

**PENGELOLAAN DIGITAL *PUBLIC RELATIONS*  
KOMUNITAS KAKAK ASUH BEKASI DALAM  
MENINGKATKAN *COMMUNITY AWARENESS*  
MELALUI INSTAGRAM @KA.BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ABELLIA ZEFANI LATIEFAH**

**201910415292**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengelolaan Digital Public Relations Komunitas  
Kakak Asuh Bekasi Dalam Meningkatkan  
Community Awareness Melalui Instagram  
@ka.bekasi

Nama Mahasiswa : Abellia Zefani Latiefah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415292

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 01 Februari 2023



PEMBIMBING

Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum

NIDN. 0323057006

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengelolaan Digital *Public Relations* Komunitas Kakak Asuh Bekasi Dalam Meningkatkan *Community Awareness* Melalui Instagram @ka.bekasi

Nama Mahasiswa : Abellia Zefani Latiefah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415292

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 01 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji

: Dr. Dina Kristina, M.Si

NIDN. 0313088106

Penguji

: Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi M.Hum

NIDN. 323057006

Sekretaris Penguji

: Fadli M. Athalarik M.I.Kom

NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP.2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Pengelolaan Digital Public Relations Komunitas Kakak Asuh Bekasi Dalam Meningkatkan Community Awareness Melalui Instagram @ka.bekasi* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



**Abellia Zefani Latiefah**

**201910415292**

## ABSTRAK

**Abellia Zefani Latiefah, 201910415292.** Pengelolaan Digital *Public Relations* Komunitas Kakak Asuh Bekasi Dalam Meningkatkan *Community Awareness* Melalui Instagram @ka.bekasi.

*Public Relations* (PR) memainkan peran penting dalam membangun kesadaran publik dengan membina komunikasi dan pemahaman antara organisasi dan publik mereka. Salah satu tujuan utama humas adalah menciptakan dan mempertahankan citra positif bagi suatu organisasi, serta membangun hubungan yang kuat dengan berbagai publiknya. Dalam konteks kesadaran publik, PR dapat digunakan untuk menginformasikan dan mendidik publik tentang isu-isu penting, dan untuk mempromosikan misi dan nilai-nilai organisasi. Dalam hal ini Kakak Asuh Bekasi menggunakan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi dan kegiatan *branding*. Instagram adalah platform media sosial populer yang menjadi alat yang ampuh untuk penyebaran informasi dan *branding*. Instagram menawarkan fitur-fitur seperti *Instagram Stories*, *IGTV*, *Reels*, dan *Live video* yang dapat digunakan untuk tujuan memperkenalkan komunitas, menjalin kerjasama serta memungkinkan untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan konsep RACE milik Marston (1979) yang terdiri dari empat unsur, yaitu: (1) *Research* (penelitian), apa masalah atau situasinya; (2) *Action* (perencanaan dan tindakan), apa yang dapat direncanakan dan dilakukan dalam hal ini; (3) *Communication* (komunikasi) bagaimana organisasi menjelaskan kepada publik dari pesan yang disampaikan; (4) *Evaluation* (evaluasi), tentang apa yang diterima oleh masyarakat. Hasil yang didapatkan oleh peneliti yaitu adanya keterhubungan antara strategi *branding* yang dilakukan melalui mediasosial dengan *community awareness*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai strategi *branding digital public relations* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap komunitas.

Kata Kunci: Digital *Public Relations*, Media Sosial, Instagram, Komunitas

## **ABSTRACT**

**Abellia Zefani Latiefah, 201910415292.** *Management Of Digital Public Relations Kakak Asuh Community In Increasing Community Awareness Through Instagram @ka.bekasi*

*Public Relations (PR) plays a crucial role in promoting community awareness by fostering communication and understanding between organizations and their publics. One of the key goals of PR is to create and maintain a positive image for the organization, and to build strong relationships with its various publics. In the context of community awareness, PR can be used to inform and educate the public about important issues, and to promote the organization's mission and values. In this case, Kakak Asuh Bekasi use social media Instagram as a medium for disseminating information and branding activities. Instagram is a popular social media platform which is a powerful tool for information dissemination and branding. Instagram offers features such as Instagram Stories, IGTV, Reels and Live videos which can be used for the purpose of introducing the community, forging collaborations and enabling it to reach a wide and diverse audience. In this research, the researcher used descriptive qualitative research methods with Marston's RACE concept (1979) which consists of four elements, namely: (1) Research, what is the problem or situation; (2) Actions (planning and action), what can be planned and done in this case; (3) Communication, how the organization explains to the public the messages conveyed; (4) Evaluation, about what is accepted by the community. The results obtained by researchers are that there is a link between branding strategies carried out through social media and public awareness. This research is expected to provide insight into digital public relations branding strategies to increase public awareness of society.*

*Keywords: Digital Public Relations, Social Media, Instagram, Community*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya penelitian yang berjudul “Pengelolaan Digital *Public Relations* Komunitas Kakak Asuh Bekasi Dalam Meningkatkan *Community Awareness* Melalui Instagram @ka.bekasi” dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua, adik, dan seluruh keluarga yang telah mendoakan, memberikan dukungan dan bantuan materil kepada peneliti dengan ketulusan dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini serta kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini baik melalui bimbingan, saran, serta motivasi. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

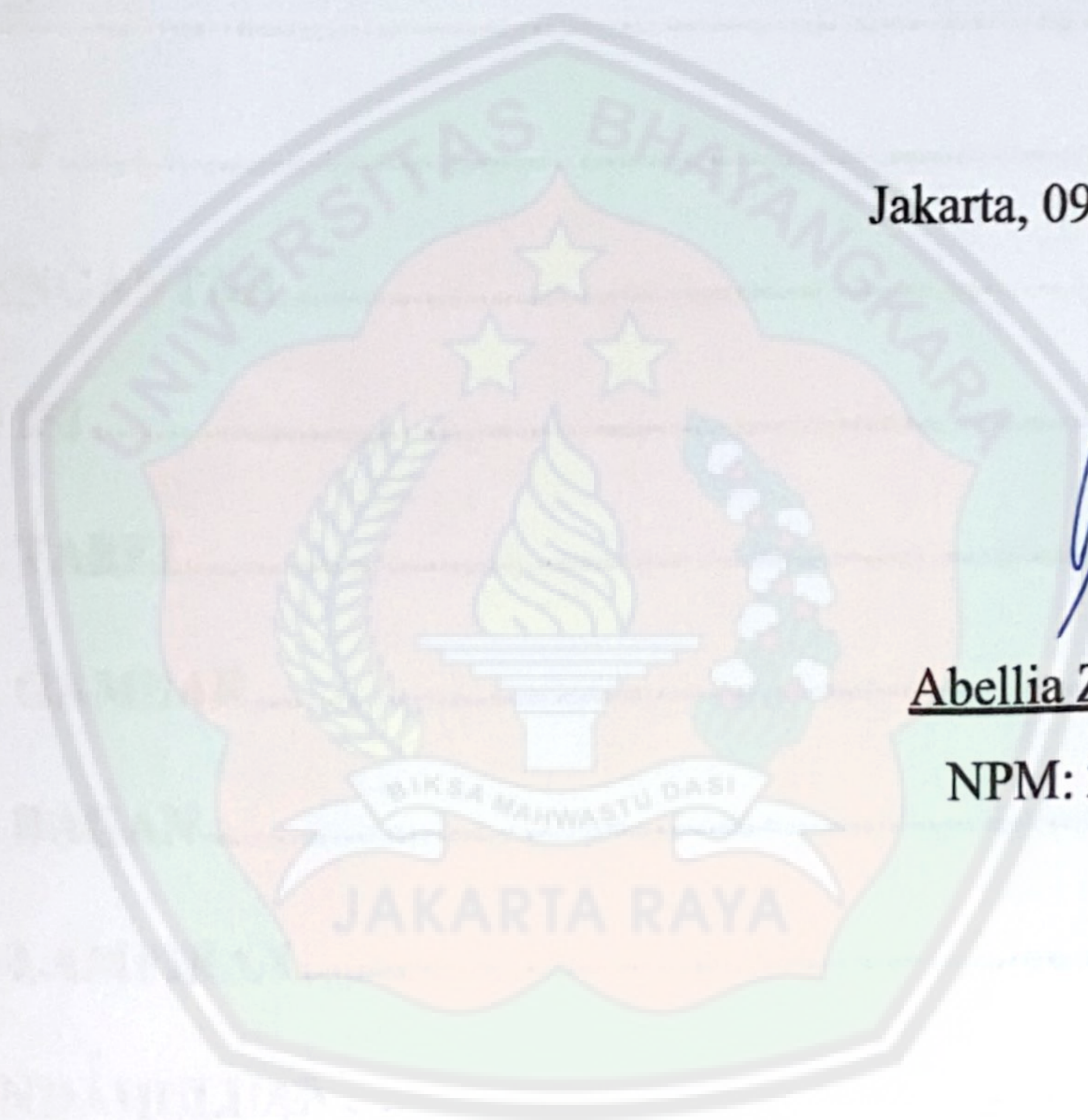
1. Irjen. Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu Peneliti dengan memberikan saran, dorongan, dukungan dalam menyelesaikan laporan.
5. Ibu Dian Sukmawati, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik peneliti di kelas A7 angkatan 2019.
6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan waktu serta ilmunya selama perkuliahan.
7. Alifah Tsabita selaku Ketua Komunitas Daerah Kakak Asuh Bekasi.
8. Lintang Caesaria selaku Ketua Divisi Hubungan Masyarakat Kakak Asuh Bekasi.
9. Wahid Julianur selaku Ketua Divisi Publikasi, Desain dan Branding Kakak Asuh Bekasi.

10. Seluruh pengurus komunitas Kakak Asuh Bekasi

11. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan semua satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat diterima dan memberikan banyak manfaat bagi yang membacanya. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengapresiasi apabila terdapat pembaca yang ingin memberikan kritik dan saran untuk penulisan skripsi ini agar peneliti dapat memperbaiki penelitian ini serta membuat penelitian kedepannya dengan lebih baik.

Jakarta, 09 Februari 2023



Abellia Zefani Latiefah

NPM: 201910415292



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Konsep .....	28
2.3.1 <i>Digital Public Relation</i> .....	28
2.3.1 <i>Branding</i> .....	29
2.3.3 <i>Media Sosial Instagram</i> .....	30
2.3.4 <i>Community Awareness</i> .....	31
2.3.5 <i>Konsep RACE (Research, Action, Communication, Evaluation)</i> .31	
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Populasi Dan Sampel.....	35
3.5 Teknik Penentuan Informan .....	35
3.5.1 <i>Purposive Sampling</i> .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6.1 Observasi .....	36
3.6.2 Wawancara .....	37
3.6.3 Dokumentasi.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37

3.7.1 Reduksi Data.....	38
3.7.2 Triangulasi .....	38
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Kakak Asuh.....	40
4.1.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.....	46
4.1.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Wawancara .....	60
4.2 Pembahasan .....	67
4.2.1 Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan <i>Community Awareness</i> Komunitas Kakak Asuh Bekasi.....	67
4.2.2 Strategi <i>Branding</i> Dalam Upaya Peningkatan <i>Community Awareness</i> .....	68
4.2.3 Aspek <i>Research</i> .....	69
4.2.4 Aspek <i>Action</i> .....	70
4.2.5 Aspek <i>Communication</i> .....	71
4.2.6 Aspek <i>Evaluation</i> .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Followers Komunitas Daerah .....	4
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Pra Riset.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo Kakak Asuh Bekasi.....	41
Gambar 4.2. Tampilan Instagram Kakak Asuh Bekasi.....	49
Gambar 4.3. <i>Guideline</i> Yayasan Karya Kakak Asuh.....	50
Gambar 4.4. <i>Publication Schedule</i> Divisi PDD.....	51
Gambar 4.5. Konten IGTV <i>Pre Event</i> Kakak Asuh Bekasi.....	52
Gambar 4.6. <i>Main Event</i> Webinar <i>Live</i> Youtube Kakak Asuh.....	53
Gambar 4.7. Konten <i>Instastory Post Event</i> Kakak Asuh Bekasi.....	54
Gambar 4.8. <i>Feeds</i> Instagram.....	55
Gambar 4.9. <i>Reels/IGTV</i> @ka.bekasi.....	56
Gambar 4.10. <i>Instatory</i> @ka.bekasi.....	58
Gambar 4.11. <i>Highlight</i> @ka.bekasi.....	59
Gambar 4.12. Konten Evaluasi Instagram @ka.bekasi.....	60

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	33
Bagan 4.1. Struktur Organisasi Kakak Asuh Bekasi.....	45



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 3: Dokumentasi

LAMPIRAN 4: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 5: Form Perbaikan

