

**ANALISIS STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA DALAM MEMBERIKAN INFORMASI
MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER**

SKRIPSI

Diajukan untuk dipertahankan dalam
Ujian Sidang Sarjana Ilmu Komunikasi
Jurusan Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

MOCH. FARIZ ALWAN

044115339



B40 IKJM 1112 2019

PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Tgl Terima : AGUSTUS 2020
No. Induk Buku : 040 1112/IX/FISIB/2020
No Class : 1112 MOC A 2019
Sumber Buku : HARIAH

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : Moch. Fariz Alwan

NPM : 044115339

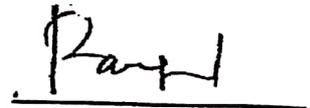
Judul Skripsi : Analisis Strategi Humas Kementerian Keuangan Republik Indonesia
Dalam memberikan Informasi Keuangan Melalui Media Sosial Twitter.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui,

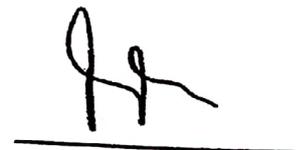
Pembimbing I. : Ratih Siti Aminah, M.Si.
NIK : 1.0314004625



Pembimbing II. : Prasetyo Adinugroho, M.Ikom
NIK : 1.0616049760



Pembaca : Dini Valdiani, M.Si.
NIK : 1.114003357



Ditetapkan di : Bogor .
Tanggal :

• **Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya**



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, S.Sos., M.Si.
NIK. 1 0909 048 513

ABSTRAK

Moch Fariz Aiwan. NPM 044115339.2015. Analisis Strategi Humas Kementerian Keuangan Dalam Memberikan Informasi Melalui Media Sosial Twitter. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Ratih Siti Aminah, M.Si dan Prasetyo Adi Nugroho M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas Kementerian Keuangan dalam memberikan informasi melalui media sosial twitter. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama narasumber dari humas Kementerian Keuangan Bapak Rahmad Widiana sebagai *Key informan*, Ibu Dianita Suliastuti dan Alya Shanaz Sebagai *Informan* serta narasumber dari followers akun twitter Kementerian Keuangan. Penelitian ini dilaksanakan di Kementerian Keuangan Republik Indonesia Bagian Manajemen Publikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kementerian keuangan mempunyai berbagai macam strategi di twitter seperti agenda setting, pemilihan informasi, kuis, hastag, dan utas.

Kata Kunci: Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Media Sosial, Strategi Humas.