Medan, agar bertahan lama, dan bisa dinikmati dalam jangka Panjang. Untuk melihat efektivitas penyebaran informasi dan publikasi melalui media sosial, kita melihat dari postingan yang dipublikasi, selalu adanya tanggapan fan feedback dari Masyarakat, ini berarti Masyarakat menerima dengan baik informasi-informasi yang tim media publikasikan” jelas Narasumber I.

Peneliti mengajukan pertanyaan yang sama kepada narasumber II, III, dan IV, kemudian narasumber II, III, dan IV menyatakan:

“Sampai saat ini Prokopim konsisten memberitakan di media sosial agar Masyarakat tetap mengetahui dan mengikuti bagaimana sistem pemerintahan di Kota Medan. Jadi, lebih transparan ke masyarakat luas, untuk efektivitas kita melihat dari komentar, terkadang juga ada pro dan kontranya” kata narasumber II.

“Jelas sangat penting, media sosialkan lebih gampang diakses dari pada koran, update juga, lebih cepat dan efisien. Sejauh ini efektivitas kita liat dari komentar-komentar masyarakat” ucap narasumber III.

“Konsistensi sangat penting, kita biasanya melihat efektivitas ya dari media monitoring” jelas narasumber IV.

Menurut ke-empat narasumber konsistensi dalam menyampaikan informasi dan berita di platform media sosial Prokopim sangat penting, karena dapat memberikan pengetahuan kepada Masyarakat tentang apa saja kinerja Pemerintah Kota Medan, terkhusus lagi pembangunan-pembangunan yang dilakukan oleh pimpinan yang tentunya akan sangat berdampak pada masyarakat Kota Medan. Pernyataan narasumber I, II, III, dan IV terkait efektivitas penyebaran informasi dan publikasi juga hampir mirip, Prokopim melihat efektivitas dari media

monitoring yang dilakukan oleh tim media terkait postingan-postingan yang telah dipublikasikan.

Kemudian peneliti bertanya tentang Bagaimana Prokopim menangani komentar negatif atau kritik bermunculan di media sosial, yang mana hal ini juga menjadi tantangan bagi tim media Prokopim mengenai postingan-postingan yang dipublikasi. Narasumber I menyampaikan:

“Kita tangani dengan pembuktian di lapangan, kalau yang menjadi komentar negatif dari masyarakat itu tidak benar, kita menjawab dengan aksi nyata” kata narasumber I.

Dalam hal ini, narasumber II, III, IV juga menyatakan:

“Kalau ada kritik di media sosial pasti kita tanggapi, dan perbaiki jika ada yang salah atau kurang. Tetapi kami yang memberitakan tentang Pemerintah Kota Medan pasti ingin selalu memberi yang terbaik ke masyarakat” jelas narasumber II.

“Biasa kami pakai tim data untuk menepis yang kaya gitu, tim data yang survey, nah tim kami untuk dokumentasi dan publikasinya” ucap narasumber III.

“Menjawab sesuai dengan standart, peraturan, dan undang-undang yang berlaku, apabila tidak menyalahi etika mereka tidak masalah, Namanya Masyarakat ya bebas berpendapat” tutur narasumber IV.

Berdasarkan pernyataan narasumber I, II, III, dan IV, Prokopim selalu mengusahakan berita dan informasi yang akurat dan sesuai fakta tersampaikan ke masyarakat, tim media Prokopim juga menanggapi komentar negatif dengan respon yang baik, bahwa Masyarakat juga bebas berpendapat, tanpa menyalahi aturan, tim media juga menjadikan kritik yang ada sebagai masukan untuk perbaikan ke depannya.

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan mengenai bagaimana Prokopim memastikan bahwa postingan yang dipublikasikan tetap relevan dan

meningkat, lalu apa saja inovasi yang diterapkan Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image*, kemudian narasumber I, menyampaikan tanggapannya:

“Untuk memastikan postingan yang dipublikasikan tetap relevan dan meningkat, kita lakukan media monitoring, lalu kita evaluasi setiap seminggu sekali, untuk filter konten-konten yang dipublikasikan. Kemudian, terkait inovasi, kita terus melakukan pembaharuan, jadi misalnya tampilan kurang menarik, kita coba buat lebih menarik lagi, seperti dari desainnya, isi kontennya agar lebih membentuk ketertarikan Masyarakat terhadap informasi-informasi seputar kegiatan Pemerintah Kota Medan terkhusus pimpinan” jelas narasumber I.

Kemudian, narasumber II, III, dan IV menanggapi pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, dengan jawaban yang mirip dengan pernyataan narasumber I:

“Dari like dan viewers, semakin banyak like dan viewers, berarti banyak yang sudah melihat dan menyukai postingan pemberitaan akun media sosial Prokopim. Untuk inovasi Prokopim melihat perbandingan dan perbedaan dari postingan media sosial pemberitaan lainnya, yang memicu ketertarikan masyarakat” ujar narasumber II.

“Nah itu kembali ke media monitoring oleh tim data, jadi kami yang meliput, tim data yang survey sudah sejauh mana informasi yang dipublikasikan sampai ke masyarakat. Inovasinya ya melalui konten yang berdampak langsung ke masyarakat, contohnya seperti konten perbaikan jalan, pembuatan drainase, yang dampaknya langsung dirasakan oleh masyarakat” ucap narasumber III.

“Kalau memastikan, itu tidak bisa dipastikan, tetapi konsistensi. Inovasi ya kita mengarahkan pimpinan berbaur ke masyarakat, jadi citra itu akan terbentuk langsung di masyarakat tanpa dibuat-buat” jelas narasumber IV.

Berdasarkan wawancara terkait cara Prokopim memastikan bahwa postingan yang dipublikasikan tetap relevan dan meningkat, serta inovasi yang diterapkan, jawaban dari ke-empat narasumber mengarah kepada media monitoring, yang mana dilakukannya evaluasi terhadap postingan-postingan yang sudah dipublikasi, untuk selanjutnya dijadikan acuan terhadap postingan-

postingan selanjutnya, agar relevan dan terus meningkat. Kemudian, terkait inovasi yang diterapkan, ke-empat narasumber menyatakan bahwa Prokopim dalam akun media sosialnya selalu berupaya menciptakan postingan-postingan yang berkaitan langsung dengan masyarakat, sehingga *current image* dapat tercipta dengan sendirinya di masyarakat tanpa ada rekayasa ataupun dibuat-buat.

Selanjutnya, peneliti menanyakan tanggapan narasumber terkait bagaimana Prokopim membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui media sosial, dan sejauh mana peran edukasi dan informasi dalam postingan yang disajikan oleh akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan. Terkait hal ini, narasumber I menyatakan:

“Kita bangun interaksi umumnya dari kolom-kolom interaksi seperti komentar, kolom pesan langsung di setiap media sosial, setiap pesan masuk pasti akan kita tindak lanjuti. Untuk peran edukasi dan informasi sejauh ini cukup besar, karena dari postingan media sosial kita menyampaikan upaya-upaya yang dilakukan pimpinan untuk kesejahteraan masyarakat, dari postingan-postingan inilah, kritikan negatif dari masyarakat berkurang, dan pesan edukasinya juga tersampaikan” jelas narasumber I.

Kemudian, hal yang sama juga ditanyakan peneliti pada narasumber II, III, dan IV. Narasumber II, III, dan IV menyatakan:

“Membangun komunikasi dua arah ya dari interaksi komentra media sosial Prokopim, yang mana bisa diambil Kesimpulan tentang pandangan dan keinginan masyarakat. Peran edukasi dan informasi yang disajikan oleh akun media sosial Prokopim sudah meluas, bukan dalam jangkauan Kota Medan saja, mungkin sampai ke kota lain juga karena media sosial kan sifatnya universal dan meluas. Jadi, sebagai pengelola media sosial Prokopim, kita juga harus menyajikan yang terbaik.” kata narasumber II.

“Dengan menerima saran melalui kolom pesan langsung dari media sosial, yang pastinya selalu dibalas dan diterima dengan baik. Sudah meluas ya, karena kami selalu buat berita yang apa adanya, sesuai data, dan apa yang sudah dikerjakan Pemerintah Kota Medan khususnya Wali Kota” ucap narasumber III.

“Menjawab dari komentar postingan-postingan di media sosial. Tingkat keberhasilannya itu ketika adanya kritik dan saran yang memang berupa masukan untuk membangun Kota Medan, sehingga pemko medan lebih peka dan memaksimalkan kinerja” ujar narasumber IV.

Berdasarkan pernyataan ke-empat narasumber, dapat dilihat bahwa akun media sosial Prokopim cukup interaktif dan menjalankan komunikasi dua arah dengan masyarakat secara online. Narasumber-narasumber memaknai sebuah pesan dari masyarakat sangat penting untuk keberlanjutan pembangunan-pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan.

Kemudian peneliti juga memberikan pertanyaan terkait bagaimana Prokopim Setda Kota Medan menjaga integritas dan kredibilitas informasi dari postingan yang disebarakan melalui media sosial, serta bagaimana peran sub bagian dokumentasi dan publikasi Prokopim Setda Kota Medan dalam pengelolaan akun media sosial secara keseluruhan. Dalam hal ini narasumber I menyatakan:

“Kita menjaga integritas dan kredibilitas informasi itu dengan amanah ya, semua yang kita sampaikan melalui postingan-postingan itu benar faktual dan sesuai dengan yang benar-benar ada kita sampaikan pada masyarakat. Mungkin pengelolaan setiap akun media sosial, yang paling utama mungkin lebih ke instagram, tapi semua media sosial juga sesuai dengan segmennya, jadi semua media sosial juga kita olah sesuai dengan kebutuhan” kata narasumber I.

Hal yang serupa juga dinyatakan oleh narasumber II dan IV terkait pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

“Memberikan pemberitaan yang relevan, jelas, dan tidak direkayasa, jadi yang diberitakan itu sejalan dengan fakta di lapangan. Sangat penting, karena sub bagian dokumentasi ini bisa membuat suatu prestasi juga untuk kepala daerah yang diinformasikan” terang narasumber II.

“Berdasarkan standart peraturan pemerintah Kota Medan. Peran sub bagian dokumentasi dan publikasi pasti sangat berpengaruh karena informasinya harus sampai, kalau tidak sampai ke masyarakat itulah yang akan menimbulkan miskomunikasi/ketidaktahuan masyarakat yang membuat citra buruk ke pemerintah.” Jelas narasumber IV.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang bagaimana respon yang diterima dari masyarakat tentang postingan-postingan akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan, serta apakah strategi yang selama ini diterapkan Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial sudah efektif.

Kemudian pertanyaan ini dijawab oleh narasumber I:

“Lima tahun terakhir ini kami lebih sering menerima respon masyarakat semakin positif, dan minimnya respon respon negatif, apalagi belakangan ini banyak kinerja pemko yang terbukti manfaatnya untuk masyarakat, dan masyarakat juga menerima itu dengan baik, maka dari itu tanggapan negatif sangat berkurang. Strateginya ya sudah efektif, tapi kita tidak cepat puas, kita tetap berinovasi lagi, bagaimana ke depannya bisa lebih baik lagi, tentunya dengan penerimaan dan dukungan dari masyarakat atas pembangunan-pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Medan” terang narasumber I.

Jawaban yang hampir serupa juga disampaikan oleh narasumber II, III, dan

IV:

“Respon yang diterima dari masyarakat cenderung positif, karena yang disajikan prokopim juga berita yang sesuai fakta di lapangan, misalnya seperti pemberitahuan cek kesehatan gratis, penggunaan bus listrik gratis, dan lain sebagainya. Sudah sangat efektif, karena masyarakat dapat melihat kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah kota Medan melalui media sosial Prokopim” ucap narasumber II.

“Biasanya ada pro ada kontra, tapi untuk sekarang kebanyakan pro, karena memang kinerja pemerintah kota Medan nyata, dan dirasakan langsung oleh masyarakat, contohnya perbaikan jalan, dan kalau misalnya ada yang kritik tidak bisa dibilang negatif, tapi lebih ke saran dan tanggapan kapan giliran daerahnya. Sudah efektif karena sedikitnya komentar negatif mengenai strategi yang digunakan Prokopim dalam bermedia sosial” tutur narasumber III.

“Kalau terkait media sosial Prokopim bagus-bagus saja, tapi terkadang ke pemimpinya yang agak memberikan saran/kritik, mungkin ada juga yang memberikan komentar negatif, tapi sejauh ini ya terkadang masyarakat juga ada yang sudah teredukasi, dan sebagian ada yang kurang paham tentang apa yang dikerjakan pemerintah dari media protokol komunikasi pimpinan” kata narasumber IV.

Para narasumber menyatakan beberapa tahun belakangan ini menerima banyak respon positif dari masyarakat, dan berkurangnya respon negatif, narasumber-narasumber mengatakan bahwa ini disebabkan oleh kinerja Pemerintah dan pimpinan yang semakin baik, sehingga terbukti manfaatnya untuk masyarakat, dan apa yang disajikan seperti informasi dan berita oleh akun media sosial Prokopim juga berdasarkan fakta di lapangan, narasumber I, II, III, dan IV juga sudah menyatakan bahwa strategi Prokopim selama ini dalam mewujudkan current image melalui media sosial sudah efektif, karena semakin baiknya respon yang diterima dari masyarakat sebagai pengikut akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan.

4.2 Pembahasan

Public Relation (Hubungan Masyarakat) adalah struktur organisasi yang memiliki fungsi untuk membentuk image/citra positif sebuah lembaga atau instansi yang diwakilinya, dan meningkatkan, menjalin, serta memperbaiki hubungan dengan publik, agar tetap terjaga dan dipercaya kinerjanya oleh masyarakat. Media digital *public relation* yang digunakan humas dalam memebntuk citra dan branding yang positif adalah media sosial. Media sosial yang disebut akrab dengan berbagai kalangan usia sudah membuat dampak yang cukup besar bagi kehidupan bermasyarakat saat ini.

Kini media sosial tidak digunakan perorang saja, melainkan juga digunakan oleh perusahaan, organisasi, komunitas, bahkan lembaga dan instansi pemerintah untuk membentuk citra mereka di masyarakat. Selain media, hubungan yang baik juga harus dibangun adalah antar lembaga dengan masyarakat. Dalam hal ini, Prokopim Setda Kota Medan juga menggunakan media sosial dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai humas.

Dalam mewujudkan sebuah tujuan diperlukannya perencanaan dalam segala prosesnya. Hal ini juga berlandaskan pada teori dari penelitian ini, yaitu: “*Communication goal theory*” merupakan teori yang berfokus pada bagaimana suatu kegiatan komunikasi dapat mencapai suatu tujuan. (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009:105). Prokopim Setda Kota Medan juga memiliki rancangannya sendiri terhadap bagaimana penyusunan strategi yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan yaitu mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) di masyarakat melalui media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai strategi prokopim setda kota Medan dalam mewujudkan *current image* melalui media sosial dari narasumber yang berjumlah 4 (empat) orang, yaitu pegawai yang terlibat langsung dalam proses liputan dan dokumentasi setiap postingan di media sosial, juga memiliki pengalaman kerja lebih dari setahun pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan memiliki beberapa jenis media sosial dalam penyebarluasan berita dan informasi

mengenai pemerintah Kota Medan, yaitu instagram, youtube, facebook, twitter, dan tiktok. Tujuan utama Prokopim Setda Kota Medan menggunakan media sosial untuk mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) di masyarakat, karena pada zaman sekarang banyaknya pengguna media sosial yang berasal dari berbagai kalangan masyarakat baik itu kalangan muda bahkan kalangan tua. Sebab lainnya, karena informasi dan berita yang disampaikan melalui media sosial bisa menjangkau khalayak yang lebih luas, sehingga lebih efisien dan hemat waktu untuk Prokopim Setda Kota Medan sebagai humas kantor Wali Kota Medan dalam menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas-aktivitas pimpinan dan pemerintah Kota Medan.

Prokopim juga memiliki pendirian yang kuat dalam pernyataan pentingnya konsistensi menyampaikan informasi dan berita melalui *platform* media sosial Prokopim, narasumber terkait menyatakan bahwa konsistensi ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kinerja-kinerja pemerintah Kota Medan, khususnya pembangunan-pembangunan yang dilakukan oleh pimpinan dan berdampak pada kehidupan serta kesejahteraan masyarakat Kota Medan. Selain itu, Prokopim melihat efektivitas penyebaran informasi dan publikasi dari media sosial melalui media monitoring yang dilakukan oleh tim media terkait postingan-postingan yang telah disebarluaskan melalui media sosial. Narasumber I selaku ketua tim pendokumentasian pimpinan menyatakan pengelolaan setiap akun media sosial, yang paling utama sekarang lebih ke media sosial instagram, akan tetapi semua media sosial juga kita olah sesuai dengan

kebutuhan. Namun, media sosial Prokopim Setda Kota Medan yang paling aktif saat ini adalah media sosial instagram.

Dalam strategi mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) di masyarakat Prokopim Setda Kota Medan selalu mengusahakan berita dan informasi yang akurat dan sesuai fakta di lapangan sehingga tersampaikan ke masyarakat dengan keadaan yang sebenar-benarnya. Tim media yang merupakan narasumber dari penelitian ini juga menyatakan selalu menanggapi komentar negatif dengan respon yang baik, Prokopim menganggap masyarakat bebas berpendapat, tanpa menyalahi aturan. Tim media juga menjadikan kritik yang ada sebagai masukan untuk media sosial Prokopim yang lebih baik ke depannya. Prokopim dalam akun media sosialnya selalu berupaya menciptakan postingan-postingan yang berkaitan langsung dengan masyarakat, sehingga *current image* (citra yang berlaku) dapat terbentuk dan terwujud dengan sendirinya di masyarakat tanpa adanya unsur rekayasa.

Dalam membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat, Prokopim Setda Kota Medan cukup terbuka dan interaktif dengan interaksi-interaksi dari masyarakat secara online. Prokopim memaknai sebuah interaksi dari masyarakat sangat penting untuk keberlanjutan program-program dan pembangunan menuju pemerintah Kota Medan yang lebih baik lagi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan informasi dan pemberitaan yang dilakukan Prokopim dalam postingan-postingan media sosialnya bersifat faktual, relevan, dan jelas. Pemberitaan yang dilakukan sejalan dengan fakta yang ada di lapangan saat dilakukannya liputan. Peran sub bagian dokumentasi dan

publikasi juga disebut sangat penting dan berpengaruh, karena sebagai humas kantor Wali Kota , informasi yang dipublikasikan harus meluas dan sampai kepada masyarakat, sehingga tidak menimbulkan ketidaktahuan masyarakat yang dapat menciptakan citra yang buruk dari masyarakat terhadap pemerintah Kota Medan terkhususnya Wali Kota dan Wakil Wali Kota Medan.

Dalam beberapa tahun belakangan ini, dengan strategi yang telah diterapkan akun media sosial Prokopim menerima banyak respon positif dari masyarakat, serta berkurangnya komentar-komentar negatif, ini juga disebabkan oleh kinerja pemerintah dan pimpinan yang semakin baik, sehingga masyarakat merasakan dampaknya. Namun, hal ini juga tidak terlepas dari strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan current image melalui media sosial yang sudah dikatakan efektif, karena semakin banyaknya respon positif yang diterima dari masyarakat sebagai pengikut akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan pada pegawai yang terlibat langsung dalam proses liputan dan dokumentasi setiap postingan di media sosial, juga memiliki pengalaman kerja lebih dari setahun pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana strategi yang digunakan Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) melalui media sosial, yang berguna untuk mengetahui bagaimana Prokopim membangun citra yang positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui media sosial, karena citra sebuah bagian instansi pemerintahan sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat kepada pemerintah Kota Medan.
2. Dalam upaya membangun *current image* (citra yang berlaku) di masyarakat, Prokopim Setda Kota Medan senantiasa berkomitmen untuk menyajikan berita dan informasi yang akurat serta sesuai dengan fakta di lapangan. Dengan demikian informasi yang disebarkan kepada masyarakat mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
3. Strategi yang diterapkan oleh akun media sosial Prokopim berhasil menarik banyak respon positif dari masyarakat, disertai dengan penurunan kritik negatif. Dari meningkatnya jumlah respon positif dari masyarakat yang

menjadi pengikut akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan, maka strategi yang diterapkan Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan *current image* (citra yang berlaku) melalui media sosial terbukti efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan di atas oleh peneliti, berikut saran dan masukan dari peneliti:

1. Seharusnya postingan media sosial Prokopim Setda kota Medan lebih melibatkan elemen visual dan desain grafis yang menarik lagi, sehingga masyarakat lebih tertarik dalam membaca setiap informasi dan berita yang dipublikasikan media sosial Prokopim
2. Sebaiknya pengolahan akun media sosial selain instagram lebih dimaksimalkan, agar media sosial lainnya sama aktifnya dalam penyebarluasan informasi dan berita dari akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Akbar Perkasa, Thareeq, A. R. (2023). Strategi Komunikasi Kepemimpinan : Suatu Tinjauan Teoritis. *Journal of Student Research*, 1(2), 367–377. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.1042>
- Artrisdyanti, R. O. (2023). *Informan dan Key Informan: Pengertian, Cara Menemukan, dan Contoh*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/08/110000969/informan-dan-key-informan--pengertian-cara-menemukan-dan-contoh?page=all>
- Asriadi. (2020). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. *RETORIKA Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 36–50. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 2(1), 49–58. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Butar, M. B., Cangara, H., & Wahid, U. (2022). Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram Dalam Kegiatan Promosi Kuliner @ Polkadotkitchen. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 7(1), 17–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.333376/ik.v7i1.1737>
- Effendy, E., Nur Aisyah, Rahma Sari Manurung, & Rahul Nasution. (2023). Konsep Informasi Konsep Fakta Dan Informasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5 Nomor 2(Vol. 5 No. 2 (2023): Jurnal Pendidikan dan Konseling), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14609>
- Faustyna. (2022). *Manajemen Penerbitan Public Relations*. UMSU PRESS
- Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Lubis, F. H., Adhani, A., & Zulfahmi. (2023). Kemampuan Literasi Media Sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.12904>
- Istighfarin, F. R., & Yuliani, M. (2020). Peran Public Relation dalam Mengembalikan Citra Perusahaan: Studi Kasus Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(12),236–245. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/263>

- Jauharri, M. (2021). *Cyber Public Relations Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber* (T. Nurdiyana (ed.)). LP3DI Press dan kalimedia Jogjakarta. [http://digilib.uinkhas.ac.id/2843/1/Buku Siber Public Relations Jilid 2.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/2843/1/Buku%20Siber%20Public%20Relations%20Jilid%202.pdf)
- Lathifah, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial (facebook dan Instagram) Sebagai Pembelajaran Komunikasi diGital pada Mata Kuliah bahasa Inggris Pariwisata DiPoliteknik Pariwisata Lombok. *Media Bina Ilmiah*, 17(2), 345–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.33578/mbi.v17i2.128>
- Mujahiddin, M., & Said, H. (2017). Model Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pemuda. *Jurnal Interaksi*, 1(2), 142–155. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1200>
- Mulia Harahap, Sumper, Juni Wati Sri Rizki, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi* (1st ed.). PRENADA. [https://repo.uinsyahada.ac.id/955/1/softcopy Strategi Komunikasi Organisasi.pdf](https://repo.uinsyahada.ac.id/955/1/softcopy%20Strategi%20Komunikasi%20Organisasi.pdf)
- Mulyadi, S. (2018). Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 2(2), 121–134. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v2i2.566>
- Novita, D., Yenrizal, & Azarkasyi, B. (2022). Strategi Komunikasi Siaran Tvri Sumatera Selatan Sebagai Televisi Publik. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–13. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/download/12728/4949>
- Prasetia, I. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik* (E. S. Akrim (ed.)). UMSU PRESS.
- Prastowo, F. A. A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 17–31. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23721>
- Purnomo, S. (2022). Peranan Penting Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Organisasi. *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(01), 34–42. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana/article/view/2746>
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/download/422/204>
- Rafi, M. (2019). Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom.Id. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(2), 113–126. <https://doi.org/10.22441/visikom.v18i2.9833>

- Rama, A., Simatupang, W., Irfan, D., & Muskhir, M. (2022). Konsep Media Sosial dalam Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(4), 725–729. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/2530>
- Rusdiana, A. (2023). *Manajemen Strategik Berbasis Keunggulan Kompetitif* (Tatang Ibrahim (ed.); 1st ed.). Penerbit Yrama Widya.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA. [https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf)
- Santoso, P., & Hasibuan, E. J. (2023). Analisis Jaringan Komunikasi Di Media Sosial Twitter Berbasis Big Data: Kontroversi Sebutan ‘Firaun’ Terhadap Kepala Negara Oleh Budayawan Cak Nun. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(2), 375. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.375-385>
- Sari, A. et al. (2023). *Dasar-Dasar Metode Penelitian*. CV Angkasa Pelangi. [http://repository.uniyap.ac.id/434/1/Buku Annita sari Dkk Dasar-dasar Metodologi Penelitian.pdf](http://repository.uniyap.ac.id/434/1/Buku%20Annita%20sari%20Dkk%20Dasar-dasar%20Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Sari, P. M. (2020). Strategi Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra Pt. Prudential Life Assurance. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 159–166. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Sartika, S., & Rachmat, I. (2023). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Telkomsel Tbk. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(2), 199–215. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i2.698>
- Stephen W.Littlejohn & Karen A.Foss. (2022). *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (Stephen W.Littlejohn & Karen A.Foss (ed.); 1st ed.). KENCANA.
- Suhaimi, Yuli Evadiani, I. R. Y. (2023). Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun Personal Branding. *Journal Media Public Relations*, 3(1), 57–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.37090/jmp.v3i1.976>
- Sumper Mulia Harahap, Juni Wati Sri Rizki, E. Z. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi. In *PRENADA: Vol. Volume 2 N.* [https://repo.uinsyahada.ac.id/955/1/softcopy Strategi Komunikasi Organisasi.pdf](https://repo.uinsyahada.ac.id/955/1/softcopy%20Strategi%20Komunikasi%20Organisasi.pdf)
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda : Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8–18. <https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>

- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623–632. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.614>
- Wahid, A. (2023). *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*. Fatiha Media. [https://eprints.walisongo.ac.id/19612/1/Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/19612/1/Strategi%20Membangun%20Citra%20dan%20Kinerja%20Lembaga.pdf)
- Wahyuni, S. (2023). *Riset Kualitatif, Strategi dan Contoh Praktis* (RBE Agung Nugroho (ed.)). Penerbit Buku Kompas.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–8. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>

LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Hendra,
pada tanggal 26 Februari 2025



Dokumentasi Wawancara Alpido,
pada 03 Maret 2025



Dokumentasi Wawancara Dede,
pada tanggal 03 Maret 2025



Dokumentasi Wawancara Bintara,
pada tanggal 03 Maret 2025



UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bina masa untuk masa depan dengan keadilan
 dan keadilan bagi masyarakat

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT, tk.KP/PT/31/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Muxhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://itelp.umcu.ac.id> itelp@umcu.ac.id [umsumedan](http://umsumedan.com) [umsumedan](https://www.umsumedan.com) [umsumedan](https://www.umsumedan.com) [umsumedan](https://www.umsumedan.com)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 12 Desember 2024.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Enda Putri Mutiara Maha
 N P M : 2103110251
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS niperoleh : 110 SKS, IP Kumulatif 3,82

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam Menwujudkan Current Image Melalui Media Sosial	 4 Des 2024
2	Manajemen Digital Public Relations Prokopim Setda Kota Medan dalam meningkatkan literasi publik melalui Instagram @prokopim-pemkomedan	
3	Aktivitas Media Relations Prokopim Setda kota Medan dalam Membangun Informasi Positif	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban STP tahap berjaian;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

017-21-311

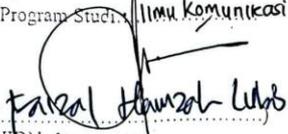
Pemohon,

Medan, tanggal 12 Desember 2024

Ketua

Program Studi Ilmu Komunikasi

()
 NIDN: 0127048401


 (Enda Putri Mutiara Maha)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi Ilmu Komunikasi

 NIDN: 0121058202





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
Nomor : 2204/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **12 Desember 2024**, dengan ini menetapkan judul Tugas Akhir Mahasiswa dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : ENDA PUTRI MUTIARA BR. MAHA
 N P M : 2103110251
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa : STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN
 DALAM MEWUJUDKAN CURRENT IMAGE
 MELALUI MEDIA SOSIAL
 Pembimbing : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 017.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 12 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 11 Djumadil Akhir 1446 H
 12 Desember 2024 M

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
 NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarakan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fislip.umsu.ac.id> ✉ fislip@umsu.ac.id 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 20....

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Enda Putri Mutiara Maha
 N P M : 2103110251
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2209 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024.. tanggal 12 Desember 2024 dengan judul sebagai berikut :

Strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam Menwujudkan
 Current Image Melalui Media Sosial

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SP2 tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposals Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Diketahui oleh Ketua
 Program Studi

Menyetujui
 Pembimbing

Pemohon,

(Akhwar Ariskori, S.Sos., M.I.Kom)

(Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.Mik)

Enda Putri Mutiara Maha

NIDN: 0121048401

NIDN: 0121058202



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 246/UND/13.AU/UMSU-03/F/2025



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Juni 01, 31 Januari 2025
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Peminjog Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENYANGGAP	PENBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
21	GALEHIES ANGGRANI SUDARJO	2103110234	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	FAUZL HANZAH LUDIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI HUMAS DALAM MENSOSIALISASIKAN PENGGUNAAN FASILITAS DI UPT ASRAMA: HAJI EMBARAKAS MEDAN
22	ENDA PUTRI HUTAJARA BR. MAHA	2103110251	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAUZL HANZAH LUDIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI PROKOPIM SEIUDA KOTA MEDAN DALAM MERUJUKKAN CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOCIAL
23	RADHYANA ATHIFANY HR	2103110104	D. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP	STRATEGI KOMUNIKASI CSR DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PT. EKA DUPA INDONESIA DI KABUPATEN ROKAN HULU, RIAU
24	DIMAS NUR ASHRI	2103110126	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	D. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS BUDAYA PATRIARKI DALAM FILM KAPAN HAMIL KARYA RIZAL DAN SEHDUP SEMATI KARYA UPI AVIANTO
25	PUTRI MAHARANI	2103110194	Assoc. Prof. Dr. LEYLA KHAIRANI, M.Si	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI KELOMPOK TANI MAWAR DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN PETANI DI DESA TANJUNG REJO, KABUPATEN DELI SERDANG



Acc Draft.W
13/2 25
Fm2m HL

**DRAFT WAWANCARA PENELITIAN STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA
MEDAN DALAM MEWUJUDKAN CURRENT IMAGE
MELALUI MEDIA SOSIAL**

No	Pertanyaan Wawancara
1.	Apakah Prokopim Setda Kota Medan menggunakan media sosial sebagai alat penyebarluasan informasi?
2.	Apa saja media sosial yang digunakan Prokopim Setda Kota Medan dalam publikasi hasil liputan?
3.	Apa yang menjadi tujuan utama Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan <i>current image</i> melalui media sosial?
4.	Postingan seperti apa yang selama ini digunakan Prokopim Setda Kota Medan untuk mewujudkan <i>current image</i> melalui media sosial?
5.	Seberapa pentingnya konsistensi dalam menyampaikan informasi dan berita di platform media sosial Prokopim Setda Kota Medan ?
6.	Bagaimana Prokopim Setda Kota Medan dalam melihat efektivitas penyebaran informasi dan publikasi berita melalui media sosial?
7.	Apa saja tantangan yang dihadapi tim media Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan <i>current image</i> melalui media sosial?
8.	Bagaimana Prokopim Setda Kota Medan dalam menangani komentar negatif atau kritik yang muncul di media sosial?
9.	Seberapa besar pengaruh visual dan desain grafis postingan Prokopim Setda Kota Medan dalam menarik perhatian pengikut akun media sosial?
10.	Bagaimana Prokopim Setda Kota Medan memastikan bahwa postingan yang dipublikasi tetap relevan dan meningkat?
11.	Apa saja inovasi yang diterapkan Prokopim Setda Kota Medan dalam strategi mewujudkan <i>current image</i> ?
12.	Apa Solusi yang dimiliki Prokopim Setda Kota Medan jika strategi publikasi postingan media sosial tidak berjalan sesuai harapan?
13.	Bagaimana Prokopim Setda Kota Medan membangun komunikasi dua arah dengan Masyarakat melalui media sosial?
14.	Sejauh mana peran edukasi dan informasi dalam postingan yang disajikan oleh akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan?
15.	Bagaimana Prokopim Setda Kota Medan menjaga integritas dan kredibilitas informasi dan postingan yang disebarluaskan melalui media sosial?
16.	Bagaimana peran sub bagian dokumentasi dan publikasi Prokopim Setda Kota Medan dalam pengelolaan akun media sosial secara keseluruhan?
17.	Bagaimana respon yang diterima dari Masyarakat tentang postingan-postingan akun media sosial Prokopim Setda Kota Medan?
18.	Apakah strategi yang selama ini diterapkan Prokopim Setda Kota Medan dalam mewujudkan <i>current image</i> melalui media sosial sudah efektif?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [t](#) umsumedan [v](#) umsumedan

Nomor : 433/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 14 Sya'ban 1446 H
13 Februari 2025 M

Kepada Yth : Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Sekretariat Daerah Kota Medan, atas nama :

Nama mahasiswa : **ENDA PUTRI MUTIARA BR. MAHA**
N P M : 2103110251
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN DALAM MEWUJUDKAN CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian *diucapkan* terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.





PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
 Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32, Medan Johor, Medan Sumatera Utara 20143,
 Telepon (061) 7873439 Faksimile (061) 7873314
 Laman brida.medan.go.id, Pos-el brida@medan.go.id

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/0929

DASAR	: 1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan. 2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.
MENIMBANG	: Surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor 433/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 Tanggal 13 Februari 2025 Perihal Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa .

NAMA	: Enda Putri Mutiara Br Maha
NIM	: 2103110251
PROGRAM STUDI	: Ilmu Komunikasi
JUDUL	: "Strategi Prokopim Setda Kota Medan dalam Mewujudkan Current Image Melalui Media Sosial "
LOKASI	: Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan
LAMANYA	: 1 (satu) Bulan
PENANGGUNG JAWAB	: Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset .
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Laporan Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk *softcopy* atau melalui Email (brida@medan.go.id).
5. Surat Keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat Keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan
 Pada Tanggal : 18 Februari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :
 Kepala Badan
 Riset dan Inovasi Daerah,

Mansuryah, S, Sos, M. AP
 Pembina Tk. I (M/b)
 NIP 196805091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan.
2. Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .



**Balai Besar
 Sertifikasi
 Elektronik**

- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRF.
 - UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetukannya merupakan alat bukti hukum yang sah."



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bisa menjawab surat jika agar diobrolkan nomor dan langganannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul I Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-FT/Ak.KPIPT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Eas.1 No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📧 umsumedan 📱 umsumedan 📺 umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap : Enda Putri Mutlora Maha
 N P M : 2103110251
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Strategi Prokopim Sebda kota Medan dalam Mewujudkan Current Image Melalui Media Sosial

No.	Tanggal	Kegiatan Aktivitas/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	12/12/2024	ACC Judul	
2.	14/01/2025	Bimbingan Bab 1, Bab 2, dan Bab 3	
3.	16/01/2025	Revisi Latar Belakang dari pemilihan teori yang paling tepat	
4.	20/01/2025	Revisi Penambahan Gambar	
5.	21/01/2025	ACC Seminar Proposal	
6.	12/02/2025	Bimbingan Draft Wawancara	
7.	13/02/2025	ACC draft Wawancara	
8.	20/03/2025	Bimbingan Bab 4 dan Bab 5	
9.	24/03/2025	Bimbingan Bab 4 dan Bab 5	
10.	25/03/2025	ACC sidang Meja Hijau	

Medan, 25 Maret 2025

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(ASAC. P. Arifin Saleh, S.Sos., M.P.
 NIDN: 0030017402

(Akhya Anshori, S.Sos., M.I.kom
 NIDN: 0127048401

(Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.kom
 NIDN: 0121058102



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 687/UND/III.3.AU/UMSU-03/F/2025

Portum Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



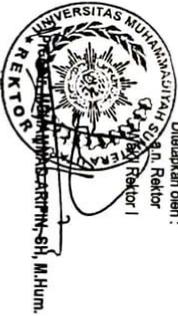
SK-10



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
31	ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH	2103110212	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos. M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PEMILU CERDAS LAYAN HOAX" DI KANAL YOUTUBE TV/RI NASIONAL
32	ENDA PUTRI MUTIARA BR. MAHA	2103110231	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN DALAM MEMUJUDKAN CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL
33	PAGIL FATMA ZAMRONI	2103110232	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, MSP	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	STRATEGI KOMUNIKASI UD. HERMAN BERSAMA DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA TANJUNGPINANG KABUPATEN LANGKAT
34	ZUL KHARIL AKHYAR	2103110010	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, MSP	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos. M.I.Kom	PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MENINGKATKAN CINTALINGKUNGAN BEBAS BANJIR DI DESA KLUMPANG, KECAMATAN HAMPARAN PERAK
35	ALMER SUHADA MANURUNG	2103110202	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos. M.I.Kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, MSP	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM SIARAN SOHIB DI SALAM TV

Menulis Sidang:

Ditandatangani oleh:



Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.
Rektor

Assoc. Prof. Dr. AFRIN SALEH, MSP.



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



Medan, 16 Syawal 1446 H

15 April 2025 M

Sekretaris

Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Enda Putri Mutiara Maha
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/24 Januari 2004
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Panglima Denai, Gang Bank Indonesia, No. 82
Anak Ke : 1 dari 3 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Junaidi Maha S.H
Nama Ibu : Sari Yuliana Br Surbakti
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Panglima Denai, Gang Bank Indonesia, No. 82

Pendidikan Formal

TK : TK Fathimaturridha
SD : Madrasah Ibtidayah Negeri Medan
SMP : SMP Negeri 1 Stabat
SMA/K : SMA Swasta Persiapan Stabat
S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara