

SURAT TUGAS

Nomor : 0037/STARKI/PP.8.4/II.2/I/2025

Wakil Ketua Bidang SDM, Keuangan dan Sarana Prasarana Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita, Dra. Maria F. Lies Ambarwati, M.M. memberi tugas kepada :

1. Elsie Oktivera, S.S., M.Si. sebagai **Ketua Penguji**
2. Dr. Yakin Bakhtiar Siregar, M.M. sebagai **Anggota Penguji 1**
3. F.A. Wisnu Wirawan, S.Pd., M.Si. sebagai **Anggota Penguji 2**

Adapun mahasiswa yang diuji adalah sebagai berikut :

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Nomor Induk Mhs : 2019140009
Nama Mahasiswa : **Febi Ane Aya Sophia**

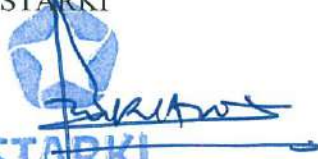
Pelaksanaan Ujian Skripsi diselenggarakan pada:

Hari / tanggal : Kamis / 9 Januari 2025
Waktu : 14:30 - 16:00 WIB
Tempat : 404
Kampus STARKI, Pondok Kelapa

Demikian Surat Tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 8 Januari 2025

STARKI



Dra. Maria F. Lies Ambarwati, M.M.
Wakil Ketua Bidang SDM, Keuangan dan Sarana Prasarana

Tembusan :

Yth. Ka. Bagian Keuangan

BERITA ACARA

Pada hari ini, **Kamis**, tanggal **9 Januari 2025** pukul **14.30 – 16.00** WIB di Kampus Pondok Kelapa, Gedung Carlo Ruang **404** telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi Mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Febi Ane Aya Sophia

NIM : 2019140009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Dalam Meningkatkan Reputasi Melalui Media Sosial Instagram

dan mahasiswa bersangkutan telah dinyatakan **LULUS** / **TIDAK LULUS** oleh Tim Dosen Penguji pada hari **Kamis** Dengan :

Revisi Isi : (YA / TIDAK)

Batas Waktu Revisi : 20 Januari 2025

Revisi Judul : Strategi Digital ^{DPR} Direktorat Jenderal Perhubungan
Laut dalam ~~meningkatkan~~ membangun reputasi

Jakarta, 9 Januari 2025

Tim Dosen Penguji :

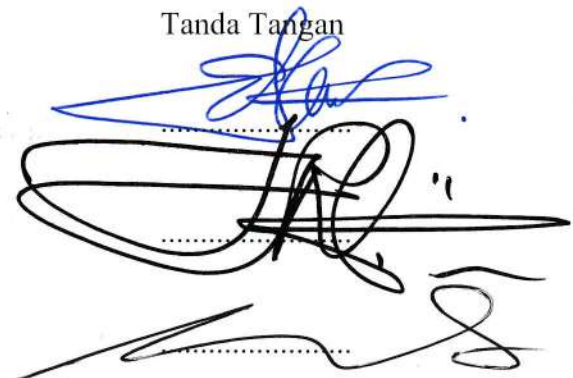
Nama

Tanda Tangan

Ketua : Elsie Oktivera, S.S, M.Si.

Anggota I : Dr. Yakin Bakhtiar Siregar, M.M.

Anggota II : F.A.Wisnu Wirawan, S.Pd., M.Si.



**PERAN HUMAS DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN
LAUT DALAM MENJAGA REPUTASI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



Oleh:

FEBI ANE AYA SOPHIA

2019140009

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

**PROGRAM STRATA 1 (SATU) ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI DAN SEKRETARI
TARAKANITA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febi Ane Aya Sophia
NIM : 2019140009
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut
Dalam Menjaga Reputasi Melalui Media Sosial
Instagram

Menyatakan bahwa karya skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita (STARKI). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 11 Desember 2024



Febi Ane Aya Sophia

Peneliti

Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita
Jakarta

Skripsi Berjudul:

Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Dalam Menjaga Reputasi
Melalui Media Sosial Instagram



STARKI

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
DAN SEKRETARI TARAKANITA

Oleh
FEBIANE AYA SOPHIA
2019140009

Telah disetujui untuk diujikan

Jakarta, 11 Desember 2024


Elsie Oktivera, S.S., M.Si.
Dosen Pembimbing

Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Dan Sekretari Tarakanita
Jakarta

Pengesahan Skripsi

Skripsi berjudul **Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Dalam Menjaga Reputasi Melalui Media Sosial Instagram** yang ditulis oleh:

Nama : Febi Ane Aya Sophia

NIM : 2019140009

Pembimbing Skripsi : Elsie Oktivera , S.S., M.Si.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Dan Sekretari Tarakanita dan dinyatakan Lulus pada tanggal 9 Januari 2025.

Tim Penguji

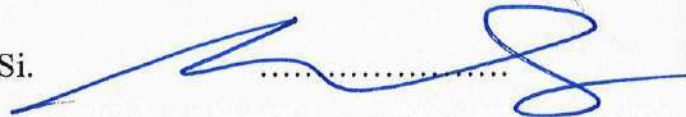
Ketua Penguji : Elsie Oktivera , S.S., M.Si.



Anggota : Bapak Dr. Yakin Bakhtiar Siregar, M.M



Anggota : F. A. Wisnu Wirawan, S.Pd., M.Si.



Mengetahui



Elsie Oktivera, S.S., M.Si.
Kepala Progran Studi Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat kehendak-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk kelulusan Sarjana (S-1) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita. Skripsi ini berjudul Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Dalam Menjaga Reputasi Melalui Media Sosial Instagram, peneliti melakukan wawancara dan observasi, apa saja yang dilakukan humas dalam menjaga reputasi instansi.

Selama melakukan proses penelitian dan penyusunan skripsi, Peneliti tentu saja menemukan beberapa hambatan. Namun berkat bimbingan dan bantuan serta saran yang diberikan kepada Peneliti, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini, Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak – pihak yang telah memberikan bantuan untuk penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Yakin Bakhtiar Siregar, M.M selaku Ketua dan Wakil Ketua Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Tarakanita.
2. Ibu Elsie Oktivera, S.S., M.Si. selaku Kepala Program Studi S1 Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan beragam saran dan masukan dalam proses penyusunan skripsi.
3. Pak Agustinus Rustanta, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua Peneliti, Michael R. Sigman dan Riffa S. Sigman yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dukungan secara moral dan selalu mendoakan Peneliti selama masa penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

Nama: Febi Ane Aya Sophia, NIM: 2019140009, Judul Skripsi: Peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Dalam Menjaga Reputasi Melalui Media Sosial Instagram. Skripsi tahun 2024. Jumlah halaman 103 termasuk lampiran.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki usaha yang dilakukan oleh humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam Menjaga reputasi institusi melalui pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yaitu wawancara dan pengamatan langsung. Melalui wawancara, penelitian ini mengungkap beragam strategi komunikasi yang digunakan, seperti pemanfaatan media sosial dan kampanye publik, serta bagaimana interaksi dengan masyarakat dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap DJPL. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan proaktif dalam komunikasi publik dan partisipasi masyarakat memiliki dampak besar dalam memperkuat reputasi positif DJPL. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik humas dalam konteks pemerintahan serta perannya terhadap reputasi institusi.

Kata kunci : Humas, Reputasi, Direktorat Jenderal Perhubungan Laut, Instagram

ABSTRACT

Name: Febi Ane Aya Sophia, NIM: 2019140009, Thesis Title: The Role of Public Relations of the Directorate General of Sea Transportation in Maintaining Reputation Through Instagram Social Media. Thesis in 2024. Number of pages 103 including attachments.

This study aims to investigate the efforts made by the public relations of the Directorate General of Sea Transportation in Maintaining the reputation of the institution through a qualitative approach. The methods used are interviews and direct observation. Through interviews, this study reveals various communication strategies used, such as the use of social media and public campaigns, as well as how interaction with the community can strengthen public trust in DJPL. These findings indicate that a proactive approach in public communication and community participation have a major impact on strengthening DJPL's positive reputation. This study is expected to provide a deeper understanding of public relations practices in the context of government and its role in institutional reputation.

Keywords: Public Relations, Reputation, Directorate General of Sea Transportation, Instagram

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	9
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis	10
1.5.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis.....	10
1.6. Keterbatasan Penelitian.....	11
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	12
2.1. Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Teori Komunikasi Shannon-Weaver.....	12
2.1.2 Teori Agenda Setting	13
2.1.3 Teori Digital Public Relations.....	15
2.1.4 Teori Reputasi.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Definisi Kategori.....	21
2.3.1 Peran Humas	21
2.3.2 <i>Digital Public Relations</i>	22
2.3.3 Reputasi.....	23
2.4. Definisi Operasional	23
2.4.1 Peran Humas	23
2.4.2 <i>Digital Public Relations</i>	24
2.4.3 Reputasi.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Direktorat Jenderal Perhubungan Laut.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Laman Instagram Direktorat Jenderal Perhubungan.....	31
Gambar 3. 2 Wawancara Salah Satu Informan	32
Gambar 4. 1 Konten Tol Laut DJPL	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang semakin maju, perubahan cara komunikasi dan interaksi antara organisasi dan publik telah membawa dampak signifikan terhadap praktik hubungan masyarakat. Digital Public Relations (PR) muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, di mana media sosial dan platform digital menjadi saluran utama dalam menyampaikan pesan dan membangun hubungan. Masyarakat yang terhubung secara online mengharapkan transparansi, kecepatan, dan interaksi yang lebih personal dengan organisasi. Oleh karena itu, strategi PR tradisional yang berfokus pada saluran komunikasi satu arah tidak lagi cukup untuk memenuhi tuntutan audiens modern.

Digital PR tidak hanya memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga memungkinkan organisasi untuk terlibat secara langsung dengan audiens mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, blog, dan konten digital lainnya, humas dapat membangun narasi yang kuat, merespons umpan balik secara real-time, dan mengelola reputasi dengan lebih efektif. Organisasi yang mengadopsi pendekatan digital PR dapat menciptakan hubungan yang lebih mendalam dan saling menguntungkan, serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap merek mereka.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Peneliti akan menguraikan beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori-teori ini didapatkan dari beberapa sumber seperti internet, jurnal, maupun skripsi lainnya.

2.1.1 Teori Komunikasi Shannon-Weaver

Teori komunikasi Shannon-Weaver, yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1948, merupakan salah satu model komunikasi yang paling berpengaruh dalam bidang informasi dan komunikasi. Model ini menggambarkan proses komunikasi sebagai serangkaian langkah yang melibatkan sumber informasi, pengkodean, saluran, dan penerima. Dalam model ini, pengirim (sumber) menghasilkan pesan yang kemudian dikodekan ke dalam bentuk yang dapat dikirim melalui saluran komunikasi, seperti suara atau sinyal elektrik. Pesan tersebut kemudian sampai ke penerima yang melakukan decode untuk memahami informasi yang diterima.

Salah satu aspek penting dari teori ini adalah pengenalan konsep "gangguan" atau noise, yang merujuk pada segala faktor eksternal yang dapat mengganggu pemahaman pesan selama proses transmisi. Gangguan ini dapat berupa suara bising, interferensi sinyal, atau bahkan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan, menegaskan pentingnya pemilihan metode yang tepat dalam penelitian (Sukandarrumidi (2012)). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengungkapkan suatu masalah, keadaan, atau peristiwa secara objektif dengan mengungkap fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Melalui metode ini, peneliti dapat melakukan penelusuran yang mendalam mengenai peran humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam upaya menjaga reputasi melalui media sosial instagram. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan kompleksitas dari peran humas dalam mencapai tujuan tersebut dengan cara yang lebih mendalam dan menyeluruh.

3.2. Sumber Data Penelitian

Peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini dan membaginya menjadi 2 (dua) sumber, yaitu data primer dan data sekunder.

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Penelitian ini membahas peran Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam menjaga reputasi melalui media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas memiliki strategi yang terencana dan efektif dalam memanfaatkan platform digital untuk menjangkau publik. Melalui wawancara dengan informan kunci, terungkap bahwa Instagram dipilih sebagai saluran utama karena popularitas dan aksesibilitasnya, terutama di kalangan generasi muda.

Humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dan masyarakat, dengan fokus untuk menyampaikan kebijakan dan informasi terkait perhubungan laut secara jelas dan menarik. Penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Reels, Instastory, dan fitur "boost" mendukung peningkatan interaksi dan visibilitas konten. Selain itu, penerapan prinsip Agenda Setting membantu Humas dalam memilih isu-isu yang relevan untuk diangkat, memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan publik.

Tantangan yang dihadapi oleh Humas, termasuk ketidakmerataan akses teknologi dan terbatasnya sumber daya manusia, mendorong perlunya pendekatan yang lebih inklusif. Meskipun demikian, Humas tetap berupaya

DAFTAR PUSTAKA

- Alamri, M. H. (2021). Peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPPP) Manado dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak. *E-Journal Unsrat*, 1-10.
- Alipi. (2019). Komunikasi Eksternal Efektif Sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat. *Ibriez : Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains Vol. 4(1)*, 17-25.
- Amaliasari, N. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Kejadian Insomnia Pada Siswa Kelas VII di SMPN 01 Geger Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. *STIKes Bhakti Husada Mulia* , 1-110.
- Amriel, E. E., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*.
- Aryani, D. P. (2019). Proses Public Relations dalam Kegiatan Layanan Kendaraan Konseling Silih Asih Juara (Kekasih Juara). *Jurnal Common Vol. 3(1)*, 52-70.
- Citra, R. A. (2021). Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga. *Jurnal UIN Gunung Djati*.
- Dodit, D. S. (2023). Peran Humas Dinas Perhubungan Kota Surakarta Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram Untuk Membangun Citra Positif. *Jurnal Komunitas*.
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi Vol. 14(1)*, 32-41.
- Fitrianingsih, B. (2021). Peran Humas Diskominfo Tangerang Selatan dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram . *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2(2)*, 43-53.
- Gardiana, M. D. (2024). Peran Humas PTNBH dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Keterlibatan Stakeholders . *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) Vol. 7(1)*, 41-50.
- Ghazali, R. A., & Mu'am, A. (2021). The Analysis Of Engagement Rate Of Dinas Kebudayaan Bantul's Instagram. *Jurnal UGM*.

LAMPIRAN

Lampiran I : Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan wawancara dalam penelitian ini ditujukan untuk menjawab rumusan masalah yang berjudul **“PERAN HUMAS DIREKTORAT JENDERAL DALAM MENJAGA CITRA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

Daftar pertanyaan yang dibuat ditujukan kepada:

1. Bpk. Wisnu Wardana sebagai Kepala Bagian Organisasi dan Humas
2. Ibu Presti Febriana sebagai Ketua Tim Penyusun Bahan Publikasi dan Kehumasan

Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang dapat menjawab rumusan masalah :

1. Bagaimana strategi Anda dalam menggunakan platform digital public relations? Apakah strategi tersebut efektif? Mengapa?
2. Tantangan apa yang dihadapi dalam menggunakan digital public relations?
3. Apakah Anda mengukur keberhasilan strategi digital public relations? Bagaimana mengukurnya?