

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

SKRIPSI

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP CITRA PEMERINTAH KOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @SURABAYA**



DISUSUN OLEH :

Raihan Anando (071811533067)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 27 Maret 2022

Penyusun



Raihan Anando
071811533067

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP CITRA PEMERINTAH KOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @SURABAYA**

SKRIPSI

Maksud: Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun oleh:

Raihan Anando

071811533067

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Genap Tahun 2021/2022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa sholawat serta salam juga saya curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Melalui halaman persembahan ini saya mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya selama perjalanan panjang menyelesaikan skripsi ini, terutama:

1. Kedua orang tua saya. Ibunda tercinta Ana Koesoemaningroem dan ayahanda terhebat Bondan Artandyo. Terimakasih kalian tiada henti memberikan doa, dukungan dan kekuatan kepada saya untuk segera menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini tentunya dapat terselesaikan berkat doa tulus kedua orang tua saya. Mereka adalah alasan utama saya selama ini untuk semangat menyelesaikan studi saya di S1 Ilmu Komunikasi Unair.
2. Pembimbing saya, Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM. Terimakasih telah meluangkan waktunya dengan sabar dan tekun dalam memberikan bimbingan kepada saya. Terimakasih juga sudah sangat baik dan ramah serta mengizinkan saya beberapa kali mengunjungi kediamannya untuk melaksanakan bimbingan. Mohon maaf jika saya terlalu merepotkan dan terdapat kata maupun tindakan saya yang kurang berkenan.
3. Pasangan saya, Alya Ramadhani Pratiwi. Terimakasih sudah dengan sabar dan tanpa lelah mengingatkan setiap harinya agar saya segera menyelesaikan skripsi ini dan selalu ngomel-ngomel jika skripsi saya tidak ada progres. Terimakasih sudah menjadi penyemangat dan alasan saya untuk segera lulus.
4. Teman-teman saya dari Livi geng, Caplin, Sulthon, Dito, Gaffari, Rakan, Carent Ulik, Kopeng, Eren, Fadhly, Ucup dan FT. Terimakasih berkat kalian rasa sedih dan stres saya saat menyusun skripsi jadi hilang karena kekonyolan dan canda tawa kalian.

5. Teman-teman Ilmu Komunikasi Unair. Terimakasih buat Candika dan Jodie beserta teman-teman lainnya yang juga telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP CITRA PEMERINTAH KOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @SURABAYA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan telah disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.
NIP. 197709202005012001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 20 April 2022
Pukul : 07.30 - 09.30

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D.
NIP. 197109191999032002

Anggota 1



Rani Sukma Ayu Suteja, S.I.Kom., M.Sc.
NIP. 199101192019032019

Anggota 2



Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.
NIP. 197709202005012001

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada persepsi generasi Z terhadap citra Pemerintah Kota Surabaya melalui akun media sosial Instagram @surabaya yang merupakan akun resmi yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya. Penelitian ini menarik karena Pemerintah Kota Surabaya memiliki Walikota dan Wakil Walikota baru per tanggal 22 Februari 2021 dan tahun pertama kinerja suatu pemerintahan yang memiliki pemimpin baru akan mendapat sorotan dan perhatian dari publiknya. Generasi Z dipilih karena generasi tersebut merupakan generasi yang dekat dengan internet khususnya sosial media. Oleh karena itu, Peneliti berusaha mendeskripsikan persepsi generasi Z terhadap citra pemerintah Kota Surabaya melalui Instagram @surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey. Survey dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden generasi Z Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal yaitu citra Pemerintah Kota Surabaya. Untuk mengetahui citra Pemerintah Kota Surabaya, peneliti menggunakan teori dimensi citra yang terdiri dari dimensi dinamis, kooperatif, bisnis, karakter dan keberhasilan, dimana kelima dimensi tersebut terdiri dari enam belas indikator.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Surabaya memiliki citra yang positif menurut persepsi generasi Z. Akumulasi perhitungan skor terhadap seluruh dimensi dan indikator adalah sebesar 3,09 yang termasuk kedalam kategori tinggi.

Kata kunci : Citra, Persepsi, Generasi Z, Pemerintah Kota Surabaya, Instagram

ABSTRACT

This study focuses on the perception of Generation Z on the image of the Surabaya City Government through the Instagram @surabaya social media account which is an official account managed by the Public Relations of the Surabaya City Government. This research is interesting because the Surabaya City Government has a new Mayor and Deputy Mayor as of February 22, 2021 and the first year the performance of a government that has a new leader will get the spotlight and attention of the public. Generation Z was chosen because it is a generation that is close to the internet, especially social media. Therefore, the researcher tries to describe the perception of Generation Z of Surabaya City on the image of the Surabaya City government through Instagram @surabaya.

This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method. The survey was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents of Generation Z in Surabaya. This study uses a single variable, namely the image of the Surabaya City government. To find out the image of the Surabaya City Government, the researcher uses the theory of image which consists of dynamic, cooperative, business, character and success dimensions, where the five dimensions consist of sixteen indicators.

The results showed that the Surabaya City Government has a positive image according to the perception of Generation Z in Surabaya. The accumulated score calculation for all dimensions and indicators is 3.09 which is included in the high category.

Keywords: Image, Perception, Generation Z, Surabaya City Government, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI	i
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
KATA PENGANTAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Akademis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
1.5. Kerangka Teori	10
1.5.1. Peneitian Terdahulu	10
1.5.2. Persepsi dan Citra.....	13
1.5.3. <i>Goverment Public Relations</i>	19
1.5.4. Generasi Z.....	21
1.6. Metodologi Penelitian	23
1.6.1. Tipe penelitian	23
1.6.2. Metode Penelitian.....	23
1.6.3. Populasi dan Sampel.....	23
1.6.4. Unit Analisis	25
1.6.5. Operasionalisasi Konsep.....	25
1.6.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	27
1.6.7. Teknik Pengumpulan Data	29

1.6.8. Teknik Pengolahan Data	30
1.6.9. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	31
BAB II GAMBARAN UMUM.....	34
1.1. Pemerintah Kota Surabaya.....	34
1.2. Generasi Z Kota Surabaya.....	36
1.3. Instagram @surabaya	38
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	41
3.1. Karakteristik Responden	41
3.2. Persepsi Generasi Z Terhadap Citra Pemerintah Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @surabaya.....	47
3.4. Penyajian Data Dengan Tabulasi Silang (<i>Croos-Tabulation</i>).....	67
BAB IV DISKUSI TEORITIK	98
4.1. Analisis Citra Pemerintah Kota Surabaya di Mata Generasi Z Melalui Akun Instagram @surabaya.....	99
4.2. Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Citra Pemerintah Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @surabaya berdasarkan karakteristik Generasi Z....	119
4.3. Interpretasi Persepsi Generasi Z Terhadap Citra Pemerintah Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @surabaya	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
5.1. Kesimpulan.....	128
5.2. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	137
KUESIONER PENELITIAN.....	137
BUKU KODING	144
HASIL ANALISIS SPSS	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram @surabaya.....	2
Gambar 1.2 Grafik Media Sosial Paling Banyak Diakses	5
Gambar 1.3 Grafik Media Sosial Paling Populer 2020-2021	6
Gambar 1.4 Proses Pembentukan Citra.....	18
Gambar 1.5 Model Komunikasi Dalam Public Relations.....	19
Gambar 1.6 Teori Perbedaan Generasi	22
Gambar 2.1 Tampilan Akun Instagram @surabaya.....	39
Gambar 4.1 Komentar Netizen Yang Mengkritik Kebijakan Pemerintah Kota Surabaya Terkait Banjir.....	110
Gambar 4.2 Komentar Positif Netizen yang Menunjukkan Rasa Hormat Kepada Pemerintah Kota Surabaya.....	114
Gambar 4.3 Walikota dan Wakil Walikota Surabaya yang Sering Nampak Pada Akun Instagram @surabaya.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 1.2 Operasionalisasi Konsep	25
Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 1.4 Indikator Kode	30
Tabel 1.5 Indikator Skor Jawaban.....	31
Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 3.2 Pendidikan Terakhir Responden	42
Tabel 3.3 Pekerjaan Responden	43
Tabel 3.4 Besar Pengeluaran Per Bulan Responden	44
Tabel 3.5 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya	45
Tabel 3.6 Alasan Mengakses Instagram @surabaya	46
Tabel 3.7 Kategori Skor	48
Tabel 3.8 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya mampu menarik perhatian publik melalui kinerjanya.....	48
Tabel 3.9 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan organisasi yang aktif dalam setiap kinerjanya	49
Tabel 3.10 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya mampu menjadi pelopor atau penuh dengan inovasi baru dalam pelayanan publik.....	50
Tabel 3.11 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki visi dan tujuan yang baik untuk kemajuan Kota Surabaya	50
Tabel 3.12 Kategori Tanggapan Responden Pada Dimensi Dinamis	51
Tabel 3.13 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya disukai atau dicintai oleh publiknya	52
Tabel 3.14 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki hubungan baik dengan publiknya	53
Tabel 3.15 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya mampu mensejahterakan publiknya.....	53
Tabel 3.16 Kategori Tanggapan Responden Pada Dimensi Kooperatif.....	54
Tabel 3.17 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan organisasi yang bijaksana dalam membuat setiap kebijakan	55
Tabel 3.18 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan pemerintahan yang cerdas dalam membuat setiap kebijakan	56
Tabel 3.19 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya mampu mempersuasi publiknya untuk mentaati kebijakan yang dibuat	56
Tabel 3.20 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan organisasi pemerintahan yang terorganisir dengan baik	57
Tabel 3.21 Kategori Tanggapan Responden Pada Dimensi Bisnis	58
Tabel 3.22 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki reputasi yang baik	59
Tabel 3.23 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki etika yang baik	60

Tabel 3.24 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan organisasi yang dihormati oleh publiknya	60
Tabel 3.25 Kategori Tanggapan Responden Pada Dimensi Karakter	61
Tabel 3.26 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki kinerja pengelolaan keuangan yang baik	62
Tabel 3.27 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya merupakan pemerintahan yang bersih (bebas dari korupsi)	63
Tabel 3.28 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya memiliki rasa percaya diri yang baik dalam membangun Kota Surabaya.....	63
Tabel 3.29 Melalui Instagram @surabaya, saya memandang Pemkot Surabaya sejauh ini mampu mengelola Kota Surabaya dengan baik	64
Tabel 3.30 Kategori Tanggapan Responden Pada Dimensi Keberhasilan.....	65
Tabel 3.31 Akumulasi Tanggapan Responden	66
Tabel 3.32 Jenis Kelamin Terhadap Dimensi Dinamis.....	67
Tabel 3.33 Jenis Kelamin Terhadap Dimensi Kooperatif.....	68
Tabel 3.34 Jenis Kelamin Terhadap Dimensi Bisnis	69
Tabel 3.35 Jenis Kelamin Terhadap Dimensi Karakter	69
Tabel 3.36 Jenis Kelamin Terhadap Dimensi Keberhasilan	70
Tabel 3.37 Pendidikan Terakhir Terhadap Dimensi Dinamis.....	71
Tabel 3.38 Pendidikan Terakhir Terhadap Dimensi Kooperatif	72
Tabel 3.39 Pendidikan Terakhir Terhadap Dimensi Bisnis	73
Tabel 3.40 Pendidikan Terakhir Terhadap Dimensi Karakter	74
Tabel 3.41 Pendidikan Terakhir Terhadap Dimensi Keberhasilan	75
Tabel 3.42 Pekerjaan Terhadap Dimensi Dinamis.....	76
Tabel 3.43 Pekerjaan Terhadap Dimensi Kooperatif.....	77
Tabel 3.44 Pekerjaan Terhadap Dimensi Bisnis	78
Tabel 3.45 Pekerjaan Terhadap Dimensi Karakter	80
Tabel 3.46 Pekerjaan Terhadap Dimensi Keberhasilan	81
Tabel 3.47 Pengeluaran (Per Bulan) Terhadap Dimensi Dinamis	83
Tabel 3.48 Pengeluaran (Per Bulan) Terhadap Dimensi Kooperatif	84
Tabel 3.49 Pengeluaran (Per Bulan) Terhadap Dimensi Bisnis.....	86
Tabel 3.50 Pengeluaran (Per Bulan) Terhadap Dimensi Karakter.....	87
Tabel 3.51 Pengeluaran (Per Bulan) Terhadap Dimensi Keberhasilan.....	88
Tabel 3.52 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya Terhadap Dimensi DInamis.....	90
Tabel 3.53 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya Terhadap Dimensi Kooperatif .	91
Tabel 3.54 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya Berdasarkan Dimensi Bisnis....	93
Tabel 3.55 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya Berdasarkan Dimensi Karakter	94
Tabel 3.56 Frekuensi Mengakses Instagram @surabaya Berdasarkan Dimensi Keberhasilan	96

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, terima kasih kepada Allah SWT tuhan pencipta alam semesta atas berkat, rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Persepsi Generasi Z Terhadap Citra Pemerintah Kota Surabaya Melalui Akun Instagram @surabaya” dengan baik dan lancar. Penyusunan Skripsi ini sebagai syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Besar harapan penulis bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan akademis terhadap penelitian selanjutnya yang sejenis. Peneliti sadar bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan yang masih bisa untuk disempurnakan dan dikembangkan. Tidak lupa penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan Skripsi ini. Besar harapan penulis bahwa Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dampak baik bagi banyak pihak.

Surabaya, 27 Maret 2022

Penulis

Raihan Anando