

**STRATEGI DIGITAL *PUBLIC RELATION* DALAM
SOSIALISASI PROGRAM UMKM JUARA DI DINAS
KOPERASI DAN USAHA KECIL (DISKUK) PROVINSI
JAWA BARAT**

SKRIPSI

Dilakukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

MUTIA SALSABILA

NIM: 2020071003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

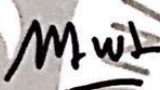
**STRATEGI DIGITAL *PUBLIC RELATION* DALAM SOSIALISASI
PROGRAM UMKM DI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL
(DISKUK) PROVINSI JAWA BARAT**

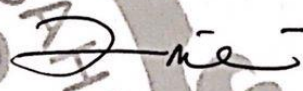
Disusun Oleh:
MUTIA SALSABILA
NIM .2020071003

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
Di hadapan Dewan Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum
NIDN.0628108301


Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom
NIDN. 0617058903

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum
NIDN.0628108301

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI DIGITAL *PUBLIC RELATION* DALAM PROGRAM UMKM
JUARA DI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL (DISKUK) PROVINSI
JAWA BARAT**

Disusun Oleh:
MUTIA SALSABILA
NIM. 2020071003

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi dan Program
Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta
Pada tanggal 30 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji:

Dewan Penguji

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN.0628108301

Dewan Penguji

Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0617058903

Dewan Penguji

Dyah Retno Pratiwi, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0616068501

Mengetahui

Dekan
Fakultas Humaniora, Sosial dan Seni

Faqih Purnomosidi, S.Psi, M.Si
NIDN. 0602058801

Kepala Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN. 0628108301

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutia Salsabila

NIM : 2020071003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif atau skripsi saya yang berjudul *STRATEGI DIGITAL PUBLIC RELATION DALAM SOSIALISASI PROGRAM UMKM JUARA DI DINAS KOPERASI DAN UDAHA KECIL (DISKUK) PROVINSI JAWA BARAT*.

Berserta desain atau perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalih bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasi karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*tutor*) dan pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sehat dan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun,

Surakarta, 5 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Mutia Salsabila

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Mutia Salsabila

NIM : 2020071003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencatumkan dalam daftar pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjukkan sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan seandainya di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiat bentuk peniruan yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 5 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Mutia Salsabila

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, Rahmat dan Hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kersarjanaan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Mama dan papah tersayang yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan kasih sayang dan kesabaran hingga saat ini,serta memberikan dukungan , semangat dan doa .
2. Dosen Ilmu Komikasi Universitas Sahid Surakarta yang telah membimbing serta memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya.
3. Kepada semua teman – teman Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta angkatan 2020 saya persembahkan skripsi saya untuk kalian.
4. Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

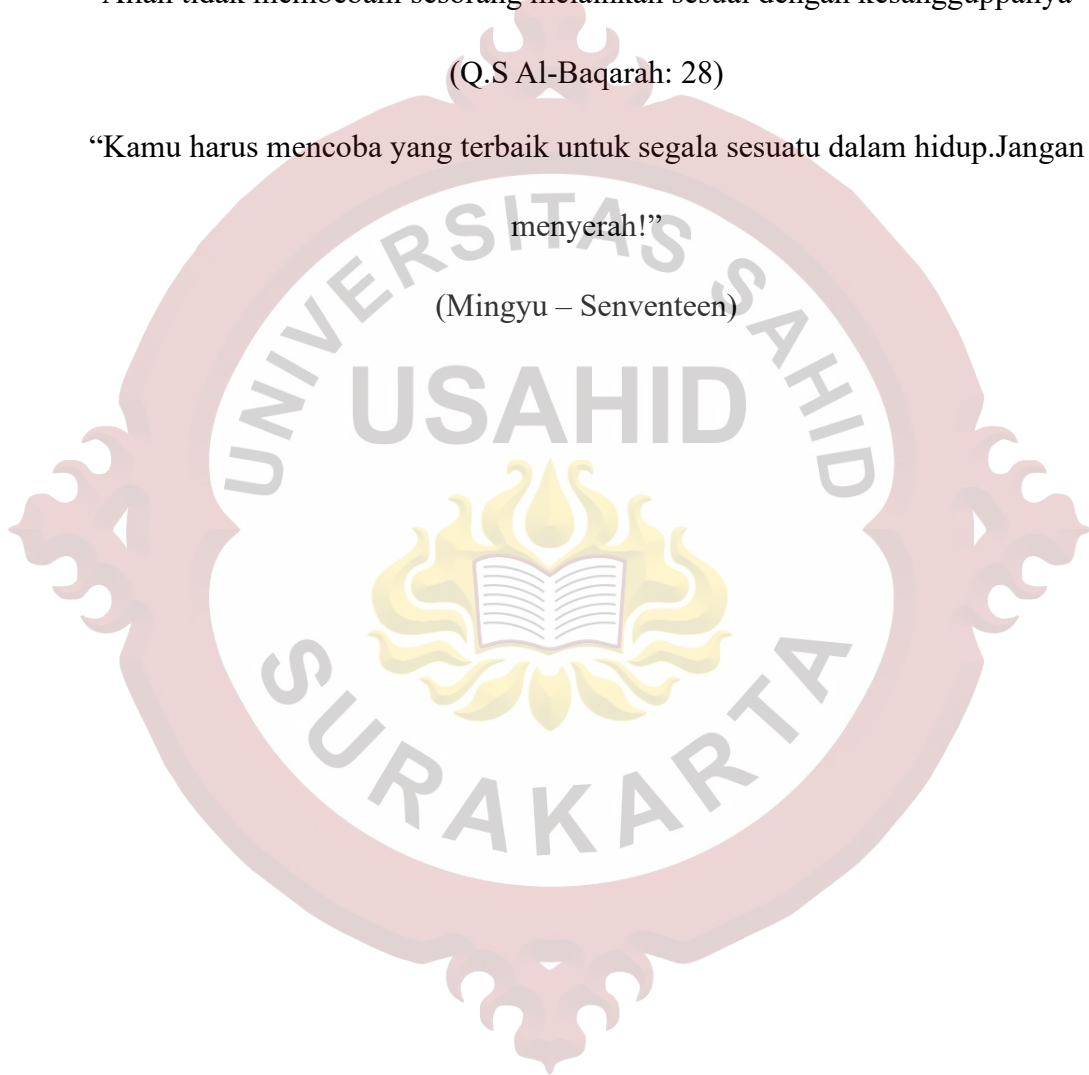
(Q.S. Ar-Ruum:60)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 28)

“Kamu harus mencoba yang terbaik untuk segala sesuatu dalam hidup. Jangan menyerah!”

(Mingyu – Senventeen)



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat & Hidayah serta nikmat- Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Digital *Public Relation* Dalam Sosialisai Program UMKM Juara Di Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil (DISKUK) Provinsi Jawa Barat” dengan baik dan tepat waktu. Peneliti melakukan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora dan Seni di Universitas Sahid Surakarta. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat dilakukan tanpa bantuan dan dukungan dari banyak orang. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberi hikmat, kelancaran, kesehatan, kekuatan, dan kebahagiaan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Mamah Siti Nurlaela, selaku ibu kandung dari Mutia Salsabila. Terima kasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta. Serta terima kasih atas do’a, dukungan, materi dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah mamah lakukan selama ini kepada Mutia hingga bisa mencapai titik ini.
3. Papah Achmad Muttakin, selaku ayah kandung dari Mutia Salsabila. Terima kasih atas do’a, kasih sayang dan dukungan yang telah papah berikan selama ini kepada Mutia.
4. Ibu Sri Huning Anwanningsih ST.,M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Destina Paningrum,SE.,MM selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta
6. Ibu Erwin Kartinawati, S.Sos,M.I.Kom, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Mahasiswa, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta
7. Bapak Faqih Purnomosidi,S.Psi,M.S, selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

8. Bapak Dr Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
9. Bapak Dr Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum, selaku Dosen Pembimbing I.
10. Ibu Esfandani Peni Indreswari,, S.IKom.,M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II.
11. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos.,M.I.Kom, selaku Dosen Penguji.
12. Dwina & Indah selaku sahabat peneliti sejak SMP hingga saat ini. Terima kasih selalu ada dalam segala kondisi dan terima kasih untuk tidak pernah bosan mendengarkan keluh – kesah saya selama ini.
13. Sahabat dari kecil saya hingga saat ini, Shafira,Resa,Fasya,Sania dan Aura. Terima Kasih untuk selalu menghabiskan waktu bersama dan selalu menghibur dengan canda,tawa.
14. Teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang sudah memberikan semangat sehingga membuat motivasi dalam mengerjakan penelitian ini.
15. K-Pop Grup Seventeen. Terutama Kim Mingyu terima kasih sudah membuat hidup saya lebih berwarna dan selalu menghibur saya serta memberi semangat dan motivasi melalui karya – karyanya.
16. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena tidak menyerah dan tetap berjuang dalam keadaan apapun. Terima kasih sudah berusaha keras sekuat tenaga dan sabar menghadapi banyaknya rintangan dan cobaan, Terima kasih sudah tetap kuat dan tetep bertahan hingga saat ini.

ABSTRAK

Program UMKM juara ini menargetkan peserta dari wirausaha di Jawa Barat yang mau berkomitmen untuk maju dan berkembang dibidang bisnis. Dari program UMKM juara ini, UMKM akan naik kelas dan memanfaatkan teknologi dalam berbisnis, khusus nya teknologi informasi untuk mencapai pasar yang luas. Oleh karena itu dibutuhkan strategi publikasi humas digital untuk menghasilkan pesan yang mudah dipahami oleh *public* dan efektif dalam penyampaian, Sehingga penelitian ini bertujuan menganalisis strategi digital *public relation* dalam sosialisasi program UMKM juara di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil (DISKUK) Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan sumber data primer yaitu staf humas DISKUK JABAR serta akun Instagram dan juknis DISKUK JABAR sebagai sumber data sekunder. Setelah itu data primer dalam penelitian ini hasil wawancara dengan bagian humas DISKUK JABAR. Data sekunder nya adalah dari unggahan akun Instagram DISKUK JABAR. Penelitian ini menggunakan strategi digital *public relation* dari Holtz (2009) yang meliputi the *goals, strategy, objective* dan *tactics* sehingga ditemukan hasil dari penelitian yaitu DISKUK JABAR sudah menerapkan strategi digital public relation. Serta hasil SWOT menunjukan tahap dari strategi digital public relation sudah diimplementasikan. Sementara itu adapun strategi digital public relation yang masih kurang dalam program UMKM juara adalah dengan kurangnya strategi digital public relation dalam tahap *strategy* dan *Objective*. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi pada kegiatan mengenai kurikulum pendamping dan adanya keterbatasan sumber daya manusia dalam melakukan tahap pendampingan monitoring dan evaluasi. Oleh karena itu program UMKM juara ini dapat mengakibatkan kurangnya efektivitas dalam implementasikan

Kata Kunci: Strategi Digital *Public Relations*, UMKM juara, DISKUK JABAR.

ABSTRAC

This UMKM juara program targets participants from entrepreneurs in West Java who are willing to commit to progress and development in the business sector. UMKM will move up a class and utilize technology in business, especially information technology for a wider market. Therefore, a digital public relations publication strategy is needed to produce messages that are easy to understand and effective in delivery to the public. This study aims to analyze the digital public relations strategy in the socialization of the UMKM juara program at the West Java Provincial Cooperative and Small Business Service (DISKUK). This study is a qualitative study using primary data sources, namely the DISKUK JABAR public relations staff. The Instagram account and DISKUK JABAR technical guidelines are secondary data sources. The primary data are the results of interviews with the DISKUK JABAR public relations department. Secondary data is the uploads from the DISKUK JABAR Instagram account. This study used a digital public relations strategy from Holtz (2009) which includes the goals, strategy, objectives, and tactics. The results of the study show that DISKUK JABAR has implemented a digital public relations strategy. The SWOT results show that the stages of the digital public relations strategy have been implemented. Meanwhile, the digital public relations strategy that is still lacking is the strategy and objective stage. This is due to the lack of socialization in activities regarding the accompanying curriculum and the limited human resources in monitoring and evaluation assistance. Therefore, it can cause the implementation of the UMKM Juara program to be less effective.

Keywords: Digital Public Relations Strategy, UMKM Juara, DISKUK JABAR.

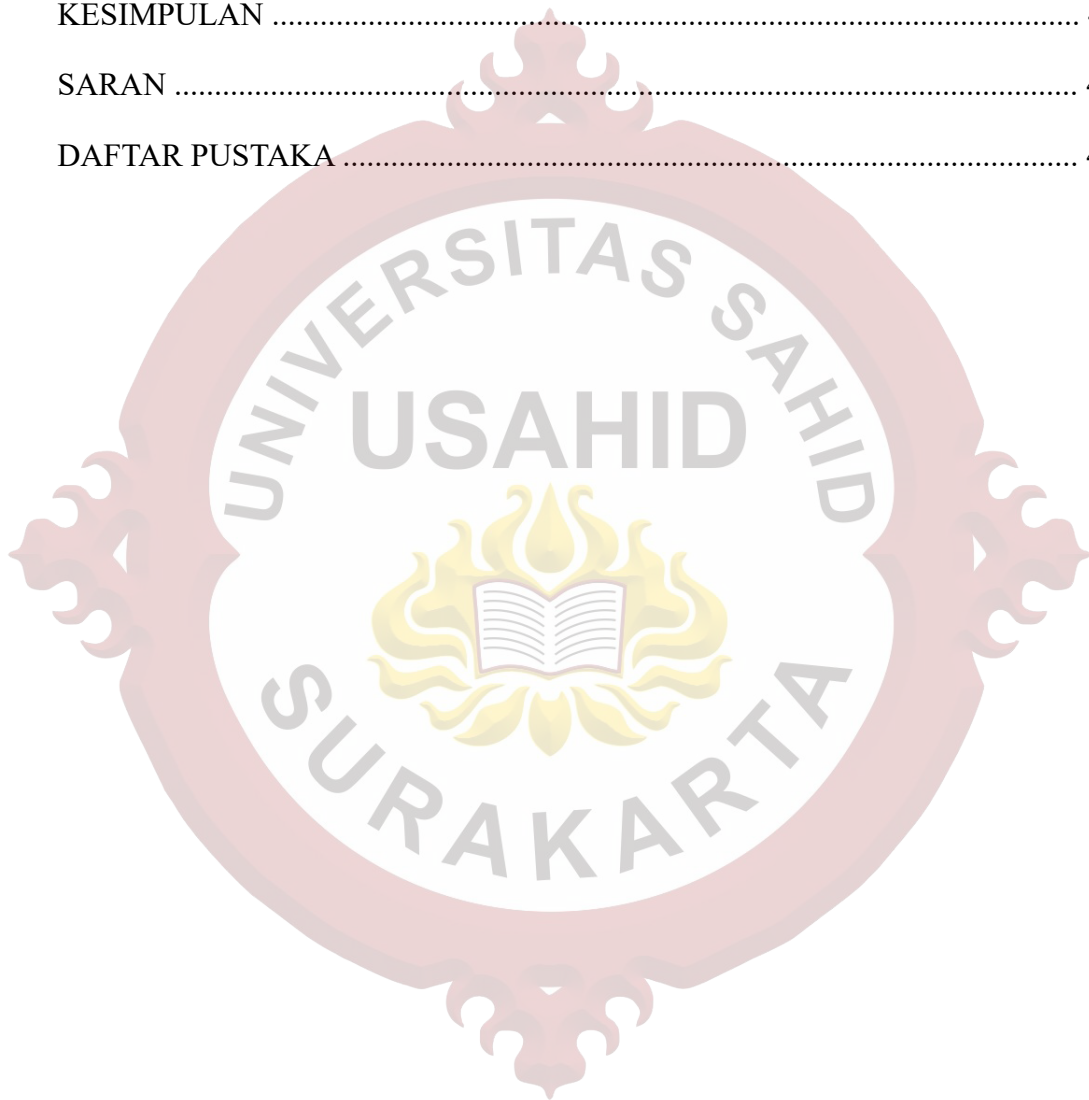


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRAC</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumasan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Peneliti	4
BAB II	5
LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.1 Definisi Komunikasi	8
2.2 Proses Komunikasi	10
2.4 Humas	12
2.5 Humas Digital	14
2.5 Strategi Humas Digital	14
2.7 Analisis SWOT	15

2.8 Kerangka Berpikir	17
BAB III	18
METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Sumber Data dan Data	18
3.2.1 Sumber Data	18
3.2.2 Data	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.3.1 Wawancara	19
3.3.2 Observasi	19
3.3.3 Dokumentasi	20
3.4 Teknis Sampling	20
3.5 Triangulasi Data	20
3.6 Teknis Analisis Data	21
3.6.1 Pengumpulan Data	21
3.6.2 Reduksi Data	21
3.6.3 Penyajian Data	21
3.6.4 Penarikan Kesimpulan	22
BAB IV	23
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Deskripsi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat	23
4.1.1 Lokasi Dinas Koperasi dan Usaha kecil Provinsi Jawa Barat	23
4.1.2 Sejarah Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat	23
4.1.3 Visi dan Misi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat ...	24
4.1.4 Tugas Pokok dan Fungsi	24
4.1.4 Prioritas Program dan Kegiatan	25

4.1.5 Struktur Organisasi	26
4.2 Analisis Strategi Digital Public Relation Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat.....	27
3.3 Analisis SWOT	40
BAB V	47
KESIMPULAN	47
SARAN	48
DAFTAR PUSTAKA	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh postingan Instagram mengenai UMKM Juara@diskukjabar ...	3
Gambar 2. Model proses komunikasi menurut Kotler (2000).	10
Gambar 3. Model Analisis Interaktif Miles dan Hubberman	22
Gambar 4. Struktur Organisasi DISKUK JABAR	26
Gambar 5. Contoh juknis kegiatan dan tujuan dari program umkm juara	28
Gambar 6. Kurikulum pendamping UMKM juara	29
Gambar 7. Kriteria pendamping UMKM juara & kriteria peserta UMKM juara.	30
Gambar 8. Tugas pendampingan	32
Gambar 9. Tugas pedampingan UMKM	32
Gambar 10. Unggahan Instagram dari @diskukjabar mengenai monitoring dan evaluasi UMKM	33
Gambar 11. Sosialisasi tentang pra kegiatan	35
Gambar 12. Contoh unggahan dari pemanfaatan platform digital melalui tiktok dan Instagram	36
Gambar 13. Contoh unggahan tips membuat konten digital kreatif	37
Gambar 14. Contoh unggahan media sosial	38
Gambar 15. Penggunaan crowdfunding dan Microfinance Marketplace.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu	8
Tabel 2. Analisi SWOT dari strategi digital <i>public relation</i>	43



\

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka berpikir Holzt, Kotler & Armstrong	17
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	51-53
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	54
Lampiran 3 Buku Konsultasi Skripsi.....	55..... 55
Lampiran 4 Surat Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi	57

