

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Rekomendasi Strategi Penggunaan Media Sosial PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Dalam Penyebaran Informasi.**” Penyusunan tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Selama penyusunan tugas akhir, banyak pihak yang terlibat yang telah memberikan banyak bantuan dan dorongan terutama dukungan dari Bapak Syahrudin S dan Ibu Hafri Yenti S Putriselaku kedua orang tua dari penulis. Pada kesempatan ini juga, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Puspita Kencana Sari, S.Kom.,MTI selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, pengetahuan, saran serta motivasi kepada penulis selama penyusunan tugas akhir;
2. Bapak Andry Alamsyah, S.SI., M.SC dan Bapak Osa Omar Sharif, SSI., MSM selaku dosen penguji seminar proposal tugas akhir yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun untuk tugas akhir ini;
3. Bapak Ilham Perdana, ST., MT dan Bapak Osa Omar Sharif, SSI., MSM selaku dosen penguji Tugas Akhir yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun untuk tugas akhir ini;
4. Bapak Acmad Syah dan ibu Irma Rifqayani beserta staff Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan bimbingannya kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis berharap tugas akhir ini adalah karya yang mampu memberikan manfaat bagi para pembaca umumnya. Penulis menyadari adanya keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang masih dalam proses pembelajaran. Dengan demikian penulis menerima kritik serta saran yang membangun dan bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan semoga dapat berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Bandung, 7 Oktober 2014

Hopil Mayandra  
1201100154

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten.....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT.PLN (Persero).....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	11
2.1 Komunikasi.....	11
2.1.1 Defenisi Komunikasi.....	11
2.1.2 Komunikasi Organisasi.....	12
2.1.3 Strategi Komunikasi Efektif.....	13
2.2 Informasi.....	14
2.3 Media Sosial.....	15
2.3.1 Jenis Media Sosial.....	17
2.3.2 Manfaat Media Sosial Bagi Perusahaan.....	19
2.3.3 Strategi Media Sosial.....	20
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.4.1 Skripsi/Thesis.....	22
2.4.2 Jurnal Internasional.....	25
2.4.3 Jurnal Nasional.....	27
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	32

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	33
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Tahapan Penelitian .....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.4 Pengumpulan Data .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.6 Uji Keabsahan Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	40
4.1 Karakteristik Responden .....	40
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Informasi .....	41
4.3 Hasil Penelitian Wawancara.....	49
4.4 Hasil Penelitian Observasi.....	52
4.5 Matrix SWOT.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
<b>LAMPIRAN</b> .....	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gedung PT.PLN DJBB.....	2
Gambar 1.2 Logo PT.PLN (Persero).....	3
Gambar 1.3 Data Pengguna Internet Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Jenis Media Sosial.....	5
Gambar 1.5 Akun <i>Twitter</i> PT.PLN DJBB.....	6
Gambar 1.6 Akun <i>Facebook</i> PT.PLN DJBB.....	7
Gambar 2.1 Model Universal Komunikasi.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pada Struktur PT. PLN DJBB .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Followers Twitter Dan Facebook .....	40
Tabel 4.3 Tabel Coding Pertanyaan Wawancara .....	41
Tabel 4.4 Tabel Coding Narasumber Pada Struktur PT. PLN DJBB .....	43
Tabel 4.5 Tabel Coding Narasumber Follower Twitter Dan Facebook .....	43
Tabel 4.6 Analisis Coding Hasil Wawancara .....	44
Tabel 4.7 Kesimpulan Hasil Penelitian Wawancara .....	49
Tabel 4.8 Matrix TOWS atau SWOT .....	53