



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Limau II, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12130 Telp. (021) 7205218, 7222886, Fax. (021) 7261226, 7256620
Website : www.uhamka.ac.id; E-mail : info@uhamka.ac.id, email : fisipuhamka@yahoo.com

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
Nomor : 1872/A.31.04/2022

Tentang

PENGANGKATAN DAN PENETAPAN
DOSEN PEMBIMBING

Bismillahirrahmanirrahim,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan kegiatan akademik dikalangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA, dipandang perlu untuk mengangkat dan menetapkan dosen-dosen Pembimbing Skripsi (PS) bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
b. bahwa demi kelancaran demi kelancaran proses belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 tahun 2003, tanggal 8 Juli 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 tahun 2012 tanggal 10 Agustus 2012, tentang pendidikan tinggi
3. Peraturan pemerintah RI Nomor 66 tahun 2010 tanggal 28 September 2010, tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010, Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
4. Keputusan Mendiknas Nomor 234/U/2000 Tanggal 20 Desember 2000, Pedoman Pendirian Perguruan Tinggi;
5. Keputusan Mendiknas Nomor 178/U/2001,; Gelar dan Lulusan Perguruan Tinggi;
6. Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud Nomor 138/DIKTI/Kep/1997 tanggal 31 Mei 1997 tentang Perubahan Bentuk Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Jakarta menjadi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA;
7. Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud Nomor 138/DIKTI/Kep/1997 tanggal 31 Mei 1997 tentang Perubahan Bentuk Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Jakarta menjadi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA;
8. SK Dirjen Dikti tentang Izin Operasional Program Studi Nomor 163/Dikti/Kep 1998;
9. Pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 02/PED/1.0/D/2012 tanggal 16 April 2012, tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah;

10. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Nomor 1244/A.01.01/2019 tanggal 6 Rabiul Akhir 1441 H / 3 Desember 2019 M tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Masa Jabatan 2019 – 2023;
11. Statuta Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA tahun 2013.

Memperhatikan : Hasil Keputusan Rapat Pimpinan Fakultas tanggal 26 November 2022

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama : Mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi (PS) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA seperti terlampir dalam surat keputusan ini
Kedua : Dosen Pembimbing Skripsi berhak mendapatkan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang pembayarannya berdasarkan jumlah mahasiswa aktif setiap semester dan sesuai dengan lampiran surat keputusan ini.
Ketiga : Kepada yang bersangkutan diwajibkan melaksanakan tugas sebagai Pembimbing Skripsi sampai 2 (dua) semester, Gasal dan Genap 2022/2023 .
Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan apabila dikemudian hari terdapat kesalahan atau kekeliruan maka akan di perbaiki sebagaimana mestinya
Kelima : Hal-hal yang bertentangan dengan surat keputusan ini dinyatakan tidak berlaku
Keenam : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebaik-baiknya amanah.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 04 Jumadil Awal 1444 H

28 November 2022 M

Dekan,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tembusan :

- Yth. 1. Rektor (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan I dan II
FISIP UHAMKA

Lampiran : SK Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Nomor : 1872 /A.31.04/2022
Tanggal : 04 Jumadil Awal 1444 H
28 November 2022 M
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Skripsi (PS)Program Studi
Jenjang Pendidikan : Ilmu Komunikasi/Strata Satu (S1)
Fakultas/PTS : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

1. Dra. Tellys Corliana, M.Hum.
2. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
3. Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.
4. Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom.
5. Dr. Hj. Novi Andayani P, M.Si.
6. Dr. Sri Mustika, M.Si.
7. Dr. Said Romadlan,, M.Si.
8. Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.
9. Dr. Syaiful Rohim, M.Si.
10. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.
11. Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom.
12. Muhammad Dwi Fajri, S.Sos.,M.Pd.I.
13. Abdul Kohar, S.Sos., M.I.Kom.
14. Rita Pranawati, SS., MA.
15. Mukhlis Muhammad Maududi, S.Sos., SH.,M.H.
16. Wininda Qusnul Khotimah, M.A.
17. Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I, M.IP.
18. Dr. Maryono Basuki, M.Si.
19. Husnan Nurjuman, S.Sg., M.Si.
20. Yulia Rahmawati, S.Sos.I., M.I.Kom
21. Vilya Dwi Agustini, S.Sos., M.I.Kom
22. Mustiawan, M.I.Kom
23. Titin Setiawati, S.I.P., M.I.Kom.
24. Dr. Hendri Prasetya, M.Si.
25. Andhika Pamungkas, M.I.Kom.



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

**KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK PADA DINAS KOMUNIKASI
DAN INFORMATIKA KOTA TANGERANG FITUR ADUAN DAN
SARAN MELALUI APLIKASI TANGERANG LIVE**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

Nama : Erdi Alfarizky

Nim : 1706015202

Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.**

HAMKA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

ABSTRAK

Judul Skripsi :Komunikasi Pelayanan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Fitur Aduan dan Saran Melalui Aplikasi Tangerang LIVE

Nama :Erdi Alfarizky

NIM : 1706015202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Keberhasilan dari pelaksanaan pelayanan publik tidak terlepas dari faktor komunikasi Komunikasi memiliki dampak signifikan pada kualitas layanan publik Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) merupakan salah satu dinas di lingkungan Pemerintah Kota Tangerang yang bertanggung jawab untuk melakukan komunikasi pelayanan publik melalui aplikasi Tangerang LIVE. Tujuan penelitian ini untuk memahami dan menganalisis komunikasi pelayanan publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang melalui aplikasi Tangerang LIVE.

Penelitian ini mengkaji komunikasi pelayanan publik Diskominfo Kota Tangerang berdasarkan Konsep Komunikasi Pelayanan Publik dengan mengaitkan Teori Informasi Organisasi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode studi kasus. Data dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi dalam Pelayanan Publik yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dapat dikatakan berhasil karena mampu memperbaiki mekanisme komunikasi pelayanan kepada pihak eksternal Sesuai dengan konsep Hardiyansyah mengenai elemen komunikasi, yaitu Komunikator Pelayanan Publik meliputi kemampuan seorang komunikator yang baik, Pesan dalam Pelayanan Publik meliputi informasi yang disampaikan dan di terima dengan baik, Media Komunikasi Pelayanan Publik meliputi media yang digunakan dalam pelayanan publik dan media yang digunakan saat sosialisasi Komunikasi dalam Pelayanan Publik meliputi target yang akan diberikan informasi dan Efek dalam Pelayanan Publik meliputi respons dan feedback dari penggunaan dan sosialisasi aplikasi Tangerang LIVE.

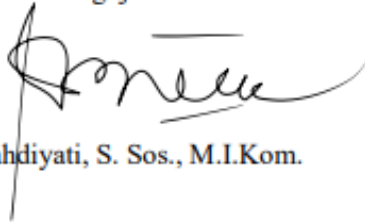
Kata Kunci Hubungan Masyarakat, Komunikasi Pelayanan Publik, Pelayanan Publik

LEMBAR PENGESAHAN SKIRPSI

Judul Skripsi : Komunikasi Pelayanan Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Fitur Aduan dan Saran Melalui Aplikasi Tangerang LIVE
Nama : Erdi Alfarizky
NIM : 1706015202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 24 Desember 2022, dan dinyatakan LULUS.

Penguji I



Dini Wahdiyati, S. Sos., M.I.Kom.

Penguji II



Andhika Pamungkas, M.I.Kom.

Pembimbing I



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Pembimbing II



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.

Mengetahui,
Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT. BEIERSDORF INDONESIA DALAM UPAYA
MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PRODUK NIVEA
CREME PADA IBU DAN ANAK**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Dwi Harnum Fitria

NIM : 1806015051

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2023**

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* PT. Beiersdorf Indonesia
Dalam Upaya Membentuk *Brand Awareness* Produk Nivea
Creme Pada Ibu dan Anak

Nama : Dwi Harnum Fitria

NIM 1806015051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 70 + LXX halaman + 4 bagan + 2 tabel + 17 lampiran + 24
bibliografi.

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Brand Awareness

Kejadian penyakit kulit di Indonesia masih tergolong tinggi dan menjadi permasalahan yang cukup berarti. Hal tersebut karena kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian masyarakat terhadap lingkungan sekitar yang menyebabkan penularan penyakit kulit sangat cepat. Berbagai penyakit kulit dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti lingkungan dan kebiasaan sehari-hari yang buruk, perubahan iklim, virus, bakteri, alergi, daya tahan tubuh dan lain-lain. Nivea *creme* aman digunakan pada anak-anak karena tidak mengandung bahan-bahan yang menyebabkan iritasi dan cocok digunakan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan nutrisi kulit baik anak-anak maupun orang dewasa. dilakukan untuk membentuk *brand awareness* produk ibu dan anak.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsep P.E.N.C.I.L.S yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris yang menggambarkan konsep penggabungan saluran komunikasi perusahaan atau lembaga untuk tujuan penyampaian pesan kepada publik eksternal agar tercapai hubungan komunikasi yang baik dan menguntungkan perusahaan atau lembaga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses membentuk *brand awareness* pada produk Nivea *creme* ibu dan anak, PT. Beiersdorf Indonesia menggunakan beberapa strategi *marketing public relations*, dalam hal ini strategi *marketing public relations* yang diterapkan PT. Beiersdorf Indonesia, sudah mencapai keberhasilan dengan memperoleh hasil yang positif di masyarakat dengan mewujudkan suatu program #SentuhanIbu citra yang positif dapat membentuk suatu kepercayaan dan *brand awareness*, dari kepercayaan dan *brand awareness* tersebut maka masyarakat akan mencoba untuk lebih mengenal sehingga tertarik dan memperoleh tanggapan berupa citra positif terhadap produk Nivea *creme* Ibu dan Anak.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* PT. Beiersdorf Indonesia Dalam Upaya Membentuk *Brand Awareness* Produk Nivea *Crema* Pada Ibu dan Anak

Nama : Dwi Harnum Fitria

NIM : 1806015051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jum'at, tanggal 10 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS.

Penguji I

Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom.
Tanggal: 10 Februari 2023

Penguji II

Drs, Tellys Corliana, M.Hum
Tanggal: 10 Februari 2023

Pembimbing I

Mustiawan, M.I.Kom
Tanggal: 10 Februari 2023

Pembimbing II

Dr. Hj. Novi Andayani P., M.Si,
Tanggal: 10 Februari 2023



Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum

PENERAPAN AUDIT KOMUNIKASI PROGRAM *SCHOOL OF INFLUENCER* OLEH GERAKAN NASIONAL LITERASI DIGITAL (GNLD) SIBERKREASI TAHUN 2019

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama: Dwi Rahmah

NIM: 1606015013

Peminatan: Hubungan Masyarakat



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2023

ABSTRAK

Judul : Penerapan Audit Komunikasi Program *School of Influencer*
Skripsi Oleh Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi
Tahun 2019
Nama : Dwi Rahmah
NIM : 1606015013
Program : Ilmu Komunikasi
Studi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 90 Halaman

Suatu program perlu perencanaan, penetapan tujuan, target sasaran sosialisasi, opini yang terbangun, kegiatan yang direncanakan hingga proses yang bersifat *evaluatif* untuk memberi saran atau masukan agar sosialisasi program tersebut tepat sasaran sesuai tujuan dari suatu gerakan. Proses tersebut dinamakan audit, yang merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang bertujuan untuk menemukan hambatan yang perlu diperbaiki dan untuk mendapatkan solusi terbaik atas hambatan tersebut. Mengingat program *school of influencer* telah dibuat sejak tahun 2018, perlu dilakukan langkah evaluasi dan audit untuk mengurangi berbagai hambatan dan tantangan yang kerap kali membuat program edukasi terkait literasi digital konten positif dan kreator. Selain itu, audit komunikasi juga digunakan untuk mengevaluasi suatu program jangka panjang bagi kegiatan program yang sedang dijalani demi pencapaian sebuah program dan mencegah kegagalan yang lebih besar di masa mendatang. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan memahami penerapan audit komunikasi program *school of influencer* oleh gerakan nasional literasi digital (GNLD) Siberkreasi Tahun 2019 dan untuk menganalisis dan memahami rekomendasi hasil penerapan audit komunikasi program *school of influencer* oleh gerakan nasional literasi digital (GNLD) Siberkreasi Tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan teori informasi organisasi, dengan menggunakan metode penelitan studi kasus dan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini yakni, Penerapan Audit Komunikasi Program *School of Influencer* oleh Gerakan Nasional Literasi Digital oleh (GNLD) Siberkreasi Tahun 2019 masih memiliki beberapa kendala salah satunya yakni sering terjadi *misscommunication* antar anggota dan belum di bentuk tim khusus yang bertugas untuk mengaudit. Dan Rekomendasi Hasil Penerapan Audit Komunikasi Program *School of Influencer* oleh Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi, yaitu dengan melakukan tahap utama pada audit komunikasi yakni mengidentifikasi masalah dan pembentukan kerangka kerja, melakukan diagnosis, perencanaan dan pelaksanaan audit, rekomendasi, dan penilaian. Sarannya yakni, Sebaiknya kedepan, GNLD Siberkreasi memiliki tim khusus yang dapat mengaudit yang bisa terdiri dari konsultan, ahli internal organisasi, dan gugus tugas dan Sebaiknya kedepan, Tim khusus yang dipilih oleh GNLD Siberkreasi dapat melakukan tahap-tahap utama pada audit komunikasi.

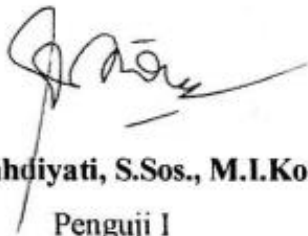
Kata kunci: Audit Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Siberkreasi

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Penerapan Audit Komunikasi Program *School of Influencer*
Oleh Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi
Tahun 2019
Nama : Dwi Rahmah
NIM : 1606015013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Jumat, tanggal 10 Februari 2023, dan dinyatakan LULUS



Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom
Penguji I

Tanggal : 27 Februari 2023



Andhika Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom
Penguji II

Tanggal : 23/2/2023



Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom.
Pembimbing I

Tanggal : 3-3-2023



Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si
Pembimbing II

Tanggal : 6 Maret 2023



Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum