

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya Nya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas akhir dengan judul "EFEKTIFITAS PENGGUNAAN TWITTER OLEH KEMENTERIAN PERDAGANGAN SEBAGAI KOMUNIKASI DUA ARAH UNTUK MENSOSIALISASIKAN KEBIJAKAN KENAIKAN HARGA BAHAN POKOK DAN BAHAN STRATEGIS KEPADA MASYARAKAT " ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu karena adanya bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

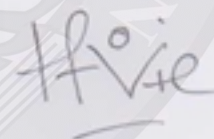
- 1) Orang tua yaitu Yadi M Ramana, Nurhayat, Dya Putra Ramana dan keluarga besar Hasanuddin yang telah mendukung secara moral dan material, serta doa kepada penulis.
- 2) Bapak Prof. Aleksius Jemiadu, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 3) Ibu Rose Tarigan selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan sekaligus Pembimbing

Akademik atas segala kritik dan saran yang telah disampaikan kepada Peneliti.

- 4) Sigit Pamungkas, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 5) Seluruh keluarga besar Basman atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada peneliti.
- 6) Seluruh pihak Kementerian Perdagangan yang telah memberi izin dalam penelitian ini, dan memberikan informasi serta data-data kepada peneliti.
- 7) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang turut memberi dukungan berupa doa, pengajaran, motivasi, waktu dan materi untuk membantu peneliti dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci , 26 November 2013



Novie Setya Lestari

DAFTAR ISI

ABSTRAK...	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II OBJEK PENELITIAN	10
2.1 Sejarah Singkat Kementerian Perdagangan	10
2.2 Visi dan Misi Kementerian Perdagangan	12
2.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	13
2.4 Public Relations Kementerian Perdagangan	15
2.5 Kebijakan Kenaikan Harga Bahan Pokok dan Bahan Strategis	15
2.6 Masyarakat Sasaran Kebijakan Kementerian Perdagangan	16
2.7 Website	17
2.8 Twitter	17
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	19
3.1 Ilmu Komunikasi	19
3.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi	19
3.1.2 Model Komunikasi Dua Arah	21
3.1.3 Teori Efektifitas Komunikasi	22
3.1.4 Hambatan Komunikasi	24
3.2 <i>Public Relations</i>	25
3.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	26
3.2.2 Jenis <i>Public Relations</i>	26
3.2.3 Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i>	27
3.2.4 Sasaran <i>Public Relations</i>	28
3.2.5 Strategi <i>Public Relations</i>	29
3.3 Media Relations	31
3.3.1 Pengertian Media Relations	31
3.3.2 Strategi Media Relations	32
3.4 Media Sosial	33
3.4.1 Pengertian Media Sosial	33
3.4.2 Fungsi dan Peran Media Sosial	35
3.4.3 Hubungan <i>Public Relations</i> Dengan Media Sosial	36

3.5 Hipotesis Kesenjangan Sosial	37
3.6 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	40
4.1 Metode Penelitian.....	40
4.2 Pendekatan Penelitian.....	42
4.3 Sumber Data	43
4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
4.5 Unit Analisis.....	46
4.6 Teknik Analisis Data.....	47
4.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Hasil Penelitian	51
5.1.1 Public Relations Kementerian Perdagangan.....	52
5.1.2 Sosialisasi Kepada Pejabat Daerah.....	57
5.2 Pembahasan.....	58
5.2.1 Efektifitas Pesan Komunikasi.....	58
5.2.2 Pesan Komunikator.....	60
5.2.3 Komunikator atau Penerima Pesan	64
5.2.4 Media Komunikasi.....	69
5.2.5 Strategi Membuat Komunikasi Efektif.....	71
5.3 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	73
BAB VI PENUTUP	74
6.1 Kesimpulan	74
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi Kementerian Perdagangan.....	12
Gambar 3.1 Model Komunikasi Interaksional.....	20
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5.1 Struktur Public Relations Kementerian Perdagangan.....	52
Gambar 5.2 Website Kementerian Perdagangan.....	60
Gambar 5.3 Twitter Kementerian Perdagangan.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat ijin penelitian Kementerian Perdagangan.....A-1

LAMPIRAN B

Transkrip Wawancara dengan Key Informant Bapak Mudo Supriyanto, Ekselon 3 Humas
Kementerian Perdagangan..... B-1
Transkrip Wawancara dengan Informant 1 Encu Subekti..... B-7
Transkrip Wawancara dengan Informant 2 Nora Azizah..... B-8
Transkrip Wawancara dengan Informant 3 Ria Imajinar..... B-9
Transkrip Wawancara dengan Informant 4 Dhara Ayu Leonita.....B-11
Transkrip Wawancara dengan Informant 5 Nursahala.....B-13
Transkrip Wawancara dengan Informant 6 Waluyo.....B-15
Transkrip Wawancara dengan Informant 7 Abas.....B-17
Transkrip Wawancara dengan Informant 8 Enok.....B-19

