



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS KEMENTERIAN
PERDAGANGAN DALAM MERESPON PEMBERITAAN
NEGATIF DALAM IMPOR GULA DI MEDIA ONLINE
DETIK.COM**

SKRIPSI

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

ACHMAD NAUFAL

203516516298

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
AGUSTUS 2025**



NATIONAL UNIVERSITY

**THE MINISTRY OF TRADE'S PUBLIC RELATIONS
COMMUNICATION STRATEGY IN RESPONDING TO
NEGATIVE REPORTING ON SUGAR IMPORTS IN THE
ONLINE MEDIA DETIK.COM**

THESIS

*Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of Communication
Science degree*

ACHMAD NAUFAL

203516516298

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
AUGUST 2025**



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Achmad Naufal

NPM : 203516516298

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Kementerian
Perdagangan Dalam Merespon Pemberitaan Negatif
Dalam Impor Gula Di Media Online Detik.com

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 9 September 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aosi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Achmad Naufal

NPM : 203516516298

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : PERBANDINGAN BERITA TENTANG IMPOR
GULA KEMENTERIAN PERDAGANGAN DI
MEDIA ONLINE DETIK.COM,
TRIBUNNEWS.COM, TVONENEWS DARI 5
KATEGORI CITRA

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 06 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Naufal

Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516298

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan Dalam Merespon Pemberitaan Negatif Dalam Impor Gula Di Media Online Detik.com

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 8 September 2025

Yang membuat pernyataan



Achmad Naufal

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Achmad Naufal
NPM : 203516516298
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan Dalam
Merespon Pemberitaan Negatif Dalam Impor Gula Di Media
Online Detik.com

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima
sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

(.....)

Penguji 1 : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom

(.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

(.....)

Jakarta,

4 September 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Akreditasi :

Doktor Ilmu Politik (Unggul) - Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Magister Sosiologi (Baik)
Magister Ilmu Komunikasi (Baik) - Sarjana Ilmu Politik (A) - Sarjana Hubungan Internasional (B)
Sarjana Sosiologi (Unggul) - Sarjana Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Komunikasi (A)

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp.(021) 70737624, 7806700 Ext.146,
Fax. 7802718-7802719 Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa/i : Achmad Naufal

Nomor Pokok Mahasiswa/i : 203516516298

Prodi, Kekhususan : Ilmu Komunikasi, Public Relations

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul : Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan Dalam Merespon Pemberitaan Negatif Dalam Impor Gula Di Media Online Detik.com

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 8 September 2025

Materai



Achmad Naufal

ABSTRAK

Nama : Achmad Naufal
NIM : 203516516298
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan Dalam
Merespon Pemberitaan Negatif Dalam Impor Gula di Media
Online Detik.com.
Pembimbing : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi kehumasan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dalam merespons pemberitaan negatif terkait isu impor gula di media daring Detik.com. Fenomena pemberitaan negatif di media online memiliki dampak signifikan terhadap citra institusi pemerintah, yang menuntut respons komunikasi krisis yang adaptif dan kredibel. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan kerangka teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) oleh W. Timothy Coombs, penelitian ini mengidentifikasi empat strategi utama yang diterapkan: penyangkalan (deny), pengurangan dampak (diminish), pemulihan citra (rebuild), dan penguatan citra (bolstering). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kementerian Perdagangan secara proaktif melakukan klarifikasi atas tuduhan (deny), menjelaskan kebijakan impor sebagai solusi temporer untuk stabilitas harga (diminish), meningkatkan transparansi data dan dialog dengan pemangku kepentingan (rebuild), serta menonjolkan kontribusi positif kementerian dalam menjaga ketahanan pangan nasional (bolstering). Implementasi strategi-strategi ini secara terintegrasi terbukti efektif dalam meluruskan informasi, meredam keresahan publik, dan memperkuat citra positif lembaga di tengah dinamika informasi digital yang cepat. Penelitian ini berkontribusi pada literatur komunikasi krisis pemerintah, khususnya dalam konteks pengelolaan isu sensitif di media online.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Pemberitaan Negatif, Impor Gula, Detik.com, Situational Crisis Communication Theory (SCCT).

ABSTRACT

Name : Achmad Naufal
NIM : 203516516298
Study Program : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Title : The Ministry of Trade's Public Relations Communication Strategy in Responding to Negative News on Sugar Imports in the Online Media Detik.com
Counsellor : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

This study analyzes the public relations communication strategy of the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia in responding to negative news related to sugar imports in the online media Detik.com. The phenomenon of negative news in online media has a significant impact on the image of government institutions, which requires an adaptive and credible crisis communication response. Using a descriptive qualitative approach and the theoretical framework of Situational Crisis Communication Theory (SCCT) by W. Timothy Coombs, this study identifies four main strategies implemented: denial, reduction of impact (diminish), image recovery (rebuild), and image strengthening (bolstering). The results show that the Ministry of Trade's Public Relations proactively clarified the accusations (deny), explained the import policy as a temporary solution for price stability (diminish), increased data transparency and dialogue with stakeholders (rebuild), and emphasized the ministry's positive contribution to maintaining national food security (bolstering). The integrated implementation of these strategies proved effective in correcting information, reducing public unrest, and strengthening the positive image of the institution amidst the rapid dynamics of digital information. This research contributes to the literature on government crisis communication, particularly in the context of managing sensitive issues in online media.

Keywords: Communication Strategy, Government Public Relations, Negative News, Sugar Imports, Detik.com, Situational Crisis Communication Theory (SCCT).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan Dalam Merespon Pemberitaan Negatif Dalam Impor Gula di Media Online Detik.com”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi dalam jenjang Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku PLT Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. (C). Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan SDM.
4. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si., selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Akademik yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis semasa perkuliahan.
8. Staff Sekretariat FISIP Universitas Nasional yang telah berdedikasi membantu mengurus keperluan administrasi dari awal perkuliahan hingga tugas akhir.
9. Kepada kedua orang tua penulis bapak Toni Romaito Simatupang dan ibu Noor Maslachah Hidayati yang selalu sabar mendidik saya dan telah

memberikan support dan telah membesarkan saya hingga saya bisa berkuliah.

10. Kepada sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberikan banyak support baik waktu maupun tenaga yang selalu memberikan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada adik saya yang selalu mendukung saya dan mendoakan saya selama ini Achmad Syawal Simatupang

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 06 Agustus 2025



Achmad Naufal



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian	13
2.2 Landasan Konseptual.....	16
2.2.1 Media Massa	16
2.2.2 Fungsi Media Massa.....	19
2.2.3 Media Online.....	21
2.2.4 Karakteristik Media Online.....	22
2.2.5 Media Relations	27
2.2.6 Fungsi Media Relations.....	28
2.2.7 Tujuan Media Relations	29

2.2.8 Bentuk Kegiatan Media Relations.....	30
2.2.9 Humas	32
2.2.10 Peran dan Tujuan Humas.....	33
2.2.11 Fungsi Humas.....	36
2.2.12 Citra.....	37
2.2.13 Jenis-jenis Citra	38
2.3 Teori Penelitian.....	40
2.3.1 Teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT)	40
2.4 Kerangka Berpikir	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Pendekatan Penelitian.....	43
3.3 Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.3.2 Data Sekunder.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Observasi Partisipasi (participant observer).....	46
3.4.2 Wawancara Mendalam (in-depth interview)	47
3.4.3 Dokumentasi	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Reduksi Data	50
3.5.2 Penyajian Data	51
3.6 Teknik Keabsahan Data	51
3.6.1 Triangulasi Sumber	52

3.6.2	Member Check.....	52
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.8	Informan Penelitian	53
3.9	Key Informan.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1	Profil Kementerian Perdagangan.....	55
4.1.2	Profil Detik.com	58
4.2	Analisis Strategi Humas dalam Merespon Pemberitaan Negatif Tentang Impor Gula.....	60
4.3	Pembahasan	70
4.3.1	Strategi Komunikasi Humas Kementerian Perdagangan.....	71
BAB V PENUTUP		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Survei Media Paling Populer.....	4
Gambar 2.1 Arus Komunikasi Dalam <i>Media Relations</i>	27
Gambar 2. 1 Diolah oleh Penulis.....	41
Gambar 4. 1 Gedung Kementerian Perdagangan (Tempo.com, 2025).....	55
Gambar 4. 2 Profil Detik.com (Linkedin Detikcom, 2025).....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
--------------------------------------	---

