

DAFTAR ISI

Daftar isi	i
Daftar gambar	iv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
1.4.2 Manfaat Teoritis	6
1.5 Tinjauan Pustaka	6
1.5.1 Praktik <i>Public Relations</i> di Lembaga Pemerintahan	6
1.5.1.1. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai Instansi	
Pemerintah	9
1.5.2 Keberadaan Teknologi Baru dalam Organisasi	9
1.5.2.1. Teori Kegunaan Teknologi Baru	11
1.5.3 Media Online	14
1.5.3.1. Media Sosial	14
1.5.3.2. Peran dan Fungsi Media Sosial	19
1.5.4 <i>Cyber PR</i> atau E-PR	22
1.5.5 Penggunaan Media Sosial sebagai Praktik <i>Public Relations</i>	
Digital	23
1.5.6 Penelitian Sebelumnya	25
1.6 Metodologi Penelitian	26
1.6.1 Metode Penelitian	26
1.6.2 Tipe Penelitian	26
1.6.3 Objek Penelitian	27
1.6.4 Unit Analisis	27
1.6.5 Lokasi Penelitian	27
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	27
1.6.7 Teknik Pengolahan Data	28

1.6.8 Teknik Analisis Data	28
-----------------------------------	-----------

BAB II: GAMBARAN UMUM

2.1 Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	30
2.1.1 Sejarah Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	30
2.1.2 Visi dan Misi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	31
2.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	31
2.1.4 Strategi dan Kebijakan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	42
2.1.5 Tim Gabungan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	42
2.2. Media Sosial Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya	45
2.2.1. Instagram	45
2.2.2. Twitter	46
2.2.3. Facebook	47
2.3. Profil Narasumber	48
2.4. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik	50

BAB III: TEMUAN DAN INTERPRETASI DATA

3.1. Temuan dan Interpretasi Data	62
3.1.1. Pemahaman PR Satpol PP Kota Surabaya mengenai PR Digital	62
3.1.2. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Praktik PR Digital di Satpol PP Kota Surabaya	80
a. Elemen Taktik : <i>Proactive and Initiative</i>	80
b. Elemen Taktik : <i>Monitoring</i>	86
c. Elemen Taktik : <i>Publishing</i>	90
d. Elemen Taktik : <i>Awareness</i>	111
e. Elemen Taktik : <i>Engagement</i>	119
f. Elemen Taktik : <i>Capability to Respond to Events and</i>	

<i>Actions</i>	127
BAB IV: PENUTUP	
4.1. Kesimpulan	131
4.2. Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	134
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita mengenai Kasatpol PP Kota Surabaya	3
Gambar 1.2 Akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	4
Gambar 1.3 Akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya	5
Gambar 1.4 Akun Facebook Satpol PP Kota Surabaya	5
Gambar 1.5 <i>Effective Media Prediction</i>	13
Gambar 1.6 <i>Overview of Social Media</i>	17
Gambar 2.1 <i>Bio</i> Akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	46
Gambar 2.2 Akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya	47
Gambar 2.3 Akun Facebook Satpol PP Kota Surabaya	48
Gambar 2.4 Febriadhitya Prajatara	48
Gambar 2.5 Maya Kurnia	49
Gambar 2.6 Mahella Tiara	49
Gambar 2.7 Anggitania Fratiwi	50
Gambar 3.1 Pemberitaan oleh media massa online mengenai Satpol PP Kota Surabaya	71
Gambar 3.2 <i>Post feed</i> serta <i>caption</i> pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai Izin Mendirikan Bangunan (IMB)	74
Gambar 3.3 Komentar mengenai pencitraan Satpol PP dalam kolom komentar Instagram	76
Gambar 3.4 Pandangan masyarakat akan Satpol PP Kota Surabaya di media sosial	78
Gambar 3.5 Pandangan masyarakat akan Satpol PP Kota Surabaya di kolom komentar Instagram	79

Gambar 3.6 <i>Post feed</i> dari akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	80
Gambar 3.7 <i>Tweet</i> dari akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya	81
Gambar 3.8 <i>Mention</i> yang dilakukan oleh pengguna Instagram dalam kolom komentarkun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	82
Gambar 3.9 <i>Feed</i> yang ada pada <i>post</i> akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya tentang tindak lanjut atas pelaporan melalui 112	84
Gambar 3.10 Komentar yang ada pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	84
Gambar 3.11 <i>Feed</i> yang ada pada <i>post</i> akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya tentang tindak lanjut atas pelaporan pelanggaran terhadap Perda Kota Surabaya Nomor 2 Tahun 2014	85
Gambar 3.12 Jumlah <i>follower</i> akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	87
Gambar 3.13 Jumlah <i>follower</i> akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya	87
Gambar 3.14 Laporan atas kinerja petugas Satpol PP Kota Surabaya di kolom komentar akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	89
Gambar 3.15 <i>Tweet</i> dalam akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya mengenai penegakan Peraturan Daerah	92
Gambar 3.16 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai Peraturan Daerah	93
Gambar 3.17 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai tim Satpol PP Kota Surabaya	96
Gambar 3.18 <i>Tweet</i> dalam akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya mengenai tim Satpol PP Kota Surabaya	97
Gambar 3.19 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Surabaya dalam memenuhi tupoksinya	99
Gambar 3.20 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya dalam format video mengenai Peraturan Daerah	99

Gambar 3.21 <i>Tweet</i> dalam akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya mengenai <i>event</i> yang sedang diadakan di Kota Surabaya	102
Gambar 3.22 <i>Story</i> dan <i>feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai <i>event</i> yang sedang diadakan di Kota Surabaya	103
Gambar 3.23 <i>Tweet</i> dalam akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya yang menampilkan sosok Walikota Surabaya Tri Rismaharini sebagai taktik <i>publishing</i>	106
Gambar 3.24 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya yang menampilkan sosok Walikota Surabaya Tri Rismaharini sebagai taktik <i>publishing</i>	107
Gambar 3.25 <i>Caption</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya dengan narasi deduksi akibat-sebab	109
Gambar 3.26 <i>Tweet</i> dalam akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya dengan narasi deduksi akibat-sebab	110
Gambar 3.27 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai program <i>giveaway</i> atau sayembara hadiah untuk foto terbaik dalam acara “Surabaya Vaganza”	114
Gambar 3.28 <i>Feed</i> dalam akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai program <i>giveaway</i> atau sayembara hadiah untuk komentar paling kreatif	115
Gambar 3.29 <i>Feed</i> dalam format video pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya dengan tema parodi film “ <i>Dilan 1990</i> ” mengenai peringatan pada siswa agar tidak membolos sekolah	116
Gambar 3.30 <i>Feed</i> dan <i>Story</i> dalam format video pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya dalam meningkatkan <i>awareness</i> dan jumlah <i>likes</i> serta <i>views</i>	117
Gambar 3.31 <i>Feed</i> pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya mengenai Walikota Surabaya Tri Rismaharini sebagai taktik dalam meningkatkan <i>awareness</i>	118
Gambar 3.32 <i>Tweet</i> dan <i>Retweet</i> pada akun Twitter Satpol PP Kota Surabaya mengenai Walikota Surabaya Tri Rismaharini sebagai taktik dalam meningkatkan	

<i>awareness</i>	119
Gambar 3.33 <i>Comments</i> (komentar) pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya sebagai tempat sarana pengaduan atau pelaporan masyarakat	121
Gambar 3.34 <i>Comments</i> (komentar) pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya sebagai sarana dalam mencari informasi	122
Gambar 3.35 <i>Comments</i> (komentar) pada akun Instagram Satpol PP Kota Surabaya	126