

**Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional Sebagai  
Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra Organisasi  
Dewan Kerja Nasional Pramuka**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Kelulusan Program S1  
Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Dhigdayani Hanugraha Aning Rahina

(32801800033)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhigdayani Hanugraha Aning Rahina  
NIM : 32801800033  
Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

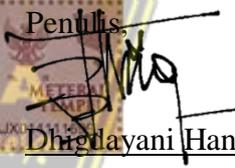
**“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional Pramuka”**

Adalah benar-benar hasil penelitian saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sebagai konsekuensi atas tindakan kecurangan yang saya lakukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 28 Februari 2023

Penulis

  
Dhigdayani Hanugraha A.R.  
32801800033

## HALAMAN PENGESAHAN

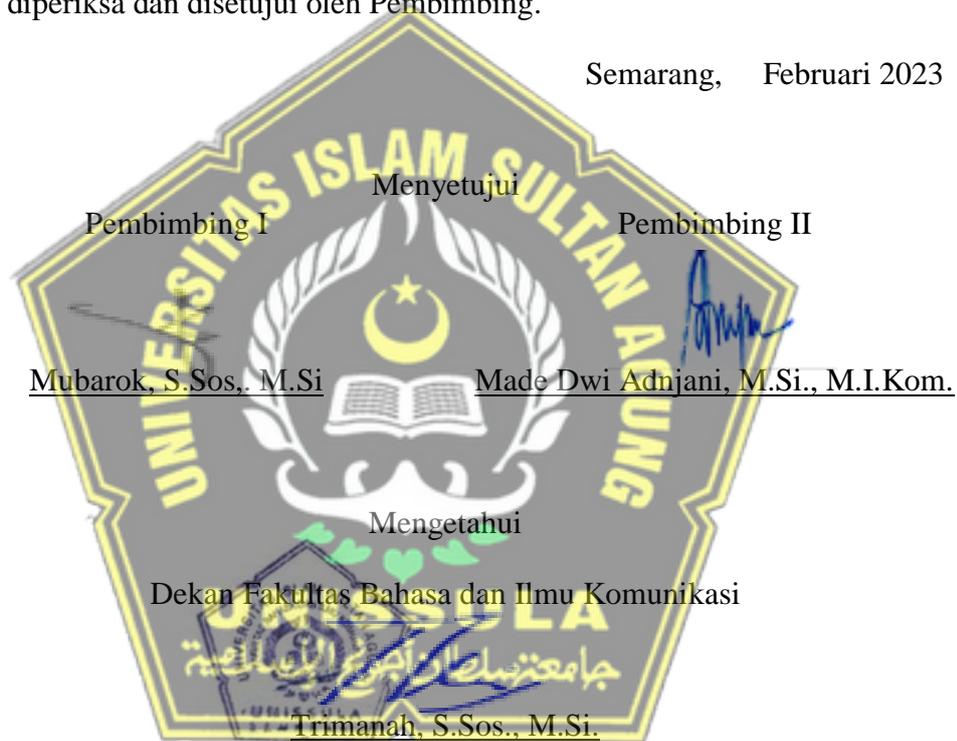
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional  
Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra  
Organisasi Dewan Kerja Nasional Pramuka

Nama Mahasiswa : Dhigdayani Hanugraha Aning Rahina

NIM : 32801800033

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing.

Semarang, Februari 2023



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional  
Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra  
Organisasi Dewan Kerja Nasional Pramuka

Nama Mahasiswa : Dhigdayani Hanugraha Aning Rahina

NIM : 32801800033

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

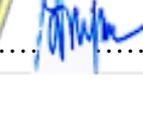
Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 28 Februari 2023

Penulis,

  
Dhigdayani Hanugraha A.R.  
32801800033

Dosen Penguji :

1. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
2. Mubarok, S.Sos., M.Si. (.....)
3. Made Dwi A, S.Sos., M.Si., M.I.Kom. (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi

  
Trimanah, S.Sos., M.Si.

## MOTTO

فِي كُلِّ يَوْمٍ لَدَيْنَا الْفُرْصَةُ لِتَتَعَلَّمَ شَيْئًا جَدِيدًا، وَلِنَعْتَذِرَ عَن أَخْطَائِنَا وَلِنُصْبِحَ أَفْضَلَ

*Setiap hari kita memiliki kesempatan untuk belajar sesuatu yang baru,  
memohon maaf atas kesalahan-kesalahan kita & menjadi lebih baik.*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya yang tak pernah ada jeda dalam usaha memberi yang terbaik bagi kedua anaknya.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan karya sederhana ini dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Agung Muhammad SAW, kepada keluarga dan sahabatnya yang telah memberikan petunjuk dan jalan terang kepada umatnya. Penelitian ini merupakan pembahasan singkat mengenai Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @dk\_nasional Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional. peneliti merasa sangat terbantu oleh berbagai pihak dalam memberi bimbingan dan dukungan, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Kedua orang tua peneliti, Bapak Ibu, terima kasih untuk doa, kasih sayang serta dukungan tiada henti yang selalu mengiringi langkah peneliti.
- Untuk Ibu Made Dwi Andjani M.Si, M.I.Kom dan Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si., selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dan senantiasa membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi, menjadi pendengar dan pengarah dalam masa pengerjaan skripsi.
- Terimakasih yang sangat besar penulis ucapkan kepada teman-teman organisasi, saudara dalam bakti Dewan Kerja Nasional yang sangat berjasa bagi penulis.
- Tim Humas Dewan Kerja Nasional, terima kasih telah membantu peneliti dalam proses penyusunan data.
- Semua pihak yang selama ini telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun ini tidak akan lepas dari kekurangan dan kesalahan meskipun peneliti telah mengupayakan agar penulisan skripsi ini bisa tampil dengan maksimal. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak. Amin.

Semarang, Februari 2023

Penulis

## ABSTRAK

Dewan Kerja Nasional yang merupakan pelaksana aktivitas Pramuka bagi golongan Penegak serta Pandega lingkup Nasional memanfaatkan media sosial dalam rangka komunikasi dan publikasi seputar kegiatan kepramukaan. Dengan banyaknya jumlah keanggotaan pramuka di wilayah Indonesia ini sangat menarik perhatian untuk mencari tahu bagaimana proses pengelolaan kehumasan dalam organisasi kepemudaan ini, bagaimana kiat mengemas isu yang akan dipublikasikan ke media sosial Instagram. Pemaparan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan langkah kualitatif sesuai kajian pustaka, observasi serta wawancara yang sudah peneliti lakukan terhadap informan.

Penelitian ini memaparkan data-data yang diperoleh dari penelitian oleh peneliti. Pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan bertujuan membentuk gambaran organisasi yang diwujudkan melalui produk informasi publik sesuai dengan kebutuhan seputar organisasi maupun isu kepramukaan. Tim Humas Dewan Kerja Nasional sebagai eksekutor media memerlukan strategi yang berbeda dari organisasi lain. Saran yang dapat diberikan adalah agar lebih banyak menjangkau anggota Gerakan Pramuka dan publik, media sosial yang digunakan dapat berupa media sosial yang populer selain instagram, sehingga citra baik tidak hanya didapatkan oleh organisasai Dewan Kerja Nasional melalui instagram @dk\_nasional tetapi juga akan tersebar luas melalui media-media lain.

**Kata Kunci :** *Media, Instagram, Citra, Organisasi, Dewan Kerja Nasional*

## ABSTRACT

The National Rover Scout Council which is the executor of Scouting activities for National Penegak and Pandega groups utilizes social media in the framework of communication and publication about Scouting activities. With so many Scout members in Indonesia, it is very interesting to know how the public relations management process in youth organizations is, how to package issues that will be published on Instagram social media. The presentation in this study was carried out using qualitative measures in accordance with the literature review, observations and interviews that the researchers conducted with informants.

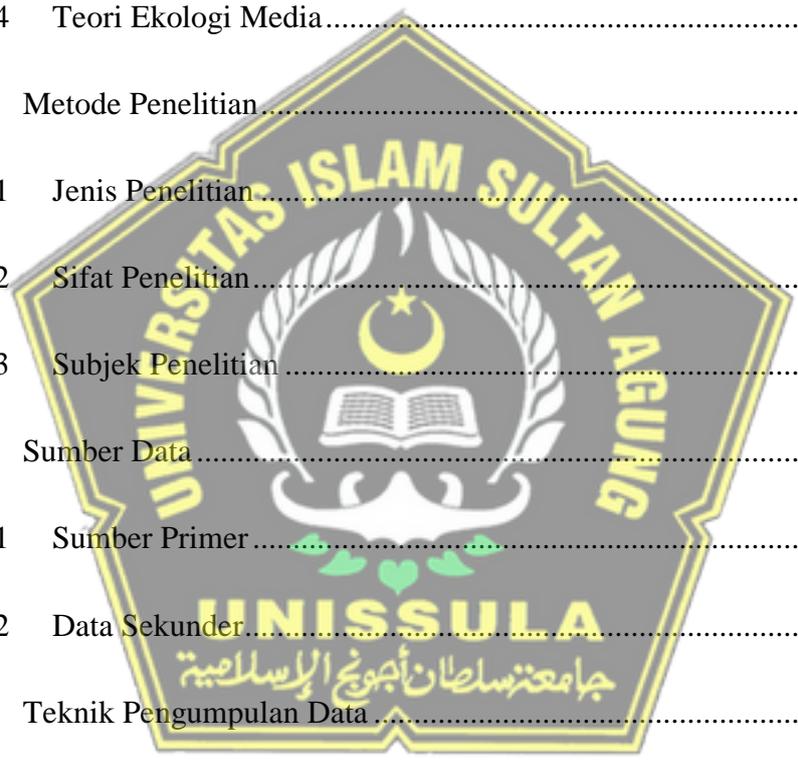
This study describes the data obtained from research conducted by researchers. The management of Instagram social media is carried out with the aim of forming an organizational image which is realized through public information products according to needs related to organizational and scouting issues. The Public Relations Team of the National Rover Scout Council as media executor requires a strategy that is different from other organizations. The advice that can be given is to reach more members of the Scout Movement and the community, the social media used can be in the form of popular social media besides Instagram, so that a good image is not only obtained by the National Rover Scout Council organization via Instagram @dk\_nasional but will also be widely disseminated through media.

**Keywords:** *Media, Instagram, Organization, National Rover Scout Council*

## DAFTAR ISI

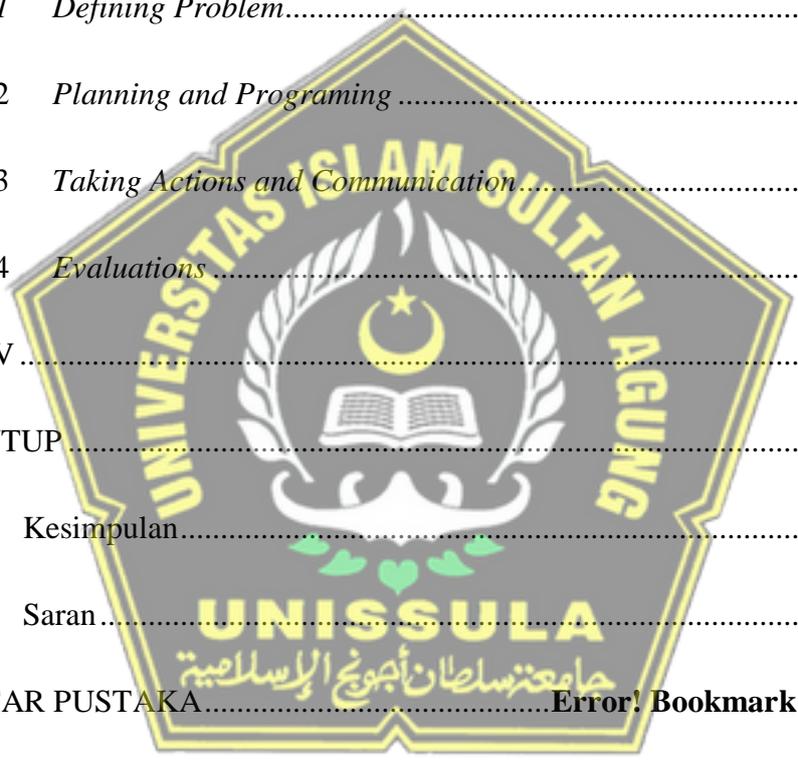
|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....               | i    |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....          | iii  |
| MOTTO .....                       | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....         | vi   |
| KATA PENGANTAR .....              | vii  |
| ABSTRAK .....                     | viii |
| DAFTAR ISI .....                  | x    |
| PENDAHULUAN .....                 | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....         | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....       | 6    |
| 1.4 Signifikansi Penelitian ..... | 6    |
| 1.4.1 Signifikansi Praktis .....  | 6    |
| 1.4.2 Signifikansi Teoritis ..... | 6    |
| 1.4.3 Signifikansi Sosial .....   | 7    |
| 1.5 Kerangka Teori .....          | 7    |
| 1.5.1 Paradigma Penelitian .....  | 7    |

|        |                              |    |
|--------|------------------------------|----|
| 1.5.2  | State Of The Art.....        | 9  |
| 1.6    | Operasional Konsep.....      | 12 |
| 1.6.1  | Media Sosial .....           | 12 |
| 1.6.2  | Media Komunikasi.....        | 16 |
| 1.6.3  | Citra .....                  | 18 |
| 1.6.4  | Teori Ekologi Media.....     | 20 |
| 1.7    | Metode Penelitian.....       | 21 |
| 1.7.1  | Jenis Penelitian.....        | 21 |
| 1.7.2  | Sifat Penelitian.....        | 21 |
| 1.7.3  | Subjek Penelitian.....       | 22 |
| 1.8    | Sumber Data.....             | 22 |
| 1.8.1  | Sumber Primer.....           | 22 |
| 1.8.2  | Data Sekunder.....           | 23 |
| 1.9    | Teknik Pengumpulan Data..... | 24 |
| 1.9.1  | Wawancara.....               | 24 |
| 1.9.2  | Observasi .....              | 25 |
| 1.9.3  | Dokumentasi .....            | 25 |
| 1.10   | Teknik Analisa Data.....     | 26 |
| 1.10.1 | Reduksi Data.....            | 27 |
| 1.10.2 | Menyajikan Data.....         | 27 |



|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 1.10.3  | Menyimpulkan Data dan Validasi.....                                   | 28        |
| 1.11  | Kualitas Data .....   | 28        |
| <b>BAB II .....</b>                             |   | <b>30</b> |
| <b>GAMBARAN UMUM DEWAN KERJA NASIONAL .....</b> |   | <b>30</b> |
| 2.1   | Profil Organisasi Dewan Kerja Nasional .....                          | 30        |
| 2.2   | Sejarah Dewan Kerja Nasional.....                                     | 31        |
| 2.3   | Tugas Pokok dan Fungsi Dewan Kerja Nasional.....                      | 32        |
| 2.4   | Lambang Dewan Kerja Nasional.....                                     | 34        |
| 2.5   | Struktur Kepengurusan Dewan Kerja Nasional .....                      | 35        |
| 2.6   | Fungsi dan Tugas Bidang Dewan Kerja Nasional.....                     | 37        |
| 2.7   | Manajemen Media Dewan Kerja Nasional.....                             | 39        |
| 2.8   | Media Instagram Dewan Kerja Nasional .....                            | 41        |
| 2.9   | Manajemen Instagram @dk_nasional .....                                | 41        |
| 2.10  | Program Publikasi Instagram Dewan Kerja Nasional.....                 | 43        |
| <b>BAB III.....</b>                             |   | <b>46</b> |
| <b>TEMUAN DATA PENELITIAN.....</b>              |   | <b>46</b> |
| 3.1   | Pelaksanaan Penelitian .....  | 46        |
| 3.2   | Deskripsi Data Penelitian .....                                       | 51        |
| 3.3   | Tim Humas Sebagai Pengelola Instagram @dk_nasional.....               | 51        |
| 3.4   | Citra Baik Organisasi Melalui Pengelolaan Media Sosial yang Baik .... | 54        |

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| BAB IV.....   | 59                                  |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....  | 59                                  |
| 4.1 Media Sosial Instagram @dk_nasional Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional..... | 59                                  |
| 4.2 Manajemen Publikasi Tim Humas Dewan Kerja Nasional di Media Sosial Instagram @dk_nasional .....   | 63                                  |
| 4.2.1 <i>Defining Problem</i> .....   | 64                                  |
| 4.2.2 <i>Planning and Programing</i> .....  | 66                                  |
| 4.2.3 <i>Taking Actions and Communication</i> .....   | 69                                  |
| 4.2.4 <i>Evaluations</i> .....  | 71                                  |
| BAB V.....  | 75                                  |
| PENUTUP.....  | 75                                  |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 75                                  |
| 5.2 Saran.....  | 76                                  |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| LAMPIRAN .....  | 81                                  |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era 5.0 ini telah menjadi zaman dimana semua aktivitas sosial telah dipermudah dengan hadirnya teknologi masa kini. Hal ini juga dimaksudkan bahwa era digital hadir untuk mengembangkan beberapa teknologi lampau agar supaya lebih menyesuaikan dalam pemanfaatannya sesuai kebutuhan saat ini. Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan di era digital ini, mampu membuka banyak peluang khususnya untuk generasi milenial dalam upaya mengembangkan cita-cita. Melalui pemanfaatan media sosial khususnya, dapat membantu membangun dan meningkatkan kesadaran publik tentang citra organisasi. Ketika dalam suatu organisasi mampu beradaptasi di era digital melalui pemanfaatan media sosial akan meningkatkan daya tarik dan juga meningkatkan jangkauan komunikasi organisasi melalui sajian konten-konten positif yang membangun.

Instagram merupakan wujud perkembangan media komunikasi dengan banyak peminat dalam beberapa waktu akhir ini. Dimana dapat dikatakan semua kalangan dan hampir dirasa setiap lapisan masyarakat Indonesia menggunakan media ini. Alasan mudahnya akses yang di berikan oleh provider menjadikan media instagra lebih populer daripada media lainnya. Dalam sebuah data bulan November tahun 2019, tercatat jumlah pengguna yang aktif bulanan Instagram Indonesia mencapai angka 61.610.000 orang, yang berarti ada 22,6% atau hampir seperempat total penduduk Indonesia menjadi konsumen media Instagram . Data tersebut merupakan data akhir tahun 2019, sedangkan pada tahun 2022 sendiri perwakilan Instagram belum mengeluarkan perkembangan data penggunaan Instagram kepada publik lagi.

Upaya penyebaran informasi dan publikasi dalam rangka meningkatkan citra suatu hal menggunakan media sosial Instagram pasti melalui tahap perencanaan dan strategi yang diharapkan tepat. Segala bentuk proses pada dasarnya harus memiliki rencana yang sistematis untuk dapat mencapai tujuannya, begitupun dengan proses dalam upaya pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi yang umumnya telah banyak dilakukan oleh bidang hubungan masyarakat suatu lembaga atau organisasi, salah satunya adalah bidang yang memiliki tugas pokok dan fungsi hubungan masyarakat dalam organisasi Dewan Kerja Nasional Gerakan Pramuka, yang sudah menggunakan media sosial sebagai media informasi dan publikasi dalam aktivitasnya, dan diantara media sosial telah dimiliki, Instagram menjadi media yang paling ramai pemirsanya.

Gerakan Pramuka menjadi tempat penyelenggara pendidikan kepramukaan memiliki peran tinggi dalam upaya membentuk karakter generasi muda di Indonesia, oleh karena itu memiliki pengendalian diri dan kecakapan hidup dalam menempuh tantangan serta tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional, maupun global. Salah satu tantangan Gerakan Pramuka yang harus dapat dijawab saat ini adalah mampu Pramuka cakap digital, salah satunya kasusnya yakni Pramuka harus mampu ikut serta memanfaatkan media sosial sebagai media dalam membangun citra positif Gerakan Pramuka kepada masyarakat luas di dunia maya pada khususnya.

Melalui kemajuan teknologi serta informasi yang sangat tinggi pada era digital saat ini, Gerakan Pramuka dituntut agar dapat lebih inovatif dalam memanfaatkan kondisi yang dialami, “Gunakan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan Gerakan Pramuka dan mengajak anak-anak yang lain untuk bergabung,” ujar Presiden Joko Widodo selaku Ketua Majelis Pembimbing Nasional Gerakan Pramuka ketika memberikan sambutan dalam pembukaan kegiatan Raimuna Nasional 2017 yang bertempat di bumi perkemahan Cibubur, Senin (12/8/2017).

Sepuluh tugas Pramuka dimedia sosial, sebagaimana dirilis bidang Kominfo Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, yakni:

- a. Mempelajari dan menerapkan apa yang boleh dan dilarang di media sosial, untuk kemudian menyadari bahwa konten yang diunggah akan dilihat, dipahami dan dimengerti oleh orang banyak, sehingga harus bertanggung jawab terhadap isi dan dampaknya;
- b. Memproduksi konten sesuai minat, bakat dan nilai-nilai kebajikan. Konten yang dimaksud bisa berupa tulisan, foto, video, poster, infografis, meme, GIF, dan lainnya;
- c. Membantu dan bergotong-royong mempromosikan prestasi anak negeri, kearifan bangsa, produk unggulan daerah, kuliner, pariwisata, budaya dan potensi daerah lainnya di media sosial dengan sukarela dan penuh komitmen;
- d. Membela dan mengamalkan Pancasila, NKRI, UUD 1945, Bhinneka Tunggal Ika, serta merawat harmoni dan solidaritas antar warga media sosial;
- e. Menghayati dan mengamalkan Satya dan Darma Pramuka di media sosial;
- f. Memberitakan kegiatan Pramuka, kegiatan organisasi lain, dan kegiatan positif lainnya di media sosial;
- g. Menghidupkan tagar #SetiapPramukaAdalahKantorBerita, #PramukaPeduli, serta terlibat dalam *U-Report* dan aktif dalam berbagai kegiatan positif lainnya di media sosial;
- h. Menolak dan tidak memproduksi, membagikan, mengomentari, menyukai, berlangganan konten-konten fitnah, hoaks, yang berpotensi merusak persatuan Indonesia;
- i. Menjaga nama baik pribadi, keluarga, sekolah, organisasi, latar belakang lainnya, dan orang lain;

- j. Melawan propaganda negatif dan aksi-aksi separatisme, radikalisme, liberalisme dan komunisme, serta menjaga perdamaian dunia lewat media sosial.

Dalam mencapai tujuannya, Gerakan Pramuka mempunyai lembaga Kwartir yang menjalankan organisasinya. Dan dalam pelaksanaannya, Kwartir dibagi sesuai dengan tingkatan wilayah berdirinya, Nasional untuk tingkat Pusat, Daerah untuk tingkat Provinsi, Cabang untuk tingkat Kabupaten/Kota, dan Ranting untuk tingkat Kecamatan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan Gerakan Pramuka menjalankan tugas dan fungsinya, yaitu mengkoordinir dan menyelenggarakan pendidikan dan kegiatan kepramukaan untuk 25 juta anggota pramuka diseluruh Indonesia yang terbagi sesuai tingkatan usia masing-masing, golongan Pramuka Siaga usia 7 sampai 11 tahun, golongan Pramuka Penggalang usia 12 sampai 15 tahun, golongan Pramuka Penegak usia 16 sampai 20 tahun dan golongan Pramuka Pandega 21 sampai 25 tahun.

Kemudian dalam struktur Kwartir terdapat beberapa lembaga kelengkapan Kwartir yang berdiri sesuai dengan fungsi masing-masing, salah satunya diantaranya adalah Dewan Kerja sebagai satuan atau wadah pembinaan dalam Kwartir yang isinya merupakan anggota muda atau Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega yang menjadi representatif lebih dari 8 (delapan) juta anggota Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega lainnya yang diberi amanah dan tugas juga tanggungjawab untuk mengelola kegiatan kepramukaan bagi anggota seusianya. Dan Dewan Kerja Nasional adalah bagian integral Kwartir Nasional yang berisi anggota Pramuka berusia 18 sampai dengan 25 tahun yang diberi amanah dan wewenang mengelola program kegiatannya dan upaya pembinaan bagi Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega di Indonesia.

Dewan Kerja Nasional selaku pelaksana program kegiatan Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega secara nasional telah menggunakan media sosial dalam rangka komunikasi dan publikasi informasi seputar kegiatan kepramukaan khususnya kegiatan Dewan Kerja Nasional sendiri. Disisi lain tentunya Dewan Kerja Nasional sendiri memiliki beberapa media sosial, namun diketahui hanya *Instagram* yang paling banyak mendapatkan jangkauan paling luas. Dengan jumlah 68,4 ribu pengikut per Desember 2021 saat ini sangat terbilang cukup besar dan sangat potensial untuk dimanfaatkan. Apalagi mengingat dalam era 5.0 saat ini sangat dapat membuka beragam peluang yang harapannya menjadi pemanfaatan baik oleh pramuka se Indonesia dalam rangka meningkatkan citra dan nama baik organisasi khususnya Pramuka.

Dengan banyaknya jumlah keanggotaan pramuka di Indonesia dan Dewan Kerja Nasional sebagai pengelola sekaligus sebagai pembangun citra Gerakan Pramuka di Indonesia ini menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian tentang bagaimana organisasi Dewan Kerja Nasional ini dapat menaikkan citra organisasinya pada publik melalui pemanfaatan media Instagram, dan bagaimana langkah kehumasan dalam Organisasi Kepemudaan ini dapat mengemas informasi yang dimiliki untuk kemudian dipublikasikan dalam mediana tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar uraian latar belakang diatas, maka terumus masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @dk\_nasional dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional?
- 1.2.2. Bagaimana kehumasan dalam Dewan Kerja Nasional ini mengemas informasi yang akan dipublikasikan ke media sosial instagram?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, berikut beberapa tujuan yang dimiliki penelitian ini, antara lain :

- 1.3.1. Untuk mengetahui garis besar manajemen pengelolaan media sosial pada *instagram* @dk\_nasional
- 1.3.2. Untuk mengetahui respon khalayak terhadap kualitas konten yang disajikan dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan terakhir pada media sosial *instagram* @dk\_nasional
- 1.3.3. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional

### 1.4 Signifikansi Penelitian

Berdasarkan pelaksanaan penelitian ini, penulis mengharapkan setidaknya 3 (tiga) manfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca atau khalayak luas. Manfaat - manfaat tersebut yakni manfaat akademis, praktis dan sosial.

#### 1.4.1 Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi manfaat bagi pihak-pihak luas, khususnya yang berkaitan yakni Gerakan Pramuka dan Dewan Kerja Nasional Gerakan Pramuka dalam upaya mengevaluasi dan meningkatkan pemanfaatan media sosial *Instagram* @dk\_nasional untuk meningkatkan citra organisasi.

#### 1.4.2 Signifikansi Teoritis

Secara teoritis dalam penelitian ini diharap mampu menjadi upaya kontribusi penting terhadap perkembangan keilmuan, khususnya terhadap Teori Komunikasi Organisasi. Kemudian untuk hasil penelitian ini agar dapat menjadi referensi dan kajian bagi penelitian berikutnya.

### 1.4.3 Signifikansi Sosial

Agar dalam penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi masyarakat luas khususnya bagi anggota Gerakan Pramuka serta anggota Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega yang ada di Indonesia juga kependuan luar negeri.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma menjadi cara dasar dalam menggambarkan atau menilai yang berkaitan dengan suatu hal secara khusus tentang realitas (Muslim 2016). Sedangkan menurut Heru Basuki dalam (Karjoko 2019), paradigma merupakan sistem keyakinan dasar yang memiliki landasan asumsi ontology, epistemologi dan metodologi, atau dalam pernyataan lain, paradigm merupakan sistem dasar sebagai landasan dalam mencari jawaban dari pertanyaan arti dari hakikat realitas, arti dari hakikat hubungan antara peneliti dan realita.

Dalam penelitian ini menggunakan pandangan paradigma Interpretif yang menjadi salah satu paradigma non positivisme. Hakikat paradigm interpretif ini adalah menganggap individu dapat melihat dan membangun realitas sosial secara aktif juga sadar, sehingga indivdu memiliki pemahaman yang berbeda dalam suatu peristiwa yang terjadi, dengan pengertian lain realitas sosial merupakan hasil pembentukan dari serangkaian interaksi dari pelaku sosial dalam sebuah lingkungan hidup. Dalam pardigma interpretif inilah kemudian ilmu pengetahuan dapat dianggap sebagai langkah untuk memahami terhadap suatu peristiwa.

Kemudian pendekatan interpretif berangkat melalui upaya dalam mencari pemaknaan terhadap sebuah peristiwa sosial atau aktivitas budaya yang dasarnya adalah pandangan dan pengalaman

orang yang diteliti. Pendekatan interpretatif ini diadopsi dari orientasi praktis. Dalam umumnya pendekatan interpretatif adalah sebuah sistem sosial memahami perilaku secara detail dengan langsung melakukan observasi. Menurut Burrell & Morgan (Darmayasa & Aneswari 2015) paradigma interpretatif itu memiliki karakteristik dalam upaya memahami dan menjelaskan dunia sosial yang tidak dapat terlepas dari pandangan individu dari keterlibatannya secara langsung pada sebuah proses sosial yang terjadi itu.

Fakta tidaklah memihak, objektif dan netral. Fakta adalah sebuah tindakan yang khusus serta kontekstual yang bergantung di maksud sebagian orang pada situasi sosial. Interpretatif menyatakan bahwa situasi sosial mengandung ambiguitas yang tinggi. Perilaku serta pernyataan bisa memiliki makna yang banyak dan dapat diinterpretasikan melalui banyak cara. Newman dalam (Muslim 2016) Paradigm ini menekankan pada ilmu bukanlah didasarkan pada aturan dan mekanisme yang baku; setiap tanda-tanda atau insiden bisa jadi mempunyai makna yang tidak sama; ilmu bersifat induktif, berjalan berula yang spesifik menuju ke yang umum dan abstrak. Ilmu bersifat idiografis, merupakan ilmu mengungkap realitas melalui simbol-simbol dalam bentuk naratif.

Penggunaan paradigma interpretatif dalam penelitian ini fokus pada konteks dari kehidupan partisipan yang diteliti, dengan tujuan memahami pola perilaku dan historis subjek penelitian, dengan demikian konteks latar belakang kehidupan sosial berpengaruh terhadap bagaimana peneliti menginterpretasi makna dari jawaban partisipan. Dibandingkan dengan paradigma positivis dan paradigma kritis yang harus didasarkan pada hukum serta prosedur yang baku berbeda dengan paradigma interpretatif yang memandang fakta sebagai hal yang tidak kaku.

### 1.5.2 State Of The Art

| No | Peneliti,<br>Tahun               | Judul<br>Penelitian  | Metodologi  | Hasil penelitian   |
|----|----------------------------------|--|---|--|
| 1  | Amalia<br>Nurul<br>I'tikoh, 2018 | Efektivitas<br>Penggunaan Media<br>Sosial <i>Instagram</i><br>dalam<br>Meningkatkan<br>Citra Pemerintah<br>Kabupaten<br>Kebumen (Analisis<br>EPIC Model pada<br><i>followers</i><br>@humaskebumen) | Penelitian ini<br>menggunakan<br>metode penelitian<br>kuantitatif dimana<br>riset<br>menggambarkan<br>atau menjelaskan<br>masalah yang<br>hasilnya dapat<br>digeneralisasikan | Diperoleh hasil<br>perhitungan skor rata-<br>rata pada variable<br>penggunaan media<br>sosial <i>instagram</i><br>diukur dengan EPIC<br>Model pada <i>follower</i><br>@humaskebumen<br>didapatkan bobot 4.01<br>masuk dalam rentang<br>skala efektif (I'tikoh<br>2018)   |
| 2  | Luliyana<br>Rimawaty,<br>2019    | Pemanfaatan<br><i>Instagram</i> Sebagai<br>Media Branding<br>pada Dream.co.id<br>(Studi Deskriptif<br>Kualitatif pada<br>iklan Dream<br>Resolusi Cantik)   | Dalam penelitian<br>ini peneliti<br>menggunakan<br>metode penelitian<br>studi deskriptif  | Kesimpulan dari<br>penelitian ini adalah<br>informan kunci<br>memiliki peran aktif<br>dalam membantu<br><i>branding</i> perusahaan,<br>dan hal tersebut pun<br>dibenarkan oleh<br>informan kedua yang<br>merupakan Redaktur<br>komunitas <i>Dream</i><br>(Rimawaty 2019) |

|   |                         |  |   |  |
|---|-------------------------|--|---|--|
| 3 | Yohana Asmaradewi, 2019 | Peran <i>Instagram</i> Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro                                | Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan <i>case study</i> | Penelitian ini menghasilkan uraian diantaranya, factor pendorong Cafe Mas Bro menggunakan <i>instagram</i> sebagai media promosi, cara melakukan promosi melalui <i>instagram</i> dan factor-faktor yang membuat <i>instagram</i> efektif sebagai media promosi Café Mas Bro (Asmaradewi 2019) |
| 4 | Mahardika Putra, 2018   | Efektivitas Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus pada <i>Online Shop @siramah_jogja</i> ) | Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah studi kasus   | Dalam hasil penelitian ini secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan telah sampai ke khalayak sasaran dan berhasil menciptakan kesesuaian citra yang berdampak positif terhadap ekuitas merek (Putra 2018)  |

|   |                            |   |   |  |
|---|----------------------------|---|---|--|
| 5 | Ade Irma Tyas Putri, 2019  | Efektivitas Penggunaan Akun <i>Instagram</i> @hendrarpriyadi Sebagai Media Komunikasi dengan Masyarakat Kota Semarang | Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian survey                                     | Hasil penelitian disimpulkan akun isntagram @hendrarpriyadi efektif sebagai media komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang (Tyas Putri 2019)   |
| 6 | Friska Ameliya Putri, 2019 | Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Citra Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya                        | Metode penulisan yang digunakan adalah studi pengamatan pada bagian <i>Public Relations</i> STIKOM Surabaya | Penggunaan media sosial dalam meningkatkan citra STIKOM Surabaya pada bagian <i>Public Relations</i> adalah sebuah hal yang sangat penting (Putri 2019)  |
| 7 | Desi Anggraini, 2019       | Efektivitas Media Sosial <i>Instagram</i> Dalam Penyampaian Pesan Dakwah  | Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif  | Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosail <i>Instagram</i> dalam penyampaian pesan dakwah cukup efektif, cukup efektif sebagai salah satu sumber informasi dalam mencari materi dakwah yang terdapat |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>pada akun @islamdakwahcom dan memberikan pesan-pesan dakwah seperti akhlak, akidah dan syariah (Anggraini 2019)</p> |
|--|--|--|--|--|

Penelitian ini dalamnya berbeda dengan penelitian sejenis dan sebelumnya, yaitu dalam objek penelitian. Mayoritas sebelumnya meneliti obyek pembangunan atau peningkatan citra dari perusahaan atau instansi yang bergerak di bidang umum. Sedangkan penelitian kali ini mengambil objek Gerakan Pramuka sebagai organisasi pendidikan karakter kaum muda, hal ini dirasa sangat tepat karena berkaitan dengan lembaga kepemudaan menimbang bonus demografi sebagai salah satu keunggulan Indonesia.

Namun perlu sama-sama menjadi perhatian, oleh karna itu diharapkan penelitian ini nantinya agar dapat menjadi salah satu referensi yang berkaitan. Kemudian ditambah lagi objek penelitiannya adalah organisasi Gerakan Pramuka yang eksistensinya diakui negara Indonesia sejak lama. Perbedaan lainnya yaitu jika penelitian terdahulu lebih dominan meneliti pemanfaatan media sosial secara umum udalam rangka upaya meningkatkan citra, pada penelitian ini hanya berfokus pada satu situs media sosial, yakni Instagram. Dan penelitian ini lebih fokus terhadap bagaimana efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram tersebut yang diambil dari testimoni juga pengalaman subyek dan informan penelitian ini.

## 1.6 Operasional Konsep

### 1.6.1 Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari media masa edisi terkini yang memiliki arti sebuah media difasilitasi internet atau dapat disebut sebagai 'media *online*'. Menurut (Kotler 2016) media sosial

merupakan sebuah alat yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperluas informasi dalam bentuk narasi, suara, gambar dan video kepada oranglain.

Media sosial merupakan medium dalam dunia internet yang memungkinkan penggunanya dapat mempresentasikan diri atau menjalin komunikasi dan relasi bersama dengan pengguna lain dalam rangka membentuk hubungan sosial secara virtual (Nasrullah 2015)

Guna mempermudah usaha meningkatkan citra organisasi, salah satu langkah mudah memang dengan memanfaatkan media sosial ini. Menurut Gunelius dalam (Trianto 2021), tujuan penggunaan media sosial secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Membangun koneksi
- b. Membangun *brand*
- c. Publisitas
- d. Promosi
- e. Riset pasar

Instagram merupakan salah satu contoh sebuah aplikasi media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk aktivitas membagikan konten. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari keluarga Facebook, yang juga merupakan sebuah aplikasi media sosial besar dengan peminat yang tak kalah tinggi dari Instagram. Semakin populernya Instagram menjadikan peluang dan inovasi penggunaannya untuk dimanfaatkan sebagai lahan bisnis melalui aktivitas bisnis online dalam media ini. Banyak pengguna yang terjun dalam bisnis online dengan mempromosikan produk- produknya melalui Instagram (Nisrina 2015).

Meski layanan dalam aplikasi media sosial Instagram unu tidak selengkap media sosial lainnya, ternyata Instagram memiliki banyak sekali peminat yang tak kalah ramai, bahkan saat ini pengguna Instagram tidka hanya berasal dari individu dan organisasi saja dalam upaya memperluas relasi dan informasi, namun sudah sampai dalam pengguna dari kelas industri yang sudah mapan yang menjadikan Instagram jadi alat efektif dalam upaya mendekatkan dan memasarkan produknya pada pengguna Instagram yang kebanyakan adalah generasi konsumtif.

Menurut Atmoko dalam (Rahim 2018) *Instagram* memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:

a. Halaman Beranda

Merupakan halaman utama yang biasa menampilkan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto terbarunya yaitu dengan menggeser layar dengan gerakan jari dari bawah ke atas. Maka setelah itu kurang lebih 30 foto terbaru akan dimuat dalam tampilannya.

b. Komentar

Sebagai layanan jejaring sosial, Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada dapat diberi komentar pada kolom komentar. Caranya dengan menekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian dapat diketik kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol kirim yang ikonnya menyerupai pesawat kertas.

c. Jelajah

Fitur jelajah merupakan tampilan dari konten atau postingan terkenal yang paling banyak disukai para pengguna lainnya. Media Instagram memiliki algoritma sendiri dalam

menentukan konten yang dimasukkan dalam fitur jelajah akun penggunanya.

d. Profil

Dalam fitur profil ini, pengguna dapat mengetahui dengan detail mengenai informasi dirinya sebagai pengguna atau pengguna lainnya, tentunya dengan pengaturan yang diatur masing-masing akun pengguna. Halaman profil dapat diakses melalui ikon foto pengguna dalam bentuk lingkaran di menu utama bagian paling kanan bawah. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diunggah, jumlah akun pengikut dan jumlah akun yang diikuti.

e. Berita Notifikasi

Fitur notifikasi berisi berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Menurut Atmoko, terdapat beberapa fitur yang baiknya diisi agar konten yang diunggah lebih memiliki makna dan luas pemahaman informasinya, bagian-bagian tersebut yaitu:

a. Judul

Judul atau yang biasa kita sebut sebagai caption konten memiliki sifat dapat menguatkan karakter atau pesan yang ingin disampaikan dari konten tersebut.

b. Tagar

Tagar merupakan sebuah simbol bertanda pagar (#), fitur tagar ini sangat memudahkan pengguna dalam menemukan konten-konten di Instagram yang memiliki hashtag tertentu.

c. Lokasi

Fitur ini menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil momen konten tersebut. Dalam Instagram, pengguna dapat berinteraksi bersama pengguna lainnya.

### 1.6.2 Media Komunikasi

Media komunikasi sebagai sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak. Media yang dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti telinga dan mata. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan kita melihat lingkungan yang lebih jauh, menjadi penafsir dan memahami pengalaman. Menjadi landasan penyampaian informasi. Media komunikasi dijelaskan juga sebagai sebuah alat yang dimanfaatkan untuk produksi, reproduksi, pengolahan dan distribusi dalam menyampaikan sebuah informasi.

Media komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan banyak orang. Sederhananya, sebuah media komunikasi telah menjadi perantara dalam aktivitas penyampaian sebuah informasi dari pihak komunikator kepada pihak komunikan dengan tujuan agar lebih efisien dalam langkah menyebarkan informasi atau pesan. Menurut Burgon dan Huffner, terdapat beberapa fungsi yang dimiliki media komunikasi sebagai berikut:

- a. Komunikasi dalam pengawasan efisiensi penyebaran suatu informasi, yakni penghematan dalam segi biaya, tenaga, pemikiran dan waktu.
- b. Memperkuat eksistensi informasi, yaitu media komunikasi yang berteknologi tinggi mampu menciptakan informasi maupun pesan lebih berkesan terhadap komunikan.
- c. Hiburan, sebagai media komunikasi itu dapat memiliki sifat yang menyenangkan sehingga menarik minat khalayak.
- d. Kontrol sosial, sebagai media dalam sebuah kebijakan sosial.

Menurut McNair, sebuah media komunikasi dapat memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Informasi serta Edukasi  
Media komunikasi dalam aktivitas penyampaian fakta yang ada kepada penerima informasi. Serta fungsi menyampaikan norma, aturan dan nilai kepada pengguna media.
- b. Penyampai Gagasan  
Masyarakat dapat menggunakannya untuk menyampaikan opininya kepada khalayak lebih luas.
- c. Pengawas Kebijakan  
Dapat menjadi sarana publikasi kebijakan dan praktiknya.
- d. Pemantau  
Memiliki fungsi sebagai alat pantau, misal pada masyarakat untuk mengetahui informasi berkembang dalam sebuah lingkungan, bencana alam, atau informasi lain sebagainya.

Kemudian adapun jenis media komunikasi dengan berdasar fungsi yang dimilikinya antara lain:

- a. Media komunikasi berguna untuk menghasilkan informasi.
- b. Media komunikasi berguna untuk menghasilkan ulang dan menggandakan sebuah informasi.
- c. Media komunikasi berfungsi untuk mengkomunikasikan dan menyebarluaskan pesan kepada komunikan sebagai sasaran informasi.

Seorang ilmuwan bernama Art Silverblatt mengidentifikasi terdapat tujuh elemen dasar sebagai media komunikasi terbaru, antara lain adalah:

- a. Keterampilan berpikir kritis sebagai upaya pengembangan langkah penilaian independen terhadap suatu media.
- b. Pemahaman terhadap sebuah proses komunikasi massa, sebagai komponen dan mengetahui media dalam beroperasi

- c. Kesadaran akibat media terhadap individu dan masyarakat, agar khalayak tidak terjebak dalam sebuah informasi palsu atau hoax.
- d. Strategi dalam menganalisis serta mendiskusikan maksud isi pesan dalam media. Masyarakat dapat memilah dan memilih informasi yang didapatkannya.
- e. Kesadaran atas isi sebuah media.
- f. Kemampuan menikmati, memahami dan menghargai dari isi sebuah media.
- g. Pengembangan keterampilan produksi dengan efektif dan bertanggungjawab.

Mc Luhan dalam teorinya juga mengemukakan aplikasi dan implikasi media komunikasi sebagai berikut:

- a. Media merupakan sarana perantara komunikasi dalam pendukung pembentukan khalayak baru
- b. Sebuah lembaga atau institusi media memiliki peran sangat penting dalam upaya produksi sebuah budaya.
- c. Masyarakat sebagai konsumen media dapat turut ikut serta dalam pesan sebuah media.

### 1.6.3 Citra

Citra telah menjadi sesuatu yang memiliki nilai amat penting pada suatu lembaga atau instansi juga organisasi tertentu dalam upaya mewujudkan suatu pandangan atau nilai suatu objek tertentu. Menurut Bill Canton (Ishaq 2017) citra merupakan kesan yang diciptakan dari suatu gambaran objek untuk mengakibatkan opini public dan membentuk reputasi yang baik terhadap instansi atau organisasi terkait.

Citra organisasi menggambarkan sekumpulan kesan, kepercayaan, dan sikap yang terdapat di dalam pikiran khalayak

kepada suatu organisasi. Setiap organisasi tentunya memiliki citra dari khalayaknya, begitu dengan organisasi Dewan Kerja Nasional Gerakan Pramuka. Pandangan atau citra tersebut dapat digambarkan beda-beda oleh setiap orang tergantung pada persepsi yang dilihat khalayaknya. Citra dapat berdampak baik maupun buruk. Citra organisasi didapatkan melalui keunggulan-keunggulan organisasi tersebut.

Tim Humas Dewan Kerja Nasional yang menjadi eksekutor manajemen pengelolaan media sosial harus mampu menyampaikan informasi seputar lingkup program dan kebijakan organisasi serta menampung dan mengolah saran juga masukan dari khalayak. Poin-poin utama seperti inilah yang harus ditindaklanjuti sebelum menjadi sajian konten informasi kepada public, karena kaitannya akan menjadi bahan dalam upaya meningkatkan citra positif organisasi Dewan Kerja Nasional.

Citra dibentuk melalui beberapa faktor seperti identitas, manajemen organisasi, pola komunikasi yang dilakukan, serta produk (Ishaq 2017):

- a. Identitas citra terdiri dari dua faktor, fisik dan non fisik. Identitas fisik meliputi nama, motto, logo, pilihan warna, font, simbol dan sebagainya. Sedangkan pada non fisik terdiri dari filosofi, sejarah, nilai budaya dan kepercayaan.
- b. Manajemen organisasi yang dimaksudkan dalam pembentukan citra adalah tentang penentuan visi, misi, system pengambilan keputusan, struktur organisasi serta sistem pelayanan atau mekanisme organisasi.
- c. Pola komunikasi adalah model dari sebuah proses komunikasi, dengan adanya model komunikasi dapat

ditemukan pola yang cocok untuk digunakan. Hal ini tentunya akan menunjang pembentukan citra dalam suatu organisasi atau perusahaan.

- d. Kualitas produk dan layanan yang diberikan suatu instansi atau organisasi kepada public sangatlah berkaitan dan berpengaruh pada strategi organisasi yang ditimbulkan.

#### 1.6.4 Teori Ekologi Media

Teori ekologi media (bahasa Inggris: *Media ecology theory*) merupakan studi tentang cara bagaimana media dan proses komunikasi mempengaruhi persepsi, perasaan, emosi manusia dan nilai teknologi yang mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru. Media Teori Ekologi berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak terlepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir semua lapisan publik. Konsep dasar teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan 1964. McLuhan terkenal untuk coining kalimat, "Medium adalah Pesan" (*Medium Is The Message*), yang merupakan frase yang sering diperdebatkan diyakini berarti bahwa media yang dipilih untuk menyampaikan pesan adalah sama pentingnya (jika tidak lebih) dari pesan itu sendiri. Pemikirannya banyak dipengaruhi oleh mentornya, ekonom berkebangsaan Canada, Harold Adams Innis (1951).

Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa tatanan sosial suatu masyarakat berdasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi dapat membentuk manusia, inilah yang menjadi konsep dasar teori ekologi media. Dengan demikian lingkungan media akan

mempengaruhi sekelilingnya melalui pesan yang disampaikan, begitu juga sebaliknya sehingga saling berkesinambungan.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian dan merupakan tempat yang dipilih oleh peneliti sebagai lokasi untuk meneliti objek yang terjadi di lokasi tersebut.

Peneliti melakukan penelitian ini secara langsung dilapangan dengan tujuan untuk mempelajari secara lengkap dengan interaksi sekitar pada suatu fenomena social, dengan demikian peneliti dapat melaksanakan penelitian dilingkungan organisasi Dewan Kerja Nasional yang jika dibahas lokasinya terpusat di Sekretariat Dewan Kerja Nasional, Jakarta.

### **1.7.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha mengungkap kondisi yang terjadi di lapangan secara alami (Lexy J. Moeloeng). Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, ciri dan hubungan antara fenomena yang diselidiki. Sesuai dengan pernyataan tersebut, penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional Pramukaini nantinya akan diuraikan secara deskriptif kualitatif. Oleh karena itu, bentuk data yang digunakan oleh peneliti berupa wawancara dan dokumentasi.

### 1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah memberikan batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang diamati (Arikunto 2016).

Peran dari subjek penelitian ini nantinya adalah memberikan tanggapan dan informasi data yang dibutuhkan peneliti serta memberikan masukan kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak. Adapun subjek penelitian ini adalah satu orang anggota aktif kepengurusan Dewan Kerja Nasional kepengurusan masa bakti 2018-2023 yang memiliki tugas dan tanggungjawab secara langsung dalam manajemen media kehumasan Dewan Kerja Nasional. Selain itu guna melengkapi kebutuhan data penelitian ini, penulis juga mengambil subjek penelitian dari satu orang unsur Tim eksekutor konten pada media sosial Instagram @dk\_nasional, ditambah satu orang dari unsur Tim kehumasan organisasi ditingkat bawah Dewan Kerja Nasional yang merupakan audien lekat.

### 1.8 Sumber Data

Sumber data penelitian ini meliputi sumber primer dan sumber sekunder yang dapat mendukung penelitian ini sebagai berikut:

#### 1.8.1 Sumber Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data primer langsung berdasar wawancara yang dilakukan dengan anggota aktif kepengurusan Dewan Kerja

Nasional masa bakti 2018-2023 yang memiliki tugas dan tanggungjawab secara langsung dalam manajemen media kehumasan Dewan Kerja Nasional.

Sedangkan dalam penentuan penelitian ini ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa dari total 3 (tiga) orang informan yang telah dipilih ini telah dianggap mampu memenuhi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Hal ini didasarkan pada pendapat Nasution bahwa metode kualitatif sampelnya sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian.

Untuk kriteria yang digunakan untuk menentukan informan yaitu 3 (tiga) anggota muda Pramuka dari kalangan Dewan Kerja Pramuka di bawahnya yang mewakili. Juga anggota muda Pramuka dari keanggotaan Tim Humas Dewan Kerja Nasional dan tak lupa Koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional yang mana merupakan anggota kepengurusan Dewan Kerja Nasional itu sendiri. Selain itu informan yang dilibatkan harus memiliki akun media sosial khususnya Instagram dan merupakan pengguna aktif.

### **1.8.2 Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari subjek penelitian atau data dokumentasi yang di peroleh dari berbagai pihak terkait. Dapat juga dikatakan bahwa data sekunder merupakan data yang dijadikan sebagai bahan pendukung dari penelitian dan hasil penelitian. Artinya data sekunder ini diperoleh peneliti dari sumber data yang telah ada atau sudah jadi.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti data laporan Instagram, arsip digital pada akun Instagram, dokumen-dokumen yang berwujud laporan, buku-buku

literatur, jurnal, internet dan segala hal yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti menggunakan sumber data sekunder dan merujuk pada literatur yang berkaitan dengan masalah pemanfaatan media sosial instagram @dk\_nasional sebagai media komunikasi Dewan Kerja Nasional.

## 1.9 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini melaksanakan pengumpulan data dengan teknik wawancara, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Dengan demikian maka hasil dan sumber data yang terkumpul diharapkan akan lebih maksimal sesuai dengan keadaan di lapangan penelitian.

### 1.9.1 Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Peneliti dapat melakukan dua jenis wawancara, yaitu:

- a. *autoanamnesa* (wawancara yang dilakukan dengan subjek atau responden)
- b. *aloanamnesa* (wawancara dengan keluarga responden).

Dalam pelaksanaan teknik wawancara pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan jenis *autoanamnesa* (wawancara yang dilakukan dengan subjek atau responden), yakni wawancara dengan anggota aktif kepengurusan Dewan Kerja Nasional masa bakti 2018-2023 yang memiliki tugas dan tanggungjawab secara langsung dalam manajemen media kehumasan Dewan Kerja Nasional dan informan yang telah dipilih secara sengaja yang telah disesuaikan dengan tujuan penelitian.

### 1.9.2 Observasi

Observasi atau yang biasa disebut dengan pengamatan merupakan suatu kegiatan pengamatan terhadap suatu obyek atau hal lain. Dalam metode ini peneliti melakukan observasi dengan teliti terhadap obyek yang diamati, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis. Dengan teknik observasi ini peneliti dapat memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana yang terjadi di lapangan. Observasi ilmiah bukan sekedar melihat-lihat, tetapi lebih memfokuskan pancaindera kita dengan frame yang sudah diset sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik observasi diharapkan dapat menjelaskan atau menggambarkan secara luas dan rinci tentang masalah yang di hadapi (Nasution: Hikmat, 2011: 73).

Teknik observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat segala peristiwa ataupun fenomena mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional. Melalui teknik observasi ini, pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Pada dasarnya proses observasi ini merupakan sesuatu yang dilakukan untuk menemukan sesuatu lain yang tidak didapat oleh peneliti melalui wawancara.

### 1.9.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2018)

Dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen terkait. Data yang

diperoleh dari dokumentasi dalam penelitian ini yaitu seperti struktur organisasi kepengurusan, gambaran umum organisasi, dan hasil dokumentasi penelitian lainnya yang diambil dari keseluruhan pelaksanaan observasi dan wawancara.

Teknik ini digunakan untuk mencatat, menyalin, menggunakan data atau dokumen tertulis lainnya. Semua bahan-bahan itu dipilah dan dikategorikan berdasarkan jenisnya, karena bahan-bahan itu merupakan data primer yang perlu mendapatkan perhatian serius. Penggunaan dokumentasi diperlukan bagi peneliti untuk menunjang validitas dan efektivitas dalam pengambilan data. Teknik dokumentasi ini merupakan pelengkap dari pelaksanaan wawancara dan observasi lapangan oleh peneliti. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen.

#### **1.10 Teknik Analisa Data**

Pengertian teknik analisis data pada umumnya merupakan suatu proses pengolahan data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data secara keseluruhan melibatkan upaya memahami data yang berupa teks atau gambar.

Melaksanakan analisa data membutuhkan usaha dan kreativitas untuk menemukan sebuah jalan keluar dalam penyelesaian masalah suatu penelitian. Karena tentunya setiap penelitian memiliki karakteristik dan pandangan yang berbeda-beda. Tidak bisa disamaratakan antara penelitian satu dengan peneliti yang lainnya. Sehingga teknik yang digunakan pasti akan berbeda pula.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka teknik Analisa data yang dilaksanakan juga merupakan teknik analisa data

kualitatif yang dalam pengertiannya merupakan teknik pengolahan data dimana datanya berbentuk non numerik serta terfokus pada kualitas nya. Semakin lengkap penjelasan yang ada di data tersebut, maka akan semakin bagus datanya.

Pada dasarnya proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data dari berbagai sumber data. Berikut langkah-langkah proses analisis data kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini:

### **1.10.1 Reduksi Data**

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam hal ini, ketika peneliti memperoleh data dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

Adapun hasil dari reduksi data ini adalah peneliti telah memfokuskan bagaimana pemanfaatan media sosial @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional. Hal ini dilakukan peneliti dengan mengamati serta meninjau kembali hasil wawancara yang dilakukan bersama informan penelitian.

### **1.10.2 Menyajikan Data**

Setelah langkah reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data hasil penelitian. Dengan menyajikan data hasil penelitian ini, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono 2018).

Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada makna pemanfaatan media sosial @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional.

Dengan demikian, hasil dari sajian data ini mampu memudahkan peneliti dalam upaya pemeparan dan penegasan kesimpulan penelitian yang dilakukan.

### 1.10.3 Menyimpulkan Data dan Validasi

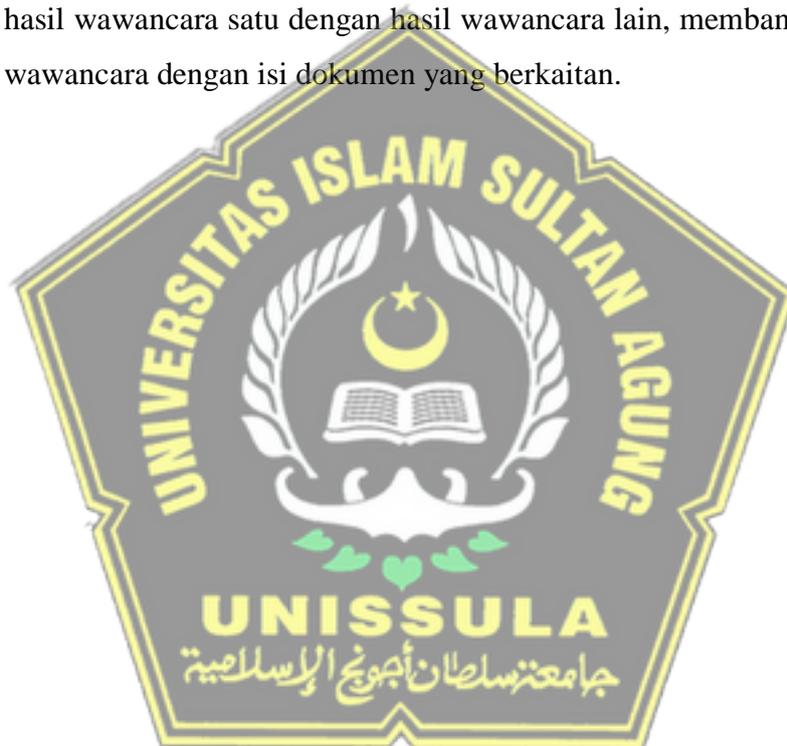
Langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam analisa data penelitian kualitatif ini merujuk Miles dan Huberman, yang mana adalah langkah penarikan kesimpulan berdasarkan data-data yang telah ada. Dalam hal ini, peneliti berusaha dan berharap kesimpulan yang dicapai mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan di awal yang berkaitan pada pemanfaatan media sosial @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional.

Validasi data atau yang biasa dikenal dengan pemeriksaan kualitas data penelitian penting dilakukan, adanya validasi data yang dikumpulkan dapat meminimalisir terjadinya informasi yang salah atau tidak sesuai dengan konteksnya. Dalam hal ini peneliti akan memberikan data yang telah dirumuskan untuk dibaca ulang oleh informan.

### 1.11 Kualitas Data

Pemeriksaan kualitas data yang diperoleh melalui metode-metode yang telah dirumuskan merupakan sesuatu hal yang penting didalam setiap penelitian guna mendapatkan data yang valid, untuk menghindari segala informasi yang salah dan tidak sesuai dengan konteksnya. Menurut Sugiyono, terdapat empat jenis uji kualitas data yaitu uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji reliabilitas dan uji obyektifita. Akan tetapi, pada penelitian ini hanya digunakan jenis uji kredibilitas, hal ini digunakan untuk menguji kepercayaan atas data yang telah didapatkan. Pada tahap pengujian kredibilitas, peneliti memilih menggunakan metode triangulasi.

Triangulasi merupakan penggunaan beberapa sumber data penelitian untuk mengembangkan pemahaman yang komprehensif, beberapa sumber data penelitian yaitu hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi sumberlah yang hanya digunakan dalam penelitian ini, dimana akan terdapat perbandingan dari hasil data yang telah diperoleh data yang diperoleh lainnya. Dalam penggunaan teknik ini, peneliti akan melakukan perbandingan antara hasil observasi dengan hasil wawancara, hasil wawancara satu dengan hasil wawancara lain, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.



## BAB II

### GAMBARAN UMUM DEWAN KERJA NASIONAL

#### 2.1 Profil Organisasi Dewan Kerja Nasional

Gerakan Pramuka memiliki Kwartir sebagai satuan organisasi pengelola Gerakan Pramuka yang memiliki sifat pimpinan kolektif oleh para pengurus kwartir. Kemudian Kwartir memiliki beberapa tingkatan menyesuaikan dengan wilayah pemerintahan. Berdasarkan penyesuaian wilayah, Kwartir telah dibagi :

- a. Tingkat nasional oleh Kwartir Nasional
- b. Tingkat provinsi oleh Kwartir Daerah
- c. Tingkat kabupaten/kota oleh Kwartir Cabang
- d. Tingkat kecamatan oleh Kwartir Ranting

Dalam setiap kwartir inilah kemudian dibentuk Dewan Kerja sesuai dengan Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja, sebagai wadah pembinaan dan pengembangan kaderisasi kepemimpinan pada tingkat Kwartir yang seluruh anggotanya merupakan Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega Putri Putra, sebagai bagian dari integral dari Kwartir dan berkedudukan sebagai badan kelengkapan Kwartir yang diberi wewenang dan kepercayaan untuk mengelola pembinaan dan kegiatan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega sesuai prinsip “dari, oleh dan untuk Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega dengan bimbingan orang dewasa”, yang pengelolaannya bersifat kolektif dan kolegial. Maka singkatnya, Dewan Kerja Nasional merupakan bagian integral dari Kwartir Nasional Gerakan Pramuka.

Di tahun 2022 ini, Dewan Kerja Nasional berjalan dalam masa bakti pergantian antar waktu 2018-2023. Dan akan memasuki akhir masa bakti ditahun 2023 nantinya dengan penyelenggaraan Musyawarah Pramuka

Penegak dan Pramuka Pandega Putri Putra Nasional atau yang disingkat Musppanitra Nasional sebagai tugas pokok yang dilaksanakan pada akhir masa bakti Dewan Kerja sebelum pelaksanaan musyawarah kwartir. Dalam pelaksanaan Musppanitra Tingkat Nasional ini nantinya akan dihadiri dan dilaksanakan oleh perwakilan Dewan Kerja Daerah se-Indonesia.

## 2.2 Sejarah Dewan Kerja Nasional

Berdasarkan Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega dalam Surat Keputusan Kwartir Nasional Nomor 012 Tahun 1966, mengandung sejarah terbentuknya organisasi Dewan Kerja atau Dewan Kerja Nasional sendiri saat itu yang diawali dengan keputusan Muker Anpuda III tahun 1966 yang menyatakan di tingkat Kwartir perlu dibentuk wadah pembinaan Dewan kerja yang mempunyai fungsi mengelola Pramuka Penegak dan Pandega. Muker Anpuda sendiri merupakan singkatan dari Musyawarah Kerja Andalan Pusat dan Daerah yang sekarang ini telah menjadi Munas atau Musyawarah Nasional.

Secara Nasional, Dewan Kerja terbentuk melalui Pertemuan Pramuka Penegak dan Pandega Puteri Putera Nasional Pertama (Perppanitera Nasional) yang telah diselenggarakan di Bogor pada tanggal 20-27 Agustus 1969 bertempat di Desa Cimanggis, Kecamatan Cimanggis, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Salah satu tujuannya membentuk “Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pandega Nasional” atau yang sekarang disebut dengan Dewan Kerja Nasional. Dalam kegiatan tersebut juga dilaksanakan “Musyawarah Kerja“ yang membahas tata kerja dan pengorganisasian dalam penggerakan Pramuka Penegak dan Pandega, serta memilih kepengurusan Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pandega Nasional (Dewan Kerja Nasional).

Pada saat itu beberapa Kwartir Daerah telah memiliki wadah pembinaan seperti Dewan Kerja tetapi belum secara Nasional diatur keberadaannya. Baru kemudian melalui pertemuan Pramuka Penegak dan Pandega Puteri-

Putera Nasional Pertama (Perppanitera) diperoleh kesepakatan membentuk badan yang mengelola Pramuka Penegak dan Pandega dalam Kwartir yang disebut Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pandega. Dalam Perpanitera Nasional Pertama yang diselenggarakan oleh Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pandega dengan bimbingan Andalan Nasional disepakati bahwa untuk pengelolaan Pramuka Penegak dan Pandega tidak diadakan pemisahan antara peserta didik putera dan puteri. Dasar pemikiran tidak diterapkannya sistem satuan terpisah dalam pengelolaan Pramuka Penegak dan Pandega mengingat bahwa Dewan Kerja merupakan satuan gerak bukan satuan bina sekaligus disesuaikan dengan kebijakan nasional tentang pengorganisasian pengurus Gerakan Pramuka bahwa hanya ada satu organisasi Gerakan Kepanduan di Indonesia. Tidak ada organisasi Gerakan Kepanduan Putera saja atau puteri saja.

Dalam perkembangannya, tata cara pengorganisasian Dewan Kerja telah dilakukan penyempurnaan-penyempurnaan kepengurusan Dewan kerja, yang disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan. Perubahan dalam setiap penyempurnaan tentang Dewan kerja terutama dilakukan pada penekanan akan tugas, fungsi dan tanggung jawab, serta kedudukan Dewan Kerja di Kwartir, yang pada dasarnya berkaitan dengan prinsip akan kedudukan Dewan Kerja sebagai peserta didik. Seperti dalam penyempurnaan terbaru mengenai Dewan Kerja saat ini telah diatur dalam Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja dalam Surat Keputusan Kwartir Nasional Nomor 005 Tahun 2017.

### **2.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dewan Kerja Nasional**

Gerakan Pramuka memberi kesempatan kepada para Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega untuk membina diri menjadi kader pemimpin, baik di lingkungan Gerakan Pramuka maupun lingkungan di luar Gerakan Pramuka. Salah satu usaha untuk melaksanakan hal tersebut, dibentuklah Dewan Kerja Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega di setiap jajaran Kwartir begitu pula

dalam Kwartir Nasional Gerakan Pramuka dengan Dewan Kerja Nasional Gerakan Pramuka.

Dalam berjalannya kepengurusan sebuah organisasi pada umumnya, tentu memiliki tugas pokok. Begitu pula Dewan Kerja Gerakan Pramuka memiliki Tugas Pokok yang telah diatur dalam Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja Nomor 005 Tahun 2017, yang mana rinciannya adalah sebagai berikut:

- a. Melaksanakan Keputusan Musyawarah Pramuka Penegak dan Pandega Puteri Putera untuk mengelola Pramuka Penegak dan Pandega sesuai dengan rencana kerja Kwartirnya
- b. Mengelola kegiatan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega di Kwartirnya
- c. Mendukung Dewan Kerja dan wadah pembinaan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega yang berada di wilayahnya secara koordinatif dan konsultatif
- d. Menyelenggarakan Musyawarah Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega Puteri Putera di tingkat Kwartirnya

Dalam alam Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja Nomor 005 Tahun 2017, juga telah mengatur Fungsi Dewan Kerja Gerakan Pramuka, sebagai berikut:

- a. Pelaksana rencana kerja Kwartir tentang Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega
- b. Pengelola kegiatan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega di Kwartirnya.
- c. Penghubung antara Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega dengan Kwartir
- d. Pendukung pelaksanaan tugas-tugas Kwartir serta memberikan sumbangan pemikiran dan laporan tentang pengelolaan, penilaian

dan pengembangan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega pada khususnya dan Gerakan Pramuka pada umumnya

## 2.4 Lambang Dewan Kerja Nasional

Lambang Dewan Kerja Gerakan Pramuka diwujudkan dalam Tanda Dewan Kerja Penegak dan Pandega. Hal ini diatur dalam Surat Keputusan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Nomor 202 Tahun 1988 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Tanda Jabatan Gerakan Pramuka. Dimana tanda Dewan Kerja Penegak dan Pandega terdiri atas dua jenis:

- a. Lencana dari logam, berbentuk roda kemudi kapal dengan 10 buah pegangan kemudi. Didalam roda kemudi terdapat dua buah tunas kelapa berpasangan yang menyangga sebuah bintang bersudut lima.

- Garis tengah lingkaran luar lencana: 4,5 cm
- Garis tengah terluar roda kemudi: 3,5 cm
- Garis tengah terdalam roda kemudi: 2,9 cm
- Garis tengah bintang bersudut lima: 0,6 cm

Warna dasar lingkaran dalam untuk:

- Dewan Kerja TD tingkat Ranting: coklat tua
- Dewan Kerja TD tingkat Cabang: hijau
- Dewan Kerja TD tingkat Daerah: merah
- Dewan Kerja TD tingkat Nasional: kuning

Warna roda kemudi, tunas kelapa dan bintang: kuning emas

- b. Lencana dari kain, berbentuk belah ketupat, dengan panjang sisi masing-masing 5 cm, dengan gambar roda kemudi seperti tersebut lencana logam. Warna dasar sama dengan nomor lencana logam, dan warna roda kemudi, tunas kelapa dan bintang: kuning.

Lencana atau tanda jabatan Dewan Kerja Penegak dan Pandega berbentuk roda kemudi dengan 10 buah pegangannya, memberi arti kiasan bahwa Pengurus Dewan Kerja Penegak dan Pandega bertugas mengemudikan roda organisasi Pramuka Penegak dan Pandega, putera dan puteri (dua buah tunas kelapa berpasangan) agar dapat mencapai tujuan Gerakan Pramuka dengan pengamalan Dasa Darma dan Pancasila. Dimana tanda jabatan anggota atau pengurus Dewan Kerja Penegak dan Pandega berbentuk lencana dari logam berbentuk roda kemudi kapal dengan 10 (sepuluh) buah pegangan kemudi. Warna-warna dalam Tanda Pengurus Dewan Kerja Nasional memiliki arti sebagai berikut:

- Warna kuning emas berarti keluhuran keagungan dan kebijaksanaan
- Warna kuning memiliki arti kemurahan hati dan dermawan
- Warna merah memiliki arti keberanian dan semangat
- Warna hijau memiliki arti harapan dan kesuburan
- Warna coklat tua memiliki arti kematangan jiwa

**Gambar 1 : Lambang Dewan Kerja Nasional**



*Sumber : SK Kwarnas No 202 Tahun 1988*

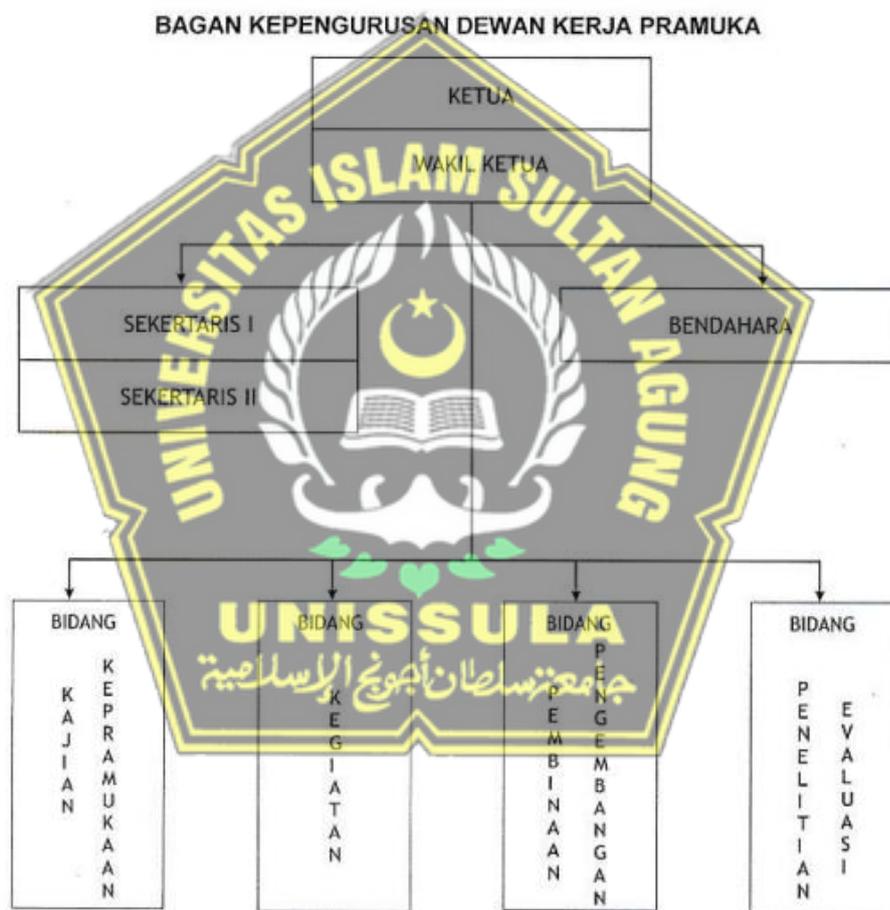
## **2.5 Struktur Kepengurusan Dewan Kerja Nasional**

Struktur Kepengurusan Dewan Kerja terdiri dari:

- Ketua, merangkap anggota

- Wakil Ketua, merangkap anggota
- Sekretaris, merangkap anggota
- Bendahara, merangkap anggota
- Para Ketua Bidang, merangkap anggota
- Beberapa orang anggota
- Jumlah sekretaris dan bendahara yang disesuaikan dengan kebutuhan

**Gambar 2 : Bagan Kepengurusan Dewan Kerja**



Sumber: SK Kwarnas Nomor 005 Tahun 2017

**Gambar 3: Struktur Dewan Kerja Nasional Masa Bakti PAW 2018-2023**

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| Ketua                                    | Fatkul Manan, S.A.P.            |
| Wakil Ketua                              | Ayu Niarti                      |
| Sekretaris 1                             | Vildy Zulhiz Maretha Dewi       |
| Sekretaris 2                             | Ahmad Syaifullah, S.E.          |
| Bendahara                                | Ninda Puspita Dewi, S.Sos.      |
| <b>Bidang Kajian Kepramukaan</b>         |                                 |
| Ketua                                    | Robi Firnando, S.H.             |
| Anggota Bidang                           | Nunuk Hidayati, S.H.            |
| Anggota Bidang                           | Raihan Muhammad Sujaya          |
| <b>Bidang Kegiatan</b>                   |                                 |
| Ketua                                    | Sellya Lrianti W.N.             |
| Anggota Bidang                           | Satrio Bimo Wiguna              |
| Anggota Bidang                           | Dhigdayanti Hanugraha Aning R.  |
| <b>Bidang Pembinaan dan Pengembangan</b> |                                 |
| Ketua                                    | Dina Atrasina, S.Sos.           |
| Anggota Bidang                           | Ayu Irti Batul Galby            |
| Anggota Bidang                           | Alfiah Nugraeni                 |
| <b>Bidang Penelitian dan Evaluasi</b>    |                                 |
| Ketua                                    | Ramadhan Subakti, S.Hut.        |
| Anggota Bidang                           | Novia Ratna Safitri             |
| Anggota Bidang                           | Dicki Syarif Hidayat, Amd. Kep. |

Sumber : <https://pramuka.or.id/dewan-kerja/>

## 2.6 Fungsi dan Tugas Bidang Dewan Kerja Nasional

Dalam pembidangan kepengurusan Dewan Kerja Nasional terdapat empat (4) bidang yang memiliki fungsi sebagai penunjang pelaksanaan tugas pokok Dewan Kerja Nasional sesuai tugas bidang yang bersangkutan. Sedangkan tugas bidang pada Dewan Kerja Nasional adalah sebagai berikut :

- a. Bidang Kajian Kepramukaan

- Memikirkan, merencanakan dan mengorganisasikan kebijakan pembinaan dan pengembangan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega secara konseptual
- Memberikan pertimbangan dan masukan kepada Kwartir maupun wadah pembinaan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega lainnya dalam pengembangan pelaksanaan suatu peraturan mengenai Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega

b. Bidang Kegiatan

- Memikirkan, merencanakan dan mengorganisasikan kegiatan yang merupakan kegiatan Kepramukaan dalam peningkatan mutu kegiatan Kepramukaan Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega
- Bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan Kepramukaan

c. Bidang Pembinaan dan Pengembangan

- Memikirkan, merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengorganisasikan bentuk pembinaan berikut pengembangannya bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega yang sesuai dengan perkembangan zaman
- Mengkoordinasikan pelaksanaan pendidikan dan pelatihan kepada lembaga berwenang serta pelaksanaan kegiatan pengembangan bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega
- Bersama Kwartir melakukan hubungan kerjasama dengan pihak lain di luar Gerakan Pramuka berkaitan dengan pengembangan kegiatan bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega

d. Bidang Penelitian dan Evaluasi

- Memikirkan, merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengorganisasikan bentuk pembinaan berikut pengembangannya bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega yang sesuai dengan perkembangan zaman

- Mengkoordinasikan pelaksanaan pendidikan dan pelatihan kepada lembaga berwenang serta pelaksanaan kegiatan pengembangan bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega
- Bersama Kwartir melakukan hubungan kerjasama dengan pihak lain di luar Gerakan Pramuka berkaitan dengan pengembangan kegiatan bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega

## 2.7 Manajemen Media Dewan Kerja Nasional

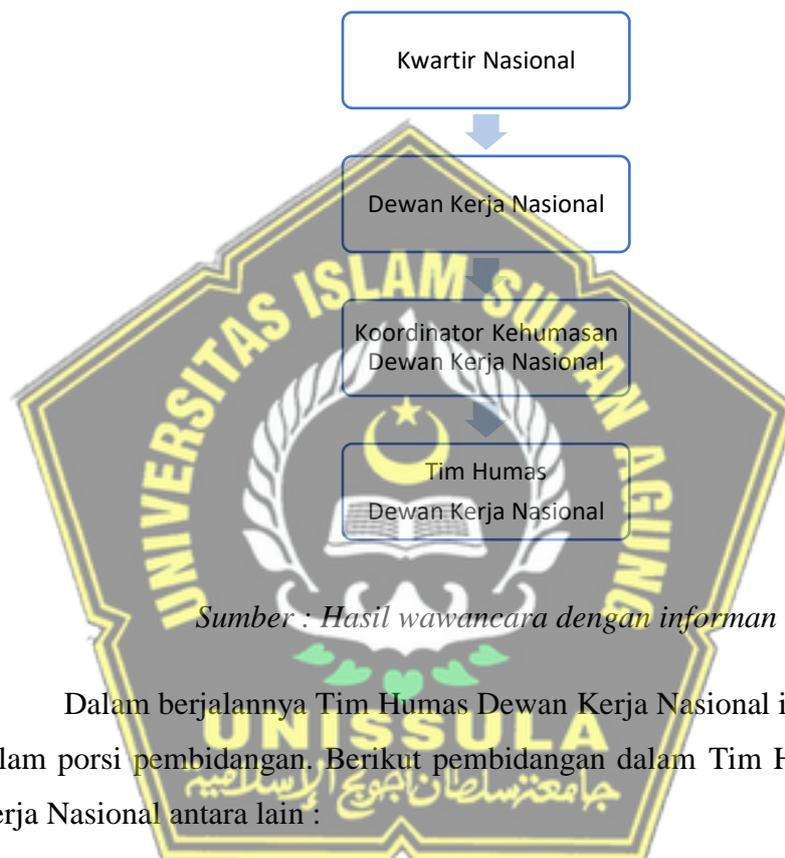
Upaya pengelolaan dan manajemen pada media yang baik nantinya dapat memberikan hasil yang baik pula dari target yang dituju. Oleh karenanya, manajemen akun Instagram @dk\_nasional dilakukan melalui persiapan dengan sebaik mungkin dengan tujuan dapat menarik perhatian sebanyak-banyaknya pengikut atau netizen lain dalam memberikan informasi public dan komunikasi di dalamnya.

Dalam upaya manajemen media publikasi dan informasi Dewan Kerja Nasional tentunya tidak dapat dilaksanakan sendiri oleh internal organisasi Dewan Kerja Nasional. Dengan beberapa alasan lapangan dan dasar pertimbangan yang ada, maka dibentuklah Unit Kegiatan Kehumasan yang selanjutnya sering disebut dengan Humas DKN yang memiliki tugas pokok mendukung pelaksanaan fungsi dan tugas pokok Dewan Kerja Nasional. Unit Kegiatan atau singkatnya disebut Tim ini dalam pelaksanaan tugasnya bertanggungjawab kepada Kwartir Nasional melalui Dewan Kerja Nasional yang dalam keanggotaannya dipilih melalui seleksi terbuka yang diperuntukkan bagi Pramuka Penegak dan Pramuka Pandega Indonesia.

Maksud dibentuknya Unit Kegiatan Humas Dewan Kerja Nasional ini adalah sebagai wadah bagi Pramuka golongan Penegak dan Pramuka golongan Pandega di Indonesia guna melatih dan mengembangkan *skill* dalam bidang kehumasan. Tim yang dibentuk ini berjalan dibawah koordinasi langsung oleh anggota Dewan Kerja Nasional yang diberi amanah sebagai koordinatornya. Dengan hal ini makan jalannya Tim Humas Dewan

Kerja Nasional akan lebih terarah dan terstruktur dibawah pengawasan langsung. Secara tidak langsung Tim Humas Dewan Kerja Nasional ini merupakan orang-orang dibalik layar media publikasi dan informasi Dewan Kerja Nasional.

### Bagan 1 : Alur Koordinasi Kehumasan Dewan Kerja Nasional



Dalam berjalannya Tim Humas Dewan Kerja Nasional ini telah diatur dalam porsi pembedangan. Berikut pembedangan dalam Tim Humas Dewan Kerja Nasional antara lain :

- a. Fotografi
- b. Videografi
- c. Desain Grafis
- d. Content Writing
- e. Web Designer

Dari pembedangan yang telah dikategorikan ini selanjutnya Tim Humas akan melaksanakan tugas sesuai dengan porsinya dengan koordinasi dengan pihak terkait sesuai alur koordinasinya.

## 2.8 Media Instagram Dewan Kerja Nasional

Hadirnya media sosial di era society 5.0 ini telah banyak memberi manfaat dalam peradaban. Instagram mempunyai nilai yang lebih dibandingkan dengan media sosial yang lain, faktor utamanya karena tampilan visual dan fitur beragam yang dimiliki Instagram sangat modern dan menarik. Ditambah lagi dengan fitur dukungan lainnya. Hal ini secara tidak langsung dapat menambah inovasi dan kreatifitas penggunanya dalam membuat sebuah konten, tak ketinggalan hal serupa juga dilakukan dalam penggunaan media sosial Instagram @dk\_nasional.

Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak kedua perbulan Juli 2022. Dewan Kerja Nasional menggunakan Instagram sebagai salah satu media publikasi kegiatan dan informasi lainnya untuk dikonsumsi oleh public. Dari beberapa media yang dimiliki Dewan Kerja Nasional, Instagram merupakan media yang paling utama dan paling besar publiknya. Akun Instagram Dewan Kerja Nasional (@dk\_nasional) sampai dengan saat ini (November 2022) telah tercatat memiliki 68.2K pengikut dan telah mengikuti 138 akun dengan jumlah postingan 3.187 ribu.

**Gambar 4 : Profil Instagram Dewan Kerja Nasional**



Sumber : [https://www.instagram.com/dk\\_nasional/?hl=id](https://www.instagram.com/dk_nasional/?hl=id)

Diakses pada 10 November 2022 Pukul 18.32 WIB

## 2.9 Manajemen Instagram @dk\_nasional

a. *Define The Value Proposition*

*Value proposition* karena turut serta dalam pencapaian keberhasilan produk yang disajikan kepada publik. *Value proposition* meyakinkan publik atau pemirsa akan manfaat apa yang dapat diberikan kepada publik.

Dalam hal ini, pengelola akun megupayakan peyakinan kepada pemirsa atau *followers* dengan muatan konten yang disuguhkan pada akun @dk\_nasional. Dari kualitas sajian foto atau gambar yang jelas dan bercerita, caption yang informatif dan edukatif, juga tingkat ramahnya komunikasi admin. Dari hal ini akhirnya dapat menarik netizen untuk mengikuti perkembangan informasi yang disajikan akun @dk\_nasional.

b. *Segmentation, Targeting, and Positioning*

Langkah kedua yang ditempuh dalam manajemen akun @dk\_nasional yakni :

- Segmentasi, memetakan khalayak berdasarkan persamaan diantara mereka.
- Targeting, merupakan langkah pemilihan kelompok khalayak yang sesuai dengan target pasar.
- Positioning, merupakan langkah menempatkan posisi produk informasi dalam menghadapi perkembangan.

c. *Operations and Delivery Process*

Dalam tahap ini tim gerak pengelola manajemen akun @dk\_nasional memilih media instagram karena dianggap lebih efektif dan efisien dimanfaatkan sebagai media penyebar informasi dan juga promosi. Selain itu, minat instagram dikalangan public sangat tinggi dan cukupberjangka panjang di pasaran.

Tim pengelola akun instagram @dk\_nasional dituntut harus mampu memberi perhatian ekstra terhadap proses pengelolaan kepada khalayak, harus ekstra perhatian dengan memperhatikan perkembangan zaman yang semakin modern. Terlebih pengguna instagram itu sendiri yang kebanyakan adalah generasi millennial dan generasi z yang memiliki karakter sangat kritis terhadap suatu informasi baru. Oleh karena itu dalam pengelolaan media @dk\_nasional, telah diatur cara tersendiri terkait pengelolaan informasi kepada publiknya. Seperti contohnya dalam pembuatan sebuah konten dalam akun instagram @dk\_nasional memiliki ciri khas sapaan “Kak/Kakak”, Salam Pramuka, dan lain sebagainya yang bernuansa Pramuka atau Kepramukaan.

d. *Measurement and Feedback*

Keberhasilan sebuah akun media sosial salah satunya dapat dikenali melalui bagaimana keterlibatan publik dan bagaimana umpan balik yang ada diantaranya. Seperti yang dilakukan pada akun instagram @dk\_nasional adalah membuka peluang *re-post instastory* yang ditandai oleh netizen atau bentuk lain yang mengakibatkan terjadinya interaksi antara pengelola akun Instagram @dk\_nasional kepada netizen selaku responden.

## 2.10 Program Publikasi Instagram Dewan Kerja Nasional

Dalam upaya pemanfaatan media sosial Instagram @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional, tentunya dalam pengelolaan media memiliki strategi yang diwujudkan dalam bentuk program publikasi informasi di akun Instagram @dk\_nasional. Berikut beberapa mata program yang dilaksanakan antara lain:

- a. Dekatin (Dewan Kerja Data dan Info)

**Gambar 5 : Logo Program Dekatin**



*Sumber : Arsip Humas DKN*

Dalam publikasi informasi dan komunikasi, pengelolaan akun media social Instagram @dk\_nasional memiliki program khas, yakni Dekatin yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pelayanan dan pengelolaan data juga informasi, serta melaksanakan penyajian informasi. Program Dekatin menyajikan beberapa jenis informasi, yakni:

- Terkait Dewan Kerja
- Data terkait Pramuka maupun Non Pramuka yang relevan
- Informasi terkait Pramuka maupun Non Pramuka

Pelaksanaan program ini dilaksanakan secara tetatif, contoh jelasnya setiap ada peringatan hari, maka akan ada inisiasi program ini dalam bentuk sajian info grafis maupun konten edukasi lainnya yang dikemas dalam program Dekatin.

b. Publikasi Kegiatan Dewan Kerja Nasional

**Gambar 6: Postingan Publikasi Kegiatan Dewan Kerja Nasional**



Sumber : [https://www.instagram.com/dk\\_nasional/?hl=id](https://www.instagram.com/dk_nasional/?hl=id)

Diakses pada 13 Agustus 2022 Pukul 10.22 WIB

Selain program khas, tentunya dalam pengelolaan media sosial Instagram @dk\_nasional memiliki Program publikasi kegiatan Dewan Kerja Nasional sendiri sebagai program wajibnya. Program ini juga dilaksanakan secara tentatif menyesuaikan adanya kegiatan yang dilakukan oleh Dewan Kerja Nasional.

## **BAB III**

### **TEMUAN DATA PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, hasilnya diperoleh dari proses observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan di Kantor Kwarnas Gerakan Pramuka Indonesia bertempat di Jl. Medan Merdeka Tim. No.6, RT.2/RW.1, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kwartir Nasional Gerakan Pramuka merupakan lembaga tertinggi yang mengelola Sumber Daya Manusia serta menjalankan Organisasi Gerakan Pramuka di Indonesia. Dalam tugas pokok dan fungsi pembinaan anggota muda usia 16 sampai dengan 25 tahun dibantu oleh sebuah badan kelengkapan yang bernama Dewan Kerja Nasional.

Pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh Dewan Kerja Nasional untuk membangun citra organisasi dilaksanakan melalui pemberian informasi public yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sekaligus yang memperlihatkan kualitas dan eksistensi organisasi melalui media sosial instagram. Di media sosial instagram Dewan Kerja Nasional banyak menampilkan atau menyajikan konten mengenai informasi dan berita terkini seputar Gerakan Pramuka dan Pemuda.

Pada bagian ini, pemaparan hasil penelitian yang peneliti lakukan menggunakan langkah analisis wacana atau kualitatif berdasar dari hasil kajian pustaka, observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap informan, dalam bagian ini nantinya juga akan dipaparkan data-data hasil penelitian yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui jawaban informan tentang pemanfaatan media sosial Instagram @dk\_nasional sebagai media komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional.

#### **3.1 Pelaksanaan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini melibatkan 3 (tiga) informan yang terdiri dari anggota muda Pramuka dari kalangan Dewan Kerja Pramuka

dibawahnya yang mewakili, juga anggota muda Pramuka dari keanggotaan Tim Humas Dewan Kerja Nasional sekaligus Koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional yang mana merupakan anggota kepengurusan Dewan Kerja Nasional itu sendiri.

Dimana ketiga informan ini memiliki masing-masing latar belakang, Dilihat dari tujuan penelitian semua informan yang ada dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki kaitan dengan organisasi Dewan Kerja Nasional, berikut paparan data diri informan dalam penelitian ini yang peneliti rangkum ini :

**Tabel 3.1 Identitas Informan**

| No | Nama                   | Jabatan                                    | Usia     |
|----|------------------------|--|----------|
| 1  | Raihan Sujaya          | Koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional | 22 Tahun |
| 2  | Muhammad Helmi Lesmana | Anggota Tim Humas Dewan Kerja Nasional     | 23 Tahun |
| 3  | Nisa Nur               | Humas Dewan Kerja Daerah                   | 21 Tahun |

Sebelum pelaksanaan penelitian, peneliti telah melakukan pra-riset pada media Instagram @dk\_nasional dan pengelolaannya. Dimana peneliti juga telah menghubungi pihak-pihak pengelola akun @dk\_nasional, berdasarkan hasil wawancara kepada ketiga informan, yang didapatkan sebagai berikut:

3.1.1 Informan pertama atas nama Raihan Sujaya merupakan Koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional, sebagai subjek dalam penelitian ini peneliti ingin menggali informasi mengenai manajemen pengelolaan Media Sosial @dk\_nasional yang dimiliki

oleh Organisasi Dewan Kerja. Pada wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2022 lalu di Gedung Kwartir Nasional Gerakan Pramuka dan dalam proses nya pertemuan dengan informan pertama ini terjadi satu kali sehingga peneliti berfokus untuk menggali informasi tentang manajemen pengelolaan yang di lakukan. Didapatkan pada hasil wawancara yang dilakukan peneliti, bahwa Dewan Kerja Nasional mempunyai tim khusus dama bidang publikasi dan informasi dengan nama Tim Humas yang di koordinatori oleh Raihan Sunjaya sebagai anggota Dewan Kerja Nasional, selain itu Tim Humas juga dalam implementasi ide dan konten nya mendapatkan pendampingan oleh anggota dewasa dalam hal ini adalah andalan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka serta eksekutor dari ide dan konten dilaksanakan oleh anggota Tim Humas yang merupakan Anggota Gerakan Pramuka golongan Penegak Pandega seluruh Indonesia. Menurut informan pertama ini, dalam proses konsep hingga publikasi dilakukan dengan matang bersama Tim Humas yang mempunyai keahlian yang relevan sehingga publikasi di @dk\_nasional informatif dan bagus, namun sebagai bahan evaluasi, Tim Humas Dewan Kerja Nasional juga menerima masukan serta saran dari publik agar terdapat peningkatan kualitas publikasi di media sosial instagram @dk\_nasional untuk meningkatkan citra organisasi.

- 3.1.2 Informan kedua adalah Muhammad Helmi Lesamana yang merupakan anggota Tim Humas Dewan Kerja Nasional, pertemuan dengan Muhammad Helmi Lesmana merupakan hasil dari pertemuan dengan Koordinator Tim Humas Raihan Sunjaya yang merekomendasikan agar informasi lebih detail mengenai manajemen serta pola implementasi publikasi di media sosial instagram @dk\_nasional. Pada wawancara dengan informan kedua ini dilaksanakan pada tanggal 15 November 2022 di Taman Rekreasi Wiladatika Cibubur yang merupakan Pusat Pendidikan

dan Latihan Gerakan Pramuka di bawah Kwartir Nasional Gerakan Pramuka. Pada wawancara kali ini, peneliti berfokus pada tugas pokok dan fungsi Dewan Kerja Nasional sebagai pemilik media sosial instagram @dk\_nasional, Tim Humas sebagai pelaksana teknis, dan respon publik terhadap publikasi yang dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional. Berdasarkan hasil wawancara tersebut didapatkan informasi bahwa Dewan Kerja Nasional bertanggungjawab kepada Kwartir Nasional dalam pengelolaan media sosial bagi anggota muda usia 16 sampai dengan 25 tahun, sehingga kedudukan Dewan Kerja Nasional dalam Tim Humas yaitu sebagai penanggung jawab dan penasehat, sedangkan dalam Tim Humas sendiri sebagai pelaksana atas konsep-konsep publikasi yang telah diberikan oleh Dewan Kerja Nasional dan berdasarkan hasil rapat bersama, dalam fokusnya selain publikasi di sosial media @dk\_nasional, Tim Humas ini juga terbagi dalam 5 (lima) pembedangan diantaranya : fotografi, videografi, desain visual, *web developer*, dan *script writing*. Berdasarkan pembedangan tersebut, dibagi kepada 20 (dua puluh) anggota Tim Humas Dewan Kerja Nasional yang selanjutnya akan diadakan rapat-rapat yang menentukan arah dari Tim Humas ini sesuai dengan kepentingan sesuai Rencana Strategi Dewan Kerja Nasional. Menurut pernyataan Muhammad Helmi Lesmana ini, respon dari publik yang meliputi anggota Gerakan Pramuka dan non anggota Gerakan Pramuka sangat baik dan apresiatif terhadap karya yang di hasilkan oleh Tim Humas sehingga harapan kedepan dapat lebih bersemangat dan belajar dengan giat demi hasil yang maksimal dalam peningkatan citra organisasi melalui sosial media @dk\_nasional.

- 3.1.3 Informan ketiga adalah Nisa Nur merupakan anggota Dewan Kerja Daerah, yang merupakan organisasi secara structural dibawah

Dewan Kerja Nasional sebagai representasi anggota Gerakan Pramuka di daerah tersebut. Kesempatan wawancara ini dilakukan pada tanggal 22 November 2022 bertepatan kegiatan dengan skala nasional yaitu Perkemahan Bakti Saka Bhayangkara di Palembang. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pandangan pengurus Daerah ini dalam melihat efektifitas dan kualitas konten di media sosial @dk\_nasional ini apakah sudah memberikan citra baik bagi Organisasi Gerakan Pramuka khususnya Dewan Kerja Nasional. Pada hasil wawancara ini didapatkan bahwa pengelolaan media sosial instagram @dk\_nasional ini sangat bagus dan rapi, sebab telah mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, meleak isu dan trend media saat ini sehingga mampu membuktikan bahwa Anak Pramuka juga kekinian. Hal ini dibuktikan dalam muatan sajian konten yang isunya hangat, kualitas desain visualnya enak dipandang mata, bahasa kontennya ramah dan foto yang dipublikasi terasa hidup dan interaktif. Sehingga pada postingan-postingan yang dimuat dalam instagram @dk\_nasional ini Dewan Kerja Nasional telah memberikan contoh teladan bagaimana Pramuka bisa menjadi Pelopor Bijak Bermedia Sosial, mampu menjadi netizen yang bijak, membangun citra positif di media sosial. Dan dari wawancara ini juga terdapat saran yang diberikan pada pengelolaan instagram @dk\_nasional agar berani lebih menjelajah lagi isu global yang bisa dirangkul oleh Pramuka. Agar pandangan kita juga lebih luas lagi. Mengingat Pramuka sangat kompleks sehingga banyak hal dapat kita pelajari. Belajar sambil melakukan menjadi salah satu seruan yang sering saya dengar bahkan identik dengan gerakan kepanduan ini.

### 3.2 Deskripsi Data Penelitian

Peneliti mengadopsi metode deskriptif dalam menganalisa data hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Dimana analisa deskriptif yang digunakan ini merupakan analisa dari seluruh yang telah diperoleh peneliti dari hasil proses wawancara bersama narasumber. Pada penelitian ini informan berjumlah tiga orang yang saat ini dari ketiga informan tersebut berasal dari tiga latar belakang dan sudut pandang yang berbeda. Sesuai dengan hasil wawancara, selanjutnya peneliti melakukan tahap analisis sesuai tema, yakni “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @dk\_nasional Sebagai Media Komunikasi dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional”.

### 3.3 Tim Humas Sebagai Pengelola Instagram @dk\_nasional

Sebagai sebuah organisasi besar tingkat Nasional, Dewan Kerja Nasional dalam menjalankan roda organisasi berdasarkan Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja Nomor 005 tahun 2017 telah diatur organisasi – organisasi dalam Dewan Kerja sebagai badan kelengkapan dari Kwartir Nasional Gerakan Pramuka yang telah diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka. Berdasarkan peraturan tersebut, terdapat berbagai macam struktur organisasi Dewan Kerja Nasional diantaranya ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan bidang, bidang ini terbagi menjadi empat yaitu : bidang kajian kepramukaan, bidang kegiatan, bidang pembinaan dan pengembangan, dan bidang penelitian dan evaluasi. Dari struktur tersebut, Dewan Kerja Nasional dapat berjalan dan berdinamika karena telah di bagi dengan detail tugas pokok dan fungsi masing-masing struktur yang diatur dalam peraturan tersebut. Namun, dari banyaknya pembagian struktur dan pembidangan, tidak ada yang secara spesifik membidangi dan bertanggungjawab pada publikasi dan informasi di media sosial @dk\_nasional untuk meningkatkan citra Organisasi. Akan tetapi, pada peraturan tersebut dijelaskan bahwa unit –

unit lain yang sesuai dengan kebutuhan pembinaan anggota dan organisasi dapat dibentuk oleh Dewan Kerja, dan Dewan Kerja di dalamnya sebagai Penanggungjawab dan penasehat. Hal tersebut relevan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada Raihan Sunjaya yang merupakan Anggota Dewan Kerja Nasional sekaligus Koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional sebagai berikut:

“Wah, pertanyaan yang sangat menarik, Kak Dhigda. Mengenai pengelolaan media sosial yang dimiliki Dewan Kerja Nasional, tentunya kami Dewan Kerja Nasional dalam melaksanakan program kerja tidak sendirian, selain ada pendampingan dari kakak-kakak unsur anggota dewasa, kami juga membuka ruang kolaborasi bersama anggota pramuka penegak dan anggota pramuka pandega dari seluruh Indonesia untuk bergerak melalui sajian kegiatan yang bermanfaat bagi sesama. Seperti dalam rangka publikasi di media sosial, kami membuat wadah untuk teman-teman dapat berkolaborasi secara langsung melalui Unit Humas Dewan Kerja Nasional. Jadi kalau ditanya bagaimana manajemen pengelolaan media sosial kami, Tim Unit Humas inilah eksekutornya dari ide konten yang dibuat bersama kami. Nanti pada saat ada kegiatan berdasar program kerja, kami akan membuka wadah juga melalui kepanitiaan bidang Humas Kegiatan. Jadi, kalau Unit Humas Dewan Kerja Nasional ini adalah tim keseharian kami, maka Humas Kegiatan adalah tim kegiatan pada saat itu atau sangga kerja kegiatan.”

Sehingga dalam meningkatkan citra organisasi melalui media sosial, Dewan Kerja Nasional membentuk sebuah tim khusus yang bernama “Tim Humas” yang beranggotakan Dewan Kerja Nasional sebagai penanggungjawab, koordinator, dan penasihat serta anggota Gerakan Pramuka usia 16 sampai dengan 25 tahun dari seluruh Indonesia. Hal tersebut relevan dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Muhammad Helmi

Lesmana yang merupakan anggota Gerakan Pramuka yang berusia 23 tahun sekaligus sebagai anggota Tim Humas Dewan Kerja Nasional.

“Kami di Tim Unit Humas Dewan Kerja Nasional mengenal diri kami sebagai eksekutor, Kak. Jadi kami lah ujung tombak konten yang tersaji di media sosial *Instagram* @dk\_nasional pada khususnya. Nah, dalam hal ini porsi Dewan Kerja Nasional sebagai penanggungjawab, kordinator juga penasihat. Kami bertanggungjawab kepada Dewan Kerja Nasional atas konten yang diolah bersama, begitupun Dewan Kerja Nasional bertanggungjawab kepada Kwartir Nasional Gerakan Pramuka. Sebagai wadah aspirasi dan evaluasi, kami pun memiliki agenda rapat kordinasi rutin hingga terbatas.”

Didalam sebuah organisasi yang baik terdapat struktur yang jelas serta baik pula, Tim Humas dalam menjalankan tugasnya agar mendapatkan hasil yang maksimal terdapat juga struktur organisasi di dalam nya yang terbagi didalam bidang-bidang, hal tersebut disampaikan oleh kak Muhammad Helmi Lesmana sebagai berikut:

“Kalau pembagian tugas secara struktural kami lebih mengenalnya dalam pembedangan ya, Kak. Dalam Tim Unit Humas Dewan Kerja Nasional ini kami terfokus dalam pembedangan sesuai dengan keahlian kami. Kebetulan jumlah anggota Unit Humas Dewan Kerja Nasional ada 20 orang yang terbagi dalam lima bidang, antarlain fotografi, videografi, desain visual, web developer, dan script writing. Saya sendiri berada dalam bidang videografi bersama empat anggota lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat beragai macam bidang dengan klasifikasi keilmuan dan keterampilan yang dimiliki oleh anggota nya, diantara bidang-bidang tersebut diantaranya fotografi, videografi, desain visual dan script writing yang merupakan salah satu aset

keterampilan yang berguna dalam publikasi media sosial @dk\_nasional untuk meningkatkan citra baik bagi organisasi Dewan Kerja Nasional.

### **3.4 Citra Baik Organisasi Melalui Pengelolaan Media Sosial yang Baik**

Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam pengelolaan Media Sosial melakukan segala upaya untuk meningkatkan citra positif organisasi di media sosial dengan memanfaatkan media digital, untuk mengimplementasikan hal tersebut dibentuk sebuah tim khusus yaitu Tim Humas, menjelang periode akhir 2018 – 2023 ini terjadi banyak hal yang telah dialami oleh Organisasi ini, salah satunya adalah publikasi di sosial media.

“Kalau kami orangnya langsung yang jawab tentu akan cenderung menilai bagus, Kak. Mengingat ketepatan target yang kita buat sebelumnya. Namun, kami selalu menerima masukan dari public sebagai pembangun media kami menjadi lebih baik lagi, hal itu selalu menjadi bahan kami dalam evaluasi kerja. Untuk tiga bulan terakhir ini dengan adanya pelaksanaan kegiatan besar, kami sangat terbantu terutama dalam hal penggiringan masa atau banyaknya penonton. Karena dengan adanya sebuah produk besar yang mampu menyita perhatian khalayak luas, maka akan menjadi membawa manfaat bagi kami juga. Maksudnya dengan adanya kegiatan besar kami kemarin, dengan mudahnya memberi masa pada kami untuk melakukan kampanye kegiatan pramuka di media sosial, hitung-hitung sebagai langkah membangun citra positif Gerakan Pramuka khususnya Pramuka T/D juga Dewan Kerja secara organisasi, public bisa mengenalnya dan mengetahui keberadaannya”.

Pernyataan di atas merupakan jawaban dari Raihan Sunjaya, selaku perwakilan dari Dewan Kerja Nasional sekaligus Koordinator Tim Humas dalam menanggapi efektifitas sosial media instagram dalam peningkatan citra

organisasi ini, hal tersebut juga merupakan wujud adaptasi sesuai dengan perkembangan yang dilakukan oleh Dewan Kerja Nasional.

“Tentunya sangat bermanfaat, Kak Dhigda. Sekarang era digital, kehidupan manusia hampir sepenuhnya dibagikan dalam kehidupan dunia maya, media sosial. Sedikit-sedikit ada yang unik ya jadi rame. Sekarang itu mudah viral atau populer, hal ini jadi momen bagi kita seharusnya. Jadi kesempatan untuk dapat membaca situasi Gerakan Pramuka makin dikenal baik dan luas oleh public. Membangun citra baru yang lebih baik juga meningkatkan citra menjadi lebih baik, menepis citra buruk yang sempat ada dan menggantinya. Terbukti jika melalui media Dewan Kerja Nasional kami secara organisasi, kami memiliki tujuan khusus selain menjadi wadah informasi kegiatan Pramuka T/D, kami tentunya juga ingin mengenalkan organisasi Dewan Kerja Nasional itu sendiri, bagaimana tugas dan porsinya, serta apa sih yang bisa dilakukan dan berdampak dari adanya organisasi ini. Kurang lebihnya bagaimana hasil usaha kami dapat dilihat dari pencapaian pengikut dan responnya di media Instagram kami itu, selebihnya netizen yang harusnya menjawab”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Nisa Nur yang merupakan representasi dari anggota Gerakan Pramuka di Daerah, yang dapat memberikan pernyataan sesuai sudut pandang konsumen atau penikmat konten instagram @dk\_nasional.

“Pertanyaannya, keren. Tentu pastinya Kakak-kakak di Dewan Kerja Nasional telah mengatur sedemikian rupa bagaimana strategi dalam pengelolaan media sosial Instagram @dk\_nasional yang dimilikinya. Namun namanya manusia pasti memiliki respon dan pandangannya masing-masing. Sesuai atau tidak itu tergantung selera dan darimana sudut pandang yang diambil. Kalau saya sendiri sebagai juga pengelola pada media saya, tentu banyak berapresiasi kepada

Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional karena telah mampu beradaptasi dengan berkembang zaman, melek isu dan trend media saat ini sehingga mampu membuktikan bahwa Anak Pramuka juga kekinian. Hal ini dibuktikan dalam muatan sajian konten yang isunya hangat, kualitas desain visualnya enak dipandang mata, bahasa kontennya ramah dan foto yang dipublikasi terasa hidup dan interaktif. Singkatnya, melalui media sosial Instagram @dk\_nasional ini, Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional telah mampu memberi contoh teladan bagaimana Pramuka bisa menjadi Pelopor Bijak Bermedia Sosial, mampu menjadi netizen yang bijak, membangun citra positif di media sosial. Terlihatnya sederhana bahkan sepele memang, tapi menjadi asset penting di era digital saat ini. Maka sekarang atau nanti akan sangat dibutuhkan semacam pelatihan untuk bekal literasi digital bagi anggota Pramuka muda maupun dewasa”.

Melihat respon yang baik dari salah satu pengurus Dewan Kerja Daerah ini menunjukkan eksistensi instagram @dk\_nasional ini mempunyai dampak yang baik, sesuai dengan tujuan dan harapan Dewan Kerja Nasional. Peralnya, anggota Pramuka di Indonesia sendiri terdapat lebih dari 50 juta anggota dari segala golongan dan aktif bersosial media. Hal tersebut juga merupakan hasil kinerja dari Tim Humas Dewan Kerja Nasional yang selalu memberikan karya yang inovatif dan baru. Melihat responden yang baik didalam setiap postingan memberikan kebahagiaan tersendiri, hal tersebut yang dirasakan oleh Muhammad Helmi Leksmana beserta Tim Humas Dewan Kerja Nasional.

“Tentu, Kak Dhigda. Tentu sangat berpengaruh pada pembentukan maupun peningkatan citra organisasi Dewan Kerja Nasional ini. Karena melalui kegiatan-kegiatan Dewan Kerja Nasional yang tersajikan dalam bingkai media ini lah kemudian menjadi bahan penilaian public. Bagaimana bagusnya kita mengemas, maka baguslah respon public. Dan menurut saya pribadi, kami sebagai

pengelola selalu berusaha maksimal dalam upaya pemanfaatan media yang dimiliki dan tak lupa usaha kolaborasi yang kami lakukan. Upaya pemanfaatan yang kami lakukan sudah maksimal yang kami bisa. Syukurnya kami melihat respon selama ini pun positif, bilamana negative adalah respon mereka yang salah sasaran, maksudnya belum mengerti benar. Hingga akhirnya dalam menanggapi hal tersebut kami mengevaluasi usaha dan membayarnya melalui konten yang baru. Intinya kami melihat sejauh usaha kami sampai saat ini telah mampu meningkatkan citra positif Dewan Kerja Nasional secara organisasi, dibuktikan dengan salah satu gebrakan, yakni Dewan Kerja Nasional kontennya tidak ketinggalan jaman, media yang digunakan dan isu yang dibahas adalah isu terkini.”

Namun, agar lebih cepat mencapai target tertinggi dan pencapaian baru Nisa Nur selaku representasi dari Anggota Gerakan Pramuka di Daerah memberikan saran dan masukan agar lebih maksimal pemanfaatan sosial media instagram @dk\_nasional sehingga citra positif yang dimaksud tidak hanya bisa diimplementasikan di Dewan Kerja Nasional tetapi bisa dilakukan bagi setiap Organisasi Gerakan Pramuka di manapun.

“Tentu tidak bisa luput dari kekurangan, sedikit banyaknya pasti ada. Kalau dari pandangan saya, bukan kekurangan. Namun saran agar Kakak-kakak pengelola media sosial Instagram @dk\_nasional berani lebih menjelajah lagi isu global yang bisa dirangkul oleh Pramuka. Agar pandangan kita juga lebih luas lagi. Mengingat Pramuka sangat kompleks sehingga banyak hal dapat kita pelajari. Belajar sambil melakukan menjadi salah satu seruan yang sering saya dengar bahkan identik dengan gerakan kepanduan ini, maka lucu rasanya jika kita sebagai pelaku lebih banyak tidak berani untuk belajar hal baru. Jadi, mungkin lebih menjadi saran kepada Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional untuk lebih berani dalam peningkatan literasi bagi public di media sosial Instagram @dk\_nasional. Dan semoga Kakak-kakak

Dewan Kerja Nasional selalu ingat bahwa medianya menjadi rujukan bagi anggota muda Gerakan Pramuka dan kepanduan dunia. Semangat, Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional”.



## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Media Sosial Instagram @dk\_nasional Dalam Meningkatkan Citra Organisasi Dewan Kerja Nasional

Instagram merupakan salah satu bentuk dari perkembangan komunikasi digital yang biasa disebut dengan media sosial yang saat ini banyak digunakan dan merupakan sosial media populer masyarakat di setiap lapisan termasuk di Indonesia yang terdapat ratusan juta masyarakat dengan berbagai macam tipe yang digolongkan berdasarkan usia dan akun sosial medianya. Instagram yang pada awalnya merupakan aplikasi yang dirintis pada *operation system* iOS, akan tetapi justru dipopulerkan dan di besarkan oleh pengguna *operation system* android.

Dalam membangun citra di media sosial instagram @dk\_nasional, Tim Humas Dewan Kerja Nasional menggandeng berbagai anggota Gerakan Pramuka di berbagai golongan khususnya anggota muda Gerakan Pramuka untuk bergabung di Tim Humas Dewan Kerja Nasional untuk belajar sekaligus bekerjasama dalam membangun dan meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional. Dimana setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh Kwartir Nasional Gerakan Pramuka dan Dewan Kerja Nasional disampaikan oleh Tim Humas dengan mempublikasi kegiatan melalui instagram. Pengguna media sosial instagram @dk\_nasional dalam membentuk brand dan media informasi sekaligus publikasi yang dapat dinikmati oleh publik. Dalam pemanfaatan Instagram ini memiliki banyak keuntungan tersendiri, diantaranya penggunaannya yang praktis dan menghemat dari segi pembiayaan dan waktu yang diperlukan untuk membangun citra dengan pengeluaran yang terlalu mahal dan instagram ini sebagai teknologi komunikasi digital yang mampu menjangkau lebih luas. Maka dari itu, pemanfaatan media sosial Instagram merupakan aplikasi yang favorit saat ini

menjadi rujukan bagi Dewan Kerja Nasional sebagai media untuk membangun citra Organisasi.

Media sosial instagram @dk\_nasional yang dikelola oleh Tim Humas yang dibentuk berdasarkan inisiatif Dewan Kerja Nasional dengan bimbingan dari Kwartir Nasional Gerakan Pramuka yang berisikan anggota muda Gerakan Pramuka ini saat ini memiliki jumlah follower sebanyak 71.300 atau 71,3rb pengguna Instagram dan terdapat lebih dari 1.032 postingan. Instagram @dk\_nasional sendiri sudah ada sejak tahun 2014, dan sudah aktif menggunakan Instagram sebagai media informasi dan publikasi dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan ataupun informasi khusus seputar kepramukaan dan kepemudaan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Tim Humas @dk\_nasional sebagaimana yang telah tertulis pada hasil penelitian bahwa alasan pemilihan sosial media instagram sebagai media yang digunakan sebagai informasi dan publikasi ini karena pada saat ini, media sosial instagram mempunyai pasar yang besar dengan jangkauan yang luas dibandingkan dengan media konvensional seperti media cetak. Saat ini juga instagram sebagai media yang mempunyai pengguna terbanyak sebagai media terfavorit sehingga memiliki peluang jangka panjang untuk menjangkau lebih banyak publik dalam membangun dan meningkatkan citra organisasi. Dan juga sebagai media sosial, instagram sedang diminati oleh sebagian besar masyarakat, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Hal tersebut merupakan dasar Tim Humas mempertimbangkan penggunaan sosial media Instagram sebagai media utama dalam pembangunan dan peningkatan citra ini.

Raihan Sujaya, selaku koordinator Tim Humas Dewan Kerja Nasional juga memberikan pandangan bahwa, sebagai organisasi yang besar dalam beberapa agenda tahunan mereka mempunyai kegiatan besar yang mengerahkan banyak masa, dengan kegiatan yang spektakuler tersebut harus

diimbangi dengan pemanfaatan sosial media instagram yang aktif setiap waktunya untuk dapat menarik minat publik sehingga menjadikan dampak baik bagi organisasi, “Untuk tiga bulan terakhir ini dengan adanya pelaksanaan kegiatan besar, kami sangat terbantu terutama dalam hal penggiringan masa atau banyaknya penonton. Karena dengan adanya sebuah produk besar yang mampu menyita perhatian khalayak luas, maka akan menjadi membawa manfaat bagi kami juga. Maksudnya dengan adanya kegiatan besar kami kemarin, dengan mudahnya memberi masa pada kami untuk melakukan kampanye kegiatan pramuka di media sosial, hitung-hitung sebagai langkah membangun citra positif Gerakan Pramuka khususnya Pramuka T/D juga Dewan Kerja secara organisasi, publik bisa mengenalnya dan mengetahui keberadaannya”.

Dalam upaya meningkatkan citra organisasi Dewan Kerja Nasional melalui media instagram, pastinya organisasi Dewan Kerja Nasional mempunyai strategi-strategi tersendiri. Strategi dan metode ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh Tim Humas dalam meningkatkan citra di publik. Awalnya Dewan Kerja Nasional hanya dikenal di kalangan anggota Gerakan Pramuka saja, namun di kalangan organisasi kepemudaan lain masih sangat asing dan bahkan jarang terlibat dalam isu pemuda non kepramukaan. Karena hal ini Dewan Kerja Nasional melalui Tim Humas @dk\_nasional bertekad untuk membangun citra positif agar penyebaran informasi tentang Gerakan Pramuka khususnya Dewan Kerja Nasional menyebar secara luas bagi anggota Gerakan Pramuka hingga lapisan bawah sekaligus di lingkungan masyarakat dan organisasi lain. Strategi Dewan Kerja Nasional dalam meningkatkan citra organisasinya dengan melakukan publikasi secara infografis dan menarik untuk dilihat dan dinikmati oleh publik, salah satunya dengan melakukan publikasi di segala kegiatan yang dilakukan.

Namun, selain penggunaan media sosial Instagram, Dewan Kerja Nasional juga melakukan pendekatan terhadap masyarakat sekitar yang

berada di sekitaran Rumah Dinas dan juga lokasi kegiatan, hal ini bertujuan untuk melakukan pendekatan secara sosial dan juga mengimplementasikan visi dan misi Dewan Kerja Nasional itu sendiri.

Citra Dewan Kerja Nasional yang mulai membaik berkat hasil jerih payah Dewan Kerja Nasional beserta Tim Humasnya ini memberikan kesan yang baik dari Dewan Kerja Daerah sebagai representasi di bawahnya hal tersebut juga menjadi sampel bahwa Dewan Kerja Nasional melalui akun sosial media @dk\_nasional berhasil mencapai tujuannya. Hal tersebut disampaikan oleh Nisa Nur sebagai anggota Dewan Kerja Nasional dan juga Tim Humas Daerah, “Tentu pastinya Kakak-kakak di Dewan Kerja Nasional telah mengatur sedemikian rupa bagaimana strategi dalam pengelolaan media sosial Instagram @dk\_nasional yang dimilikinya. Namun namanya manusia pasti memiliki respon dan pandangannya masing-masing. Sesuai atau tidak itu tergantung selera dan darimana sudut pandang yang diambil. Kalau saya sendiri sebagai juga pengelola pada media saya, tentu banyak berapresiasi kepada Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional karena telah mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, meleak isu dan trend media saat ini sehingga mampu membuktikan bahwa Anak Pramuka juga kekinian. Hal ini dibuktikan dalam muatan sajian konten yang isunya hangat, kualitas desain visualnya enak dipandang mata, bahasa kontennya ramah dan foto yang dipublikasi terasa hidup dan interaktif. Singkatnya, melalui media sosial Instagram @dk\_nasional ini, Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional telah mampu memberi contoh teladan bagaimana Pramuka bisa menjadi Pelopor Bijak Bermedia Sosial, mampu menjadi netizen yang bijak, membangun citra positif di media sosial. Terlihatnya sederhana bahkan sepele memang, tapi menjadi asset penting di era digital saat ini. Maka sekarang atau nanti akan sangat dibutuhkan semacam pelatihan untuk bekal literasi digital bagi anggota Pramuka muda maupun dewasa”.

Hal tersebut merupakan kesan yang baik, terkhusus kepada Tim Humas selaku eksekutor dalam pengelolaan media sosial ini. Muhammad

Helmi Lesmana menyampaikan sebagai anggota baru di Tim Humas ini sempat merasakan kaget dengan perkembangan dan respon positif dari publik atas karya yang di terbitkan, pasalnya dengan apresiasi yang baik juga dapat meningkatkan performa Tim Humas dalam meningkatkan citra organisasai Dewan Kerja Nasional melalui instagram, “Saya terhitungnya baru, Kak Dhigda. Jadi kalau saya menilai dengan sudut pandang saya ini, saya masih terpengaruh kaget. Artinya, saya belum terbiasa dengan respon luarbiasa baik dan ramainya dengan karya saya ini yang saya anggap masih butuh banyak peningkatan. Saya bersyukur dengan apresiasi netizen selama saya ikut dalam Tim pengelola media media *Instagram* @dk\_nasional ini. Besar harapan saya akan banyak menciptakan kader baru setelah saya dengan teman-teman saat ini, dapat menginspirasi”.

Dengan adanya peningkatan citra tersebut, juga mempengaruhi kinerja Dewan Kerja Daerah dalam menjalankan program-program menjelang selesainya masa bakti ini sekaligus menarik minat publik untuk mengikuti kegiatan-kegiatan kepramukaan. Sehingga banyak sekali pengaruh yang muncul akibat dari penyebaran informasi dan publikasi melalui media sosial instagram.

#### **4.2 Manajemen Publikasi Tim Humas Dewan Kerja Nasional di Media Sosial Instagram @dk\_nasional**

Ada macam-macam pilihan media yang dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk memudahkan pemberian informasi kepada public di dunia maya dengan akses mudah selama adanya jaringan internet. Namun Tim Humas Dewan Kerja Nasional menggunakan media instagram dalam upaya meningkatkan citra organisasi ini.

Pengelolaan media sosial instagram mempunyai keefektifan untuk membangun citra, sebab itu banyaknya organisasi – organisasi yang mempunyai media sosial instagram ini sebagai penyampain informasi. Dengan banyaknya media sosial ini membuat persaingan publikasi sangatlah

ketat, namun dari berbagai banyak organisasi tersebut sekadar punya akun instagram dan tidak memaksimalkan pemanfaatannya. Sedangkan jika dimaksimalkan pemanfaatannya dapat memberikan dampak yang progresif bagi publik melalui konten yang disajikan, sehingga masyarakat dapat memberikan timbal balik berupa respon pengawasan terhadap ketersediaan informasi yang diberikan oleh organisasi Dewan Kerja Nasional melalui instagram @dk\_nasional dan mencerminkan citra organisasi ini. Adapun beberapa tahapan manajerial yang dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam memanfaatkan sosial media Instagram ini diantaranya meliputi : *Defining problem, Planning and Programming, Taking Actions and Communication, and Evaluations.*

#### **4.2.1 Defining Problem**

Menentukan masalah menjadi salah satu proses yang sangat penting untuk dilakukan sebagai langkah awal dalam mengelola suatu program agar tersusun dengan baik. Seperti yang dinyatakan Marrison dalam bukunya *Manajemen Public Relationship*, bahwa langkah – langkah penentuan masalah terdiri dari kegiatan yang dilakukan untuk mengawasi dan meneliti pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkahlaku massa public yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau yang dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan Organisasi Dewan Kerja Nasional. Yang pada pokok nya, langkah ini menentukan masalah yang merupakan kegiatan pencarian untuk mengumpulkan data dan informasi untuk dijadikan dasar sebagai pijakan guna mengambil langkah selanjutnya.

Terdapat dua metode dalam menentukan permasalahan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam pengelola dan penyediaan data informasi, metode pertama yaitu:

#### 4.2.1.1 Penentuan Konten Instagram

Mengelola instagram merupakan metode yang tepat di era digital society 5.0 saat ini. Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam tahap ini menentukan masalah dengan melihat *insight* atau grafik media sosial Instagram @dk\_nasional. Ini sangat berguna karena digunakan untuk berinteraksi dengan *followers* dan bisa dipantau secara akurat sesuai dengan jumlah kunjungan, banyak diakses atau tidak, serta respon *followers*. Dari sini Tim Humas Dewan Kerja Nasional bisa dengan mudah untuk menentuka konten apa saja yang akan diunggah dan kapan mengunggahnya. Penentuan tersebut dapat dilihat dari grafik instagram yang digunakan yaitu @dk\_nasional karena mampu memberikan gambaran tentang apa saja yang biasa di akses oleh publik, atau informasi yang dibutuhkan oleh publik. Dalam hal ini tentunya sangat mudah bagi Tim Humas untuk menentukan kontennya.

Sesudah Tim Humas mengetahui informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan publik sesuai dengan Kondisi dan fenomena terkini, untuk memudahkan dalam menentukan konten yang akan dibuat untuk di upload ke sosial media instagram @dk\_nasional. Dan dapat dilihat dari informasi-informasi Dewan Kerja Daerah lain yang sedang terjadi, dan sosial media lain isu apa yang sedang di bicarakan sehingga mampu memberikan informasi yang akurat dan terpercaya dan meminimalisir berita *hoax*.

#### 4.2.1.2 Aspirasi dari anggota Gerakan Pramuka

Tim Humas Dewan Kerja Nasional juga menggunakan aspirasi dari anggota Gerakan Pramuka melalui Dewan Kerja maupun masukan yang langsung tersampaikan secara personal atau melalui instagram @dk\_nasional. Hal tersebut dilakukan

untuk mengetahui secara langsung fenomena atau hal yang terjadi dari anggota Gerakan Pramuka itu sendiri, dan fenomena yang terjadi di masyarakat dan dapat di informasikan secara meluas di sosial media @dk\_nasional. Dengan begotu jejaring informasi yang diberikan sangat luas untuk memudahkan dalam memberikan informasi. Karena saat ini media sosial sudah menjadi bagian dan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri, segala sesuai dapat diakses dengan muda dan cepat. Dewan Kerja Nasional selain memberikan informasi seputar kegiatan juga mempertahankan jaring aspirasi terhadap segala bentuk kebijakan salah satunya konten sosial media untuk meningkatkan citra ini.

#### 4.2.2 *Planning and Programing*

Dalam tahap ini mencakup aktivitas hasil temuan yang diperoleh dalam sebuah kebijakan dan program kerja Dewan Kerja Nasional. Langkah ini menjadi keharusan bagi Tim Humas Dewan Kerja Nasional setelah mengidentifikasi masalah yang ada. Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Tommy Suprpto dalam bukunya Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi bahwa yang merupakan proses untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai serta langkah-langkah yang harus dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Melalui perencanaan ini dapat diketahui hasil harapan sekaligus mengetahui cara dalam mencapai tujuan tersebut.

Ruslan dalam buku Manajemen PR dan Media Komunikasi memaparkan bahwa proses dari perencanaan program kerja sebagai pengelola berbagai aktifitas kerja dapat berwujud jika telah berhasil disusun melalui manajemen yang dikelola secara professional dan mampu dipertanggungjawabkan hasil dan sasarannya. Proses perencanaan yang dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional ini mempunyai

tujuan memecah *problem* yang ada dengan system pengelolaan yang efektif yang mampu dipertanggungjawabkan. Upaya ini dilakukan dengan membagi bidang apa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengelolaan media sosial instagram ini. Berikut tahap perencanaan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional :

#### 4.2.2.1 Kegiatan

Dewan Kerja Nasional merupakan badan kelengkapan dari Kwartir Nasional Gerakan Pramuka yang mengelola dan merencanakan pola pembinaan bagi anggota Gerakan Pramuka muda dengan rentang usia 16 sampai dengan 25 tahun. Yang salah satunya pembinaan dan pengembangan tersebut di kemas dalam bentuk kegiatan – kegiatan. Penyelenggaraan kegiatan telah diatur dalam sebuah rencana program kerja yang selanjutnya akan di informasikan kepada Dewan Kerja dibawah nya untuk di teruskan, serta merupakan informasi kepada masyarakat juga. Saat pelaksanaan kegiatan oleh Dewan Kerja Nasional, Tim Humas mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan dan mengemasnya dalam bentuk konten untuk dipublikasikan sebagai informasi public.

Tim Humas Dewan Kerja Nasional menjadi jembatan penghubung dalam upaya pemberian informasi yang dilaksanakan oleh Dewan Kerja Nasional ketika menyelenggarakan kegiatan. Berbagai macam kegiatan yang di publikasikan melalui media sosial dengan tujuan agar publik dan anggota gerakan pramuka mengetahui kegiatan apa saja yang sedang dilaksanakan juga memberi informasi kepada public.

#### 4.2.2.2 Penentuan dan Pembuatan Konten Instagram

Langkah dan upaya terkonsep dilakukan supaya public dan internal dalam keanggota Gerakan Pramuka mengetahui sajian informasi oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam media instagram ini. Perencanaan selanjutnya yang dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional yaitu dengan menentukan dan membuat konten instagram. Penentuan dan pembuatan ini merupakan tahap perencanaan yang penting sebab karena dalam penentuan ini berita atau informasi apa saja yang perlu untuk dijadikan konten instagram. Sehingga penentuan ini tidak asal membuat konten namun terdapat proses pemilihan produksi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi bagi publik dan anggota Gerakan Pramuka.

Tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu perencanaan dalam produksi konten. Ide yang berbentuk informasi atau berita dimuat dengan menarik untuk diolah menjadi sebuah konten matang yang mampu menarik perhatian public. Konten yang disajikan dapat berupa banyak macam bentuk, mulai dari foto, video, hingga lain sebagainya. Hal ini tak lepas dari tujuan guna menarik perhatian publik sehingga konten yang disajikan tidak membosankan dan diharapkan dapat menjadi penunjang pembangunan citra positif organisasi Dewan Kerja Nasional ini.

#### 4.2.2.3 Publikasi Konten Instagram

Tahap publikasi atau pengunggahan konten dan berita pada media sosial instagram @dk\_nasional. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat menjadikannya penting tahap pengunggahan media sosial terkhusus instagram untuk Dewan Kerja Nasional. Pemanfaatan media ini memberikan informasi kepada publik setidaknya mengenai profil Dewan Kerja Nasional,

Kegiatan Dewan Kerja Nasional hingga berbagai informasi yang harus disampaikan kepada public secara meluas dan sangat mudah diakses.

Seorang pakar Rusdianto dalam bukunya *Siber CSR* telah menjelaskan bahwa media sosial dapat dimaknai sebagai media baru yang perkembangannya sangat pesat dan di jadikan sebagai media untuk menyebarkan informasi dengan luas untuk menunjang kepentingan organisasi. Publikasi konten atau berita kedalam instagram merupakan sebuah perencanaan yang penting dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional, dan pengunggahan tersebut dilaksanakan sesuai jadwal tayang yang telah disusun sebelumnya. Berita atau informasi konten yang disajikan dalam media instagram ini mencerminkan Dewan Kerja Nasional di mata publik, apabila berita kurang dan bahkan tidak *up to date* maka sudah di pastikan akan menjadikannya pandangan yang baik bagi Dewan Kerja Nasional.

#### **4.2.3 Taking Actions and Communication**

Tahap ini diwujudkan dalam sebuah aksi berupa program kerja yang dilaksanakan sebagai upaya memecahkan sebuah isu atau permasalahan. Program pelaksanaan ini dapat berupa hanya sebuah komunikasi saja atau disertai dengan tindakan yang keseluruhannya agar mencapai tujuan yang telah diterapkan. Seperti yang disampaikan oleh Morissan dalam bukunya *Manajemen Public Relations* yang mengartikan tahap aksi memiliki tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional.

Langkah ini meliputi pesan yang dapat disampaikan, serta jenis media yang dimanfaatkan dalam publikasi informasi oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional. Pada tahap ini Tim Humas Dewan Kerja Nasional dibagi menjadi dua bagian yaitu eksekutor lapangan dan editor

serta pengunggah konten dengan tujuan untuk memudahkan upaya pengelolaan media instagram dalam rangka membangun dan meningkatkan citra positif Dewan Kerja Nasional. Tahapan pelaksanaan ini dibagi menjadi dua tahapan yaitu:

#### **4.2.3.1 Eksekutor Lapangan**

Tim Humas Dewan Kerja Nasional mempunyai anggota yang bertugas sebagai eksekutor lapangan yang bertugas khusus untuk ditempatkan di lapangan untuk meliput dan mencari konten berdasar ide temuan di lapangan. Tahapan ini mempunyai fungsi mengetahui program kerja dan aktivitas Dewan Kerja Nasional untuk memberikan informasi dimana info tersebut dikumpulkan dan diluput oleh eksekutor lapangan ini, agar memudahkan pemberian informasi di sosial media dengan cepat dan menyeluruh. Pada tahapan ini harus secara tepat dan cepat agar efektif dalam proses produksi konten.

#### **4.2.3.2 Editor dan Pengunggah Konten**

Tahap Implementasi selanjutnya adalah tahap yang dilakukan oleh editor dan pengunggah produk publikasi, pasca memperoleh hasil dari pelaksana lapangan tentang bahan mentah konten yang kemudian diolah oleh editor dan dipublikasikan yang bertanggungjawab olehnya. Dewan Kerja Nasional bertanggung jawab atas apa saja yang diunggah @dk\_nasional. Produk konten yang dipublikasikan diupayakan dalam desain semenarik mungkin untuk dipublikasikan di instagram @dk\_nasional sehingga dapat menarik perhatian publik dan dapat memberikan padangan baik yang bagi organisasi tersebut.

Langkah ini membantu upaya fasilitasi produksi dan publikasi konten secara konseptual yang telah disesuaikan

berdasar data berita yang telah diperoleh di lapangan, sehingga konten yang dibuat dapat memberikan informasi yang diharapkan publik mengenai berbagai macam informasi dan fenomena yang sedang terjadi maupun yang ingin di informasikan kepada publik secara luas, sehingga diharapkan dengan proses ini, postingan yang dihasilkan dapat mempengaruhi sudut pandang pembaca secara positif.

#### 4.2.4 *Evaluations*

Sebagai organisasi pendidikan dan pembinaan, tahap evaluasi selain sebagai melihat perkembangan juga sebagai wadah pembinaan bagi setiap tim, sehingga sangat berperan penting bagi Tim Humas Dewan Kerja Nasional untuk perkembangan dan kemajuan suatu program yang telah dijalankan. Kegiatan evaluasi ini dinilai efektif dan selaras dengan pola pembinaan anggota muda Gerakan Pramuka untuk meningkatkan dan menentukan kebijakan selanjutnya bagi Dewan Kerja Nasional. Proses evaluasi dilaksanakan obyektif dengan tidak ada campur tangan dari lembaga lain terhadap opini publik dalam menentukan arah organisasi.

Tim Humas Dewan Kerja Nasional mengartikan langkah evaluasi pada proses pengelolaan media sosial instagram ini secara bertahap dalam melihat seberapa tinggi keberhasilan pada program yang telah dibuat dan dilaksanakan dalam upaya membangun pandangan baik pada organisasi Dewan Kerja Nasional. Serupa yang disampaikan oleh Morissan pada karyanya, Manajemen *Public Relationship* menyatakan bahwa evaluasi berkaitan dengan cara pandang kita terhadap nilai pada sebuah program yang sukses atau tidak beserta kriteria pendukungnya. Alat ukur berhasilnya upaya pengelolaan media sosial instagram dalam pembangunan citra positif Organisasi Dewan Kerja nasional dapat di ukur melalui:

#### 4.2.4.1 *Insight* Instagram

Tim Humas Dewan Kerja Nasional menjadikan fitur *insight* pada Instagram ini sebagai alat ukur nilai dalam melihat kebutuhan konsumsi konten dari pengikutnya di instagram @dk\_nasional. Melalui fitur ini yang kemudiannya Tim Humas Dewan Kerja Nasional dapat mengetahui melalui data bahwa kontennya telah tersampaikan kepada public atau tidak dengan melihat respon yang terdapat di instagram @dk\_nasional. Melalui sajian data pada fitur *insight* pada media instagram ini diharapkan mampu menjadi alat bantu dalam ketepatan laporan respon public yang kemudian menjadi acuan kajian pembangunan citra baik pada organisasi Dewan Kerja Nasional. Tahap evaluasi ini bertujuan agar Tim Humas Dewan Kerja Nasional mudah dalam menyajikan konten yang relevan dengan masyarakat di Instagram dan dapat mengusahakan pemberian informasi yang sesuai pada publiknya, dan juga memfasilitasi dalam upaya evaluasi yang dilaksanakan pasca proses perencanaan, produksi program dan pelaksanaan yang dilakukan dapat mempermudah dalam evaluasi hingga dapat dievaluasi dengan lebih teliti untuk kegiatan kedepannya.

#### 4.2.4.2 Pusat Informasi

Sebagai induk informasi menjadi satu indikator bagi Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam menentukan pencapaian tujuan pengelolaan media instagramnya dalam usaha pembangunan citra baik organisasi ini, dengan mengetahui dari tingginya jumlah anggota dalam Gerakan Pramuka dan public yang mengetahui adanya pelayanan informasi tersebut telah mencerminkan bahwa proses manajemen yang baik dapat menciptakan pandangan baik kepada public. Serupa dengan yang

dikatakan oleh Ardianto, seorang pakar dalam karya bukunya Dasar – Dasar *Public Relations*, citra merupakan sebuah kesan yang didapatkan individu dengan dasar pengetahuan dan pengertian terkait kenyataan atau fakta yang terjadi di lapangan, dan cintra organisasi Dewan Kerja Nasional terbangun setelah banyaknya publik mengetahui produk informasi yang disajikan melalui media yang digunakan, yakni media sosial instagram @dk\_nasional.

Ketercapaiannya tujuan atau keberhasilan program pengelolaan media sosial ini dalam usaha membangun pandangan baik organisasi Dewan Kerja Nasional telah menjadikan acuan bagi Tim Humas Dewan Kerja Nasional sebagai dorongan untuk tetap terus membangun kepercayaan anggota Gerakan Pramuka dan publik dalam memberikan padangan positif atau citra positif pada Organisasi Gerakan Pramuka khususnya Dewan Kerja Nasional.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Nisa Nur sebagai bagian dari Anggota Gerakan Pramuka Muda yang menjadi representasi anggota di Daerah nya bahwa “Tentu tidak bisa luput dari kekurangan, sedikit banyaknya pasti ada. Kalau dari pandangan saya, bukan kekurangan. Namun saran agar Kakak-kakak pengelola media sosial Instagram @dk\_nasional berani lebih menjelajah lagi isu global yang bisa dirangkul oleh Pramuka. Agar pandangan kita juga lebih luas lagi. Mengingat Pramuka sangat kompleks sehingga banyak hal dapat kita pelajari. Belajar sambil melakukan menjadi salah satu seruan yang sering saya dengar bahkan identik dengan gerakan kepanduan ini, maka lucu rasanya jika kita sebagai pelaku lebih banyak tidak berani untuk belajar hal baru. Jadi, mungkin lebih menjadi saran kepada Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional untuk

lebih berani dalam peningkatan literasi bagi public di media sosial Instagram @dk\_nasional. Dan semoga Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional selalu ingat bahwa medianya menjadi rujukan bagi anggota muda Gerakan Pramuka dan kepanduan dunia. Semangat, Kakak-kakak Dewan Kerja Nasional”.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti telah sampaikan diatas, berikut merupakan simpulannya :

- a. Tim Humas Dewan Kerja Nasional memilih media sosial instagram sebagai sarana informasi dan publikasi sebab saat ini Instagram memiliki lebih banyak pasar dibandingkan dengan media cetak dan memiliki jangkauan yang luas. Saat ini Instagram @dk\_nasional juga memiliki peluang yang sangat bagus dalam membentuk citra Organisasi Dewan Kerja Nasional, dan juga media sosial instagram memiliki peminat yang sangat tinggi dalam kalangan anggota Gerakan Pramuka. Sehingga Strategi Tim Humas Dewan Kerja Nasional dalam meningkatkan cira Organisasinya dengan cara mempromosikan dan mengenalkan program kegiatan yang dilaksanakan Dewan Kerja Nasional dalam bentuk fotografi dan videografi dengan konsep yang menarik.
- b. Menjadi Organisasi yang menggunakan media Instagram sebagai wadah publikasi dalam membangun juga meningkatkan citra, Tim Humas Dewan Kerja Nasional memerlukan strategi yang berbeda dari organisasi lain. diantara tahapan dan proses tersebut meliputi *Fact Finding* : yang mempunyai makna bahwa identifikasi masalah yang dibutuhkan oleh publik, *Planning and Programing* : sebagai perencanaan pengelolaan media sosial dengan sistematis melalui kegiatan untuk membangun citra positif, *Taking Action and Communications* : Sebuah aksi dan komunikasi nyata dalam bentuk eksekutor lapangan sebagai pencari berita dan publikasi, sedangkan editor dan pengunggah konten yang bertanggung jawab merancang dengan baik sebelum di publish, dan yang terakhir *Evaluation* : sebagai langkah evaluasi terhadap program publikasi yang telah dilaksanakan oleh Tim Humas Dewan Kerja

Nasional melalui *insight* Instagram dan Pusat Informasi untuk melihat perkembangan dan progres setelah program selesai.

## 5.2 Saran

- a. Agar lebih banyak menjangkau anggota Gerakan Pramuka dan publik, media sosial yang digunakan dapat berupa media sosial yang populer selain instagram, sehingga citra baik tidak hanya didapatkan oleh organisasai Dewan Kerja Nasional melalui instagram @dk\_nasional tetapi juga akan tersebar luas melalui media-media lain.
- b. Sebagai upaya peningkatan citra, strategi yang diterapkan oleh Tim Humas Dewan Kerja Nasional perlu menambahkan konten-konten yang diminati oleh anggota Gerakan Pramuka dan non anggota Gerakan Pramuka seperti Isu-isu terkini sekaligus langkah nyata Dewan Kerja Nasional dalam menanggapi, sehingga Tim Humas Dewan Kerja Nasional juga dapat memberikan masukan terhadap Dewan Kerja Nasional konsep seperti apa yang paling diminati oleh anggota muda Gerakan Pramuka.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

H Ardinal. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.

Ishaq, R.E. 2017. *Public Relations: Teori Dan Praktik Edisi Revisi*. Malang: Intrans Publishing.

Kotler, Philip & Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. 15th ed. united States: Pearson Education.

Mulyana, Deddy. 2014 *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurhadi. 2015. *Teori-Teori Komunikasi (teori komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif)*. Bogor: Ghalia Indonesia  
 Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### **Jurnal dan Skripsi**

Anggraini, Desi. 2019. “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom).” Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Lampung.

- Asmaradewi, Yohana. 2019. “Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro.” Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang: Semarang.
- Darmayasa & Aneswari, Y.R. 2015. “Paradigma Interpretif Pada Penelitian Akuntansi Indonesia.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*: 350–61.
- I'tikoh, Amalia Nurul. 2018. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen (Analisis EPIC Model Pada Follower @humaskebumen).” Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Karjoko, Lego dkk. 2019. “Refleksi Paradigma Ilmu Pengetahuan Bagi Pembangunan Hukum Pengadaan Tanah.” *Jurnal UNS* 7.
- Muslim. 2016. “Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi.”
- Putra, Mahardika. 2018. “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Studi Kasus Pada Online Shop @Siramah\_Jogja.”
- Putri, Friska Ameliya. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Citra Institut Bisnis Dan Informatika STIKOM Surabaya.”
- Rahim, Muhammad dkk. 2018. “Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di SMK Negeri 1 Samarinda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*: 263–75.
- Rimawaty, Luliyana. 2019. “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Pada Dream.Co.Id (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Iklan Drean Resolusi Cantik).” Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: Serang.
- Trianto, Rudi. 2021. “Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus

Di SD Luqman Al Hakim Surabaya).” *Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 10.

Tyas Putri, Ade Irma. 2019. “Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarprihadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang.” Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi. Universitas Semarang: Semarang.

### **Website**

Ardianto, Yoni. 2019. “Memahami Metode Penelitian Kualitatif”, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html>, diakses pada 15 Desember 2021 pukul 15:24 WIB

Hazliansyah. 2019. “Pengelolaan Media Sosial Pramuka Teraktif Di Sela Pramuka Dunia.” <https://www.republika.co.id/berita/komunitas/aksi-komunitas/of91h6280/pengelolaan-media-sosial-pramuka-teraktif-diantara-pramuka-di-dunia>. diakses 17 Desember 2021 pukul 09.43 WIB

M Ridwan, Dadan. 2017. “Jokowi Minta Pramuka Disiplin Menggunakan Medsos.” <https://suakaonline.com/jokowi-minta-pramuka-disiplin-menggunakan-medsos/>. diakses pada 20 Desember pukul 17.47 WIB

Melati, Sella. 2021. “Pengertian Media Komunikasi: Fungsi, Jenis, Dan Berbagai Jenisnya.” <https://www.linovhr.com/media-komunikasi/>. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka diakses pada 20 Desember pukul 17.20 WIB

### **Peraturan Perundang-undangan**

Surat Keputusan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Nomor 012 Tahun 1966 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja

Surat Keputusan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Nomor 005 Tahun 2017 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Dewan Kerja

Surat Keputusan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Nomor 202 Tahun 1988  
tentang Petunjuk Penyelenggaraan Tanda Jabatan Gerakan Pramuka

