



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 : fsipuhamka@yahoo.com

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
Nomor : 1644/A.31.04/2023

Tentang

PENGANGKATAN DAN PENETAPAN
DOSEN PENGUJI SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

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

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka penyelesaian studi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA perlu dilaksanakan Ujian Skripsi sebagai ujian penutup.
- b. bahwa demi kelancaran pelaksanaan Ujian Skripsi tersebut dipandang perlu mengangkat Panitia dan Penguji Ujian Skripsi dengan Surat Keputusan Dekan 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. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2014 tanggal 30 Januari 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2022 tanggal 8 Februari 2022 tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi,, Gelar dan Kesetaraan Ijazah Perguruan Tinggi Negara Lain;
4. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 2763/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/S/VII/2023 tanggal 11 Juli 2023, tentang Akreditasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Kota Jakarta Selatan;
5. 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;
6. SK Dirjen Dikti tentang Izin Operasional Program Studi Nomor 163/Dikti/Kep 1998;



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

7. Pedoman PP Muhammadiyah Nomor 02/PED/1.0/B/2012 tgl 16 April 2012, tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah;
8. 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;
9. Statuta Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2013

Memperhatikan : Hasil Keputusan Rapat Pimpinan Fakultas tanggal 6 November 2023

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
Pertama :
Kedua :
Ketiga :
Keempat :
Kelima :
Keenam :
- : Mengangkat Dosen Penguji Skripsi (PS) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA seperti terlampir dalam surat keputusan ini
 - : Dosen Penguji 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.
 - : Kepada yang bersangkutan diwajibkan melaksanakan tugas sebagai Penguji Skripsi sampai 2 (dua) semester, Gasal dan Genap 2023/2024
 - : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan apabila dikemudian hari terdapat kesalahan atau kekeliruan maka akan di perbaiki sebagaimana mestinya
 - : Hal-hal yang bertentangan dengan surat keputusan ini dinyatakan tidak berlaku
 - : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebaik-baiknya amanah.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 13 Jumadil Awal 1445 H

27 November 2023 M

Dekan,



Drat 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 : 1644/A.31.04/2023
Tanggal : 13 Jumadil Akhir 1445 H
27 November 2023 M

**PENGANGKATAN PENGUJI UJIAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, JENJANG STRATA SATU (S1)
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

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

Dekan,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF LAZISMU KOTA DEPOK
MELALUI INSTAGRAM DALAM MENDORONG MINAT DONATUR**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi*

Disusun Oleh

Nama : Ahnaf Ramadha
NIM : 1806015381
Peminatan : Manajemen Komunikasi



Uhamka

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2023

ABSTRAK

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif LAZISMU Kota Depok Melalui Instagram Dalam Mendorong Minat Donatur
Nama : Ahnaf Ramadha
NIM : 1806015381
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi
Halaman : 152 + xii + 3 tabel + 22 gambar + lampiran

LAZISMU Kota Depok merupakan salah satu lembaga kemanusiaan yang gencar mengajak masyarakat untuk melakukan donasi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh LAZISMU Kota Depok dalam meningkatkan minat donatur melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Untuk menjelaskan permasalahan tersebut peneliti menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dan konsep-konsep seperti strategi komunikasi dan komunikasi persuasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZISMU Kota Depok melakukan strategi komunikasi dengan mengenal khalayak, menentukan tujuan, menyusun pesan, serta menentukan metode penyampaian dan media yang digunakan. Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh LAZISMU Kota Depok meliputi strategi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna. LAZISMU Kota Depok juga menggunakan simbol, bahasa, dan makna yang terkandung dalam pesan melalui poster digital yang diunggah ke media sosial Instagram berdasarkan teori interaksionisme simbolik. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran sosial, serta bagi praktisi dan pengelola media sosial LAZISMU Kota Depok.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Interaksionisme Simbolik, Media Sosial, LAZISMU Kota Depok

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif LAZISMU Kota Depok
Melalui Instagram Dalam Mendorong Minat Donatur

Nama : Ahnaf Ramadha

NIM : 1806015381

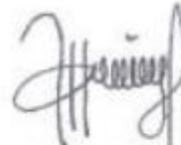
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Manajemen Komunikasi

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu,
tanggal 11 November 2023 dan dinyatakan LULUS.



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Penguji I
Tanggal: 2 Desember 2023



Andys Tiara, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji II
Tanggal: 2 Desember 2023



Abdul Khoar, S.Sos., M.Ikom.
Pembimbing I
Tanggal: 8 Desember 2023



Dr. H. Syaiful Rohim, S.Pd., M.Si.
Pembimbing II
Tanggal: 8 Desember 2023



Dra. Jelys Corliana, M.Hum.
Tanggal: 8 Desember 2023

**MODEL KOMUNIKASI REMAJA ANGGOTA
KOMUNITAS WIBU DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

Nama : Ratna Kartika

NIM : 1906015011

Peminatan : Manajemen Komunikasi



Uhamka

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2023

ABSTRAK

Judul Skripsi : Model Komunikasi Remaja Anggota Komunitas
Wibu di Jakarta Selatan

Nama : Ratna Kartika
NIM : 1906015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi
Halaman : 118+cxviii halaman +4 tabel +4 gambar +18 bibliografi
+lampiran

Komunikasi adalah salah satu aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Ini adalah proses yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, pemikiran, dan perasaan dengan orang lain. Dalam dunia yang semakin terhubung dan kompleks ini, kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif menjadi semakin penting. Komunikasi memiliki peran utama dalam hampir setiap aspek kehidupan manusia. Model komunikasi merujuk pada cara komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam berinteraksi dengan orang lain.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan teori interaksi simbolik dan menggunakan model komunikasi Wilbur Schramm. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana model komunikasi yang diterapkan oleh komunitas *Wibu* dalam berinteraksi dengan anggota *Wibu* yang lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Perolehan data penelitian dikumpulkan dari wawancara mendalam, observasi partisipan, atau berbagai dokumen yang telah dipelajari dan relevan. Maka dari itu, data didapatkan dari berbagai sumber untuk diuraikan dan dijelaskan secara detail perihal berbagai macam perspektif yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas *Wibu* dalam berinteraksi dengan anggota yang lainnya menggunakan model komunikasi Wilbur Schramm, yang menunjukkan ketika anggota *Wibu* berkomunikasi memerlukan adanya *feedback* dari anggota *Wibu* yang lain agar komunikasi dalam kelompok berjalan dengan efektif. Dalam berkomunikasi anggota *Wibu* masih terdapat hambatan antara anggota lama dan anggota baru yang dikarenakan anggota baru masih malu untuk berkomunikasi dengan anggota lama. Dan pemahaman mengenai persamaan simbol non verbal masih perlu disamakan didalam komunitas *Wibu*.

Kata Kunci : Interaksi Simbolik, Komunitas *Wibu*, Model Komunikasi

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Model Komunikasi Remaja Anggota Komunitas Wibu di Jakarta Selatan
Nama : Ratna Kartika
NIM : 1906015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 11 November 2023, dan dinyatakan LULUS.

Penguji I



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

Tanggal: 20 November 2023

Pembimbing I



Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal: 23 November 2023

Penguji II



**Dra. Tellys Corliana,
M.Hum.**

Tanggal: 21 November 2023

Pembimbing II



Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal: 25 November 2023

Mengetahui,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum

Tanggal: 27 November 2023

**IMPLEMENTASI *EMPLOYEE RELATIONS* DALAM MEMOTIVASI
KINERJA KARYAWAN PT.SUKSES MANIS BERJAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Anggita Titiana

NIM : 1906015026

Peminatan : Manajemen Komunikasi



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

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

ABSTRAK

Judul : Implementasi *Employee Relations* Dalam Memotivasi Kinerja Karyawan PT. Sukses Manis Berjaya
Nama : Anggita Titiana
NIM : 1906015026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi
Halaman : 90 Halaman + XII Halaman + 3 Table + 5 Gambar + 2 Lampiran

Karyawan mengemban peran terpenting dalam kesuksesan perusahaan. Tanpa adanya mesin, suatu perusahaan dapat berjalan secara manual, akan tetapi tanpa karyawan perusahaan tidak akan bisa berjalan. Maka, manajemen perusahaan perlu melakukan hubungan yang baik dengan karyawan atau *employee relations*. Kegiatan *employee relations* bertujuan untuk menumbuhkan kemampuan, kreatifitas, produktivitas dan motivasi pada karyawan. Hal tersebut dimanfaatkan oleh PT. Sukses Manis Berjaya dalam memotivasi kerja karyawan. Konteks komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konteks komunikasi organisasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Human Relations*, untuk menjelaskan bagaimana penerapan prinsip-prinsip pada teori tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi kegiatan *employee relations* yang dilaksanakan oleh PT. Sukses Manis Berjaya dalam memotivasi kinerja karyawan. Penelitian ini fokus pada konsep kegiatan *employee relations* oleh Rusady Ruslan yaitu Pendidikan dan Pelatihan, Motivasi Kerja Berprestasi, Penghargaan, Acara Khusus, dan Media Komunikasi Internal.

Penelitian ini mengguakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif, serta jenis penelitian bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakuka observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif dengan cara mengumpulkan data, penyajian data, mereduksi data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi semua kegiatan *employee relations* terutama program acara khusus dan media komunikasi internal dapat memotivasi kerja karyawan untuk menghasilkan kerja yang baik dan lebih produktif agar tercapainya tujuan perusahaan.

Kata Kunci : *Employee relations*, *motivasi kerja karyawan*, PT. Sukses Manis Berjaya

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Implementasi *Employee Relations* Dalam Memotivasi
Kinerja Karyawan PT. Sukses Manis Berjaya
Nama : Anggita Titiana
NIM : 1906015026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi
yang dilaksanakan pada 11 November 2023,
dan dinyatakan **LULUS**.

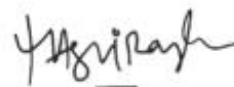
Penguji I



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si

Tanggal: 27 November 2023

Penguji II



Magvira Yuliani, M.I.Kom

Tanggal: 07 Desember 2023

Pembimbing I



Farida Hariyati, SIP., M.I.Kom

Tanggal: 08 Desember 2023

Pembimbing II



Yulia Rahmawati, M.I.Kom

Tanggal: 07 Desember 2023

**ANALISIS KOMPETENSI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATION*
OFFICER UNIT PENGELOLA PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KECAMATAN CIPAYUNG
DALAM PELAYANAN PRIMA KEPADA PUBLIK**

Skripsi

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Aulia Zahra Sausan
NIM : 2106019002
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**

JAKARTA, 2024

ABSTRAK

Judul Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi *Customer Relation Officer* Unit Pengelola Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kecamatan Cipayung Dalam Pelayanan Publik

Nama : Aulia Zahra Sausan

NIM : 2106019002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 123 halaman + 7 gambar + 2 tabel + 31 bibliografi

Customer Relation Officer (CRO) merupakan suatu bidang pekerjaan pada bagian pelayanan disuatu instansi/perusahaan maupun lembaga yang berperan dan bertanggung jawab dalam membangun, mengelola dan menumbuhkembangkan hubungan baik dengan masyarakat atau pengguna layanan. Tujuan utama dari CRO adalah untuk memberikan kepuasan pelayanan prima kepada pengguna, oleh karena itu maka dibutuhkanlah kompetensi komunikasi guna mencapai tujuan tersebut. Kemampuan komunikasi yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup *skill, knowledge* dan *motivation*. Adapun subjek dalam penelitian ini ialah Unit Pengelola Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu DPMPTSP DKI Jakarta Kecamatan Cipayung. Sebagai lembaga DPMPTSP, tentu bukanlah hal yang mudah dalam memberikan pelayanan prima kepada pengguna layanan, untuk tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kompetensi CRO pada Unit Pengelola Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kecamatan Cipayung dalam memberikan pelayanan prima kepada publik serta untuk mengetahui upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi CRO dalam memberikan pelayanan prima kepada publik. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan kompetensi komunikasi yang dilakukan oleh CRO tersebut ternilai baik dan telah menerapkan pelayanan prima dengan mengadakan pelatihan yang dilaksanakan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam pelayanan publik.

Kata Kunci: Kompetensi Komunikasi, *Customer Relation Officer*, Pelayanan Prima

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

Judul Skripsi : Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Relation Officer Unit Pengelola Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kecamatan Cipayung dalam Pelayanan Prima Kepada Publik
Nama : Aulia Zahra Sausan
NIM : 2106019002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan didepan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Januari 2024 dan dinyatakan LULUS.



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Penguji I
Tanggal: 20 Februari 2024



Andys Tiara, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji II
Tanggal: 23 Februari 2024



Farida Hariyati, S.IP., M.IKom.
Pembimbing I
Tanggal: 22 Februari 2024



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
Pembimbing II
Tanggal: 22 Februari 2024



Mengetahui,
Dekan



Dr. Lenys Corliana, M.Hum

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* MILLS DALAM UPAYA
MEMBANGUN KESADARAN MEREK KEPADA MITRA BISNIS DAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Raihan Jati Utomo

NIM: 2006015286

Peminatan: Kehumasan



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2024**

ABSTRAK

Judul Skripsi	: Strategi <i>Marketing Public Relations</i> MILLS Dalam Upaya Dalam Upaya Membangun Kesadaran Merek Kepada Mitra Bisnis dan Konsumen
Nama	: Raihan Jati Utomo
NIM	: 2006015286
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Halaman	: 102 halaman

Dalam proses menjalankan suatu bisnis tidak terlepas dari kehadiran sebuah *brand*. Setiap *brand* berlomba-lomba untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka miliki dalam rangka mendapatkan perhatian lebih dari konsumen maupun mitra bisnis. Jika ingin terus berkembang maka suatu *brand* didorong untuk menjalin hubungan baik dengan publiknya yang akan menjadi target pemasaran. Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan dapat menerapkan strategi yang relevan yaitu *Marketing Public Relations*. *Marketing Public Relations* merupakan gabungan dari ilmu pemasaran dan kehumasan yang dikemas dalam serangkaian strategi dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengevaluasian program yang bertujuan untuk memberikan kesan-kesan positif suatu perusahaan kepada publik melalui informasi yang dapat dipercaya.

Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori *Public Relations* James E. Grunig yang didukung oleh dua teori lainnya yaitu *Three Ways Strategy* Thomas L. Harris dan *Co-Branding* Tom Blackett. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data Miles & Huberman yang terdiri dari tiga teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi non partisipan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan strategi *Marketing Public Relations*, MILLS telah melakukan upaya untuk membangun interaksi dengan publik melalui akun media sosial Instagram @millsportid. Adapun sebelum memasuki pasar, MILLS terlebih dahulu melakukan riset kompetitor dan mengidentifikasi konsumen yang akan menjadi target pasar. Dalam konteks pelaksanaan, MILLS menjalin kerja sama dengan para pemain sepakbola profesional di liga teratas Indonesia dan resmi menjadi penyuplai pakaian tanding tim nasional sepakbola Indonesia sejak tahun 2020 lalu. Evaluasi yang dilakukan oleh MILLS terhadap strategi *Marketing Public Relations* tersebut adalah dengan cara melihat respon dan *insight* audiens sehingga dapat memperbaiki efektivitas promosi selanjutnya. Berkat implementasi strategi *Marketing Public Relations* yang baik menjadikan MILLS sebagai salah satu *brand* olahraga lokal yang berada pada level teratas kesadaran merek (*top of mind*).

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : *Strategi Marketing Public Relations MILLS*
Dalam Upaya Membangun Kesadaran Merek
Kepada Mitra Bisnis dan Konsumen

Nama : Raihan Jati Utomo

NIM : 2006015286

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Januari 2024 dan dinyatakan LULUS.



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

Penguji I

Tanggal: 29 Januari 2024



Vilya Dwi Agustini, M.I.Kom.

Penguji II

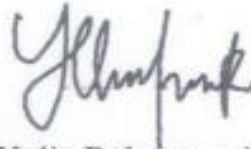
Tanggal: 03 Februari 2024



Farida Hariyat, SIP, M.I.Kom.

Pembimbing I

Tanggal: 13 Februari 2024

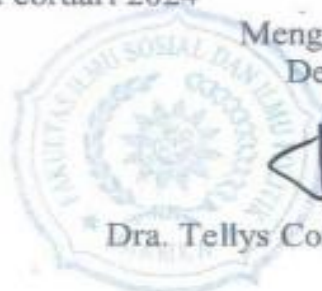


Yulia Rahnawati, M.I.Kom.

Pembimbing II

Tanggal: 12 Februari 2024

Mengetahui,
Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

**KONSTRUKSI PEMBERITAAN TENTANG KASUS PAMER HARTA
(FLEXING) OLEH KEPALA BEA CUKAI YOGYAKARTA DI
TEMPO.CO**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi*

Diajukan Oleh

Nama : Basuki Rachmat
NIM : 1906015042
Peminatan : Jurnalistik



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2024**

ABSTRAK

Judul Skripsi : Konstruksi Pemberitaan Tentang Kasus Pamer Harta (*Flexing*)
Oleh Kepala Bea Cukai Yogyakarta di Tempo.co
Nama : Basuki Rachmat
NIM : 190601542
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Jurnalistik
Halaman : 82 halaman + 16 tabel + 5 gambar

Awal 2023 media massa, termasuk media daring ramai memberitakan kasus pamer harta oleh pejabat Aparatur Sipil Negara (ASN). Awalnya adalah kasus Rafael Alun Trisambodo, pejabat Direktorat Jendral Pajak. Kemudian kasus Eko Darmanto, Kepala Dinas Bea dan Cukai DI Yogyakarta yang diunggah di akun *Twitter* @logikapolitikid. Darmanto ternyata memiliki koleksi mobil mewah dan motor *Harley Davidson* serta pesawat jenis *Cessna*. Pesawat ini sering dipamerkan melalui IG @eko_darmanto_bc. Belakangan akun ini dihapus setelah kasus Rafael menjadi sorotan publik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konstruksi pemberitaan tentang kasus pamer harta (*flexing*) oleh Kepala Bea Cukai Yogyakarta di Tempo.co.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dan teori konstruksi realitas media. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan dilakukan dengan observasi, studi kepustakaan, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi berita pada Tempo.co tentang kasus pamer harta (*flexing*) yang dilakukan oleh Kepala Bea Cukai Yogyakarta, tampak lebih membahas mengenai koleksi kendaraan mewah yang dipamerkan oleh Eko Darmanto di akun media sosial pribadinya serta proses pencopotan jabatannya akibat dugaan pamer harta dan sebagian harta kekayaan yang tidak dilaporkan kepada negara. Hal tersebut tampak pada nilai berita yang disampaikan, *visual image* serta pemilihan narasumber.

Selain itu, pemberitaan Tempo.co jika dilihat dari sembilan elemen jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosenstiel hanya memenuhi delapan elemen. Kedelapan elemen tersebut (1) Menyampaikan kebenaran, (2) Loyalitas pertama jurnalisme adalah pada masyarakat, (3) Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi, (4) Dapat dipertanggungjawabkan, (5) Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan, (7) Jurnalisme harus berupaya membuat hal penting menjadi menarik dan relevan, (8) Berita harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional, (9) Jurnalis diperbolehkan mengikuti nurani mereka. Satu elemen jurnalisme yang tidak terpenuhi adalah poin ke (6) Jurnalisme sebagai forum publik. Tempo.co tidak menyediakan fitur komentar pengaksesnya.

Kata Kunci: Bill Kovach, Konstruksi Realitas Media, Pamer harta (*flexing*), Pejabat Publik, Tempo.co

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Konstruksi Pemberitaan Tentang Kasus Pamer Harta (*Flexing*) Oleh Kepala Bea Cukai Yogyakarta di Tempo.co

Nama : Basuki Rachmat

NIM : 1906015042

Program Sttudi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Jurnalistik

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari
Kamis, 25 Januari 2024 dan dinyatakan lulus

Penguji I



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

Tanggal: 24-2-2024

Pembimbing I



Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal : 22-2-2024

Penguji II



Mustiawan, M.I.Kom.,

Tanggal : 25-2-2024

Pembimbing II



Dini Wahdivati, S.Sos. M. Ikom

Tanggal : 25-2-2024



Mengesahkan, Dekan

Dr. Lelys Corliana, M.Hum

Tanggal:

**KOMUNIKASI KELOMPOK VESPA KLASIK DALAM
MEMPERTAHANKAN KOHESIVITAS (STUDI KASUS CLUB SCOTER
CIBINONG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh gelar :

Nama : Naufal Firjatullah

NIM : 1906015207

Peminatan : Jurnalistik



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

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

2024

ABSTRAK

Judul Skripsi : Komunikasi Kelompok Vespa Klasik dalam mempertahankan Kohesivitas (Studi Kasus Club Scooter Cibinong)
Nama : Naufal Firjatullah
NIM : 1906015348
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Jurnalistik
Halaman : 107

Komunikasi di dalam kelompok dalam Komunitas Ikatan Scooter Vespa Cibinong dapat berlangsung secara bergantian, di mana setiap anggota menyampaikan pesan kepada sesama anggota dengan maksud menciptakan lingkungan komunikatif yang kondusif. Tindakan ini dijalankan sebagai upaya untuk memastikan kelangsungan kelompok, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengembangan terhadap kajian atau penelitian yang menggunakan metode studi kasus, yang memerlukan tingkat kecermatan dari peneliti terhadap objek penelitian. Teori yang dijadikan alat analisis dalam penelitian ini adalah teori Bonafide. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terbentuknya kohesivitas disebabkan oleh kegiatan yang diadakan oleh Vespa Klasik Scooter Cibinong. Kegiatan tersebut dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu kegiatan rutin terencana dan kegiatan spontan. Adanya kegiatan ini memungkinkan anggota untuk saling mengenal satu sama lain. Kohesivitas dalam kelompok ini terbentuk melalui interaksi intensif antar anggota, baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti Instagram dan grup WhatsApp. Media tersebut memudahkan anggota untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam membentuk kelompok yang solid atau kohesiv. Baik melalui interaksi tatap muka maupun melalui media sosial, komunikasi yang baik memperkuat hubungan di antara anggota kelompok. Solidaritas yang tinggi membuat anggota enggan untuk berselisih dengan sesama anggota kelompok. Jika terjadi konflik, semua pihak akan berusaha menyelesaikannya dengan kepala dingin dan pendekatan kekeluargaan, menciptakan hubungan yang kuat dan harmonis di dalam kelompok.

Kata Kunci : Komunikasi Kelompok, Kohesivitas. Vespa Klasik Scooter Cibinong

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

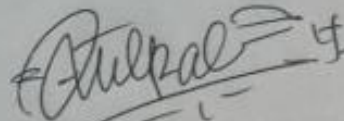
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Komunikasi Kelompok Vespa Klasik Dalam Mempertahankan
Kohesivitas (Studi Kasus Club Scooter Cibinong)
Nama : Naufal Firjatullah
NIM : 1906015207
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Jurnalistik

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Sabtu, 25 Januari 2024 dan dinyatakan LULUS:



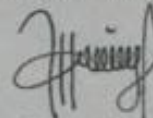
Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Penguji I
Tanggal: 25 Januari 2024



Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I.,M.IP.
Penguji II
Tanggal: 25 Januari 2024



Abdul Khohar, S.Sos.,M.I.Kom
Pembimbing I
Tanggal: 17 Februari 2024



Andys Tiara, S.Sos., M.I.Kom.
Pembimbing II
Tanggal: 25 Januari 2024

Mengetahui,
Dekan



Lenny Corliana, M.Hum.