

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

PRAKATA

ABSTRACT	i
ABSTRAKSI	ii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Pemikiran	16
1. Humas Pemerintah (<i>Government Public Relations</i>)	16
2. Pemanfaatan Media Sosial di Sektor Publik	18
3. Partisipasi Publik dalam Media Sosial Pemerintah	25
G. Model Penelitian	29
H. Kerangka Konseptual	29
I. Metodologi Penelitian	35
1. Pendekatan Penelitian	35
2. Metode Penelitian	35
3. Unit Analisis	38
4. Teknik Pengambilan Data	41
5. Teknik Analisa Data	41
6. Validitas dan Reliabilitas	42

BAB II. MEDIA SOSIAL PEMERINTAH & PARTISIPASI PUBLIK DI ERA MASYARAKAT DIGITAL

A. Humas Pemerintah (Government PR)	45
B. Media Sosial di Sektor Publik	47
1. Perkembangan Media Sosial Pemerintah	48
2. Karakteristik Media Sosial Pemerintah	52
C. Partisipasi Publik di Ruang Media Sosial Pemerintah	58
D. Praktek Pemanfaatan Meda Sosial oleh Government PR	62

BAB III. DIREKTORAT JENDERAL IMIGRASI DAN KARAKTERISTIK MEDIA-SOSIALNYA

A. Profil Direktorat Jenderal Imigrasi	66
B. Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Imigrasi	67
C. Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi	67
D. Instagram @ditjen_imigrasi	73



**BAB IV ANALISIS ISI KUALITATIF PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH
DITJEN IMIGRASI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK UNTUK
MEMBANGUN PARTISIPASI PUBLIK**

A. Temuan	85
1. Temuan Substantif	85
a. Tema	87
b. Interaktifitas dan Konten oleh Pengguna	97
c. Simulasi Sosial	104
d. Penyebaran	112
2. Temuan Teknis	115
a. Arsip	115
b. Penggunaan Bahasa	128
c. Pemanfaatan Kekayaan Media	132
d. Pemanfaatan Isu Populer	137
B. Analisis	138
1. Dinamika Komunikasi Instagram @ditjen_imigrasi	139
a. Karakteristik Informasi pada Instagram @ditjen_imigrasi.....	140
Tema Postingan Instagram @ditjen_imigrasi	140
Pemanfaatan Media Richness pada Instagram @ditjen_imigrasi	142
Pemilihan Format Postingan	142
Pemanfaatan Beragam Isyarat (<i>Multiple Cues</i>)	143
Penggunaan Bahasa pada Instagram @ditjen_imigrasi	144
Pemanfaatan Isu Populer pada Instagram @ditjen_imigrasi	146
b. Karakteristik Arsip pada Instagram @ditjen_imigrasi.....	147
Sisi Konten	148
Sisi Hashtag	149
Sisi Komentar	151
c. Karakteristik Interaktifitas pada Instagram @ditjen_imigrasi	153
Melihat Postingan	153
Menyukai Postingan	155
Memberikan Komentar	155
Membalas Komentar	156
d. Karakteristik Konten oleh Pengguna pada Instagram @ditjen_imigrasi	158
a. UGC yang diproduksi oleh Ditjen Imigrasi	159
b. UGC yang diproduksi oleh Publik	159
e. Karakteristik Jaringan pada Instagram @ditjen_imigrasi	161
<i>Government to Citizen</i>	162
<i>Citizen to Government</i>	163
<i>Citizen to Citizen</i>	163
f. Karakteristik Penyebaran pada Instagram @ditjen_imigrasi	164
g. Karakteristik Simulasi Sosial pada Instagram @ditjen_imigrasi	166
Konstruksi Realitas Interaksi Sosial	167
Konstruksi Realitas Budaya	170
Konstruksi Realitas Struktur Instagram @ditjen_imigrasi	170
2. Kedalaman Partisipasi Publik pada Instagram @ditjen_imigrasi	172
3. Komunikasi Strategis sebagai Hasil Interaksi antara Ditjen Imigrasi & Publik	179
a. Komunikasi Strategis yang muncul pada Instagram @ditjen_imigrasi	180



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

KOMUNIKASI PUBLIK BERBASIS MEDIA SOSIAL OLEH DIREKTORAT JENDERAL IMIGRASI
(Analisis Isi Kualitatif

Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Pemerintah untuk Membangun Partisipasi Publik)

IBRAHIM ALMADHANI, Prof. Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, S.I.P., M.Si
Faktor Pendorong munculnya Komunikasi Strategis pada Instagram
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

b. Faktor Pendorong munculnya Komunikasi Strategis pada Instagram @ditjen_imigrasi	189
c. Cara Kerja Komunikasi Strategis pada Instagram @ditjen_imigrasi	193

BAB V. PENUTUP

A. KESIMPULAN	198
B. REKOMENDASI	201
DAFTAR PUSTAKA	203
LAMPIRAN	207