



STRATEGI HUMAS DISPENAL DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF KEPADA PUBLIK EKSTERNAL

DISPENAL PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN INCREASING A POSITIVE IMAGE TO THE EXTERNAL PUBLIC

Afiz Muhammad Farhan^{1*}, Intan Leliana², Laurensia Retno Hariatiningsih³

^{1,2,3}Fakultas Komunikasi Dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: afizfarhans@gmail.com^{1*}, intan.ila@bsi.ac.id², Laurensia.lrs@bsi.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 21-09-2025

Revised : 22-09-2025

Accepted : 24-09-2025

Published : 26-09-2025

Abstract

Image can be understood as a social construct formed from experiences, social interactions, media exposure, and observations of an institution's behavior. The Indonesian Navy Information Service or Dispenal holds the responsibility of building a positive image of the Navy to the external public. This study uses a qualitative descriptive research design. The purpose of this research is to systematically, factually, and accurately describe the public relations strategy of Dispenal in building a positive image among the external public. A qualitative approach is chosen because it emphasizes the depth of meaning from data collected through in-depth interviews, field observations, documentation, and literature review. This research uses the public relations strategy theory from Cutlip which includes the stages of fact finding, planning, communication, and evaluation. In practice, Dispenal also conducts a SWOT analysis covering strengths, weaknesses, opportunities, and threats to support strategic decision-making. Based on the findings, Dispenal's strategy is implemented through issue mapping, social media content planning, empowerment programs such as Kampung Bahari Nusantara, and periodic evaluations through media monitoring. Support from leadership and resource readiness serve as major strengths, although challenges such as limited public access to maritime areas remain as obstacles in building a comprehensive positive image

Keywords: *Positive Image, Public Relations, Strategy, Dispenal, Indonesian Navy*

Abstrak

Citra dapat dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk dari pengalaman, interaksi sosial, media, dan pengamatan terhadap perilaku suatu lembaga. Dinas Penerangan TNI Angkatan Laut atau Dispenal memiliki tanggung jawab dalam membentuk citra positif TNI AL kepada publik eksternal. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi humas Dispenal dalam membangun citra positif kepada publik eksternal. Pendekatan kualitatif dipilih karena mengutamakan kedalaman makna dari data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dokumentasi, dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan teori strategi humas dari Cutlip yang mencakup tahapan *fact finding, planning, communication, dan evaluation*. Dalam pelaksanaannya, Dispenal juga melakukan analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Berdasarkan hasil temuan, strategi Dispenal dilaksanakan melalui pemetaan isu, penyusunan konten media sosial, pelaksanaan program pemberdayaan seperti Kampung Bahari Nusantara, serta evaluasi berkala melalui media monitoring. Dukungan pimpinan dan kesiapan sumber daya menjadi faktor pendukung utama, meskipun tantangan seperti keterbatasan akses publik terhadap wilayah laut tetap menjadi hambatan dalam membangun citra secara menyeluruh

Kata Kunci : *Citra Positif, Humas, Strategi, Dispenal, TNI AL*



PENDAHULUAN

Citra memiliki arti rupa, penampilan, atau gambaran. Pendapat yang dimiliki konsumen terhadap individu, perusahaan, organisasi, atau produk. Selain itu, kata, frasa, atau kalimat dapat menciptakan jejak mental atau gambaran visual untuk suatu gambar. Citra mencakup beberapa faktor, seperti reputasi, sifat, dan kesan yang diperoleh dari pengetahuan langsung, data yang diperoleh, dan pendapat yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Interaksi antara informasi subjek (baik secara langsung maupun melalui media) dan interpretasi penerima terhadapnya seringkali menghasilkan suatu citra. Citra tersebut juga dapat dipengaruhi oleh konteks sosial, standar budaya, dan nilai-nilai masyarakat (Vellayati, 2024).

Berangkat dari hal tersebut, dapat dipahami bahwa citra tidak semata-mata terbentuk dengan sendirinya, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks. Sebuah citra juga dapat dipandang sebagai konstruksi sosial yang terbentuk oleh berbagai elemen, seperti pengetahuan langsung, informasi media, interaksi sosial, dan pengamatan perilaku suatu entitas. Hal ini menunjukkan bahwa citra merupakan representasi subjektif yang terbentuk dalam pikiran individu atau kelompok, bukan selalu mencerminkan kenyataan secara akurat.

Dalam konteks inilah peran hubungan masyarakat (humas) menjadi signifikan sebagai aktor utama dalam pembentukan persepsi publik terhadap sebuah institusi. Hubungan masyarakat memainkan peran strategis yang sangat penting dalam membentuk persepsi publik yang positif. Departemen hubungan masyarakat suatu organisasi bertugas mengawasi komunikasi dua arah antara publik dan organisasi. Melalui hubungan masyarakat, institusi dapat menanggapi keprihatinan publik, menyampaikan informasi, membangun kredibilitas, dan memperkuat hubungan antara organisasi dan masyarakat. Hubungan masyarakat berfungsi sebagai jembatan antara publik yang menginginkan transparansi dan keterlibatan, dan institusi militer yang bersifat formal dan tertutup.

Peran tersebut tentu tidak berdiri sendiri, melainkan dijalankan melalui serangkaian program komunikasi yang terstruktur dan terarah. Dalam menjalankan fungsinya, humas memiliki tanggung jawab dalam menciptakan kampanye dan program komunikasi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan publik organisasi dan memperkuat identitas serta branding organisasi atau lembaganya. Dengan demikian, humas memainkan peran krusial dalam menjaga serta memperkuat hubungan yang harmonis antara organisasi dan audiensnya, serta memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan berhasil menyampaikan tujuan dan nilai-nilai organisasi.

Agar upaya ini berjalan secara optimal, pengelolaan komunikasi organisasi perlu dibagi secara sistematis ke dalam dua ranah, yakni internal dan eksternal. Humas baik internal maupun eksternal, merupakan konsep kunci dalam strategi komunikasi organisasi. Inisiatif komunikasi yang ditujukan kepada pemangku kepentingan internal, termasuk manajemen, karyawan, dan pegawai lainnya, disebut sebagai hubungan masyarakat internal. Tujuan dari hubungan masyarakat internal adalah memastikan bahwa semua karyawan mengetahui informasi yang relevan, kebijakan perusahaan, dan tujuan organisasi sehingga mereka merasa terinformasi, terlibat, dan menjadi bagian dari visi dan misi perusahaan (Vellayati, 2024).

Di sisi lain, komunikasi eksternal turut memegang peranan penting dalam menjalin keterhubungan antara organisasi dan masyarakat luas. Humas eksternal berfokus pada komunikasi



dengan audiens eksternal organisasi, yang meliputi masyarakat umum, investor, media, pemerintah, dan pelanggan. Selain mengelola citra publik organisasi, hubungan masyarakat eksternal bertujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan di luar perusahaan. Selain melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan posisi dan kepercayaan organisasi di mata masyarakat, hal ini juga melibatkan penyampaian pesan yang menginspirasi, akomodatif, dan terbuka kepada masyarakat umum (Vellayati, 2024).

Kesadaran akan pentingnya humas eksternal dalam membentuk opini publik ini juga tercermin dalam kebijakan komunikasi sejumlah lembaga pemerintahan, termasuk militer. Salah satu lembaga pemerintah di bidang militer juga tampaknya mengakui nilai citra positif bagi sebuah institusi yang merupakan pembangunan citra dimaksudkan untuk menjaga legitimasi dan reputasi institusi di mata publik. Keteguhan kepercayaan publik terhadap sistem pertahanan institusi militer merupakan indikator lain dari kualitas dan kompetensinya untuk menciptakan citra militer yang transparan, responsif, dan prediktif sambil mempertahankan fungsi kontrol yang berlaku di ranah militer, institusi militer menggunakan berbagai taktik selama bertahun-tahun dan berlapis-lapis. Ririn Indraswari dalam (Setijanto, 2021).

Hal ini juga menjadi perhatian bagi TNI Angkatan Laut (TNI AL) yang memiliki tanggung jawab strategis dalam menjaga keamanan maritim Indonesia. Sebagai institusi pertahanan negara di bidang maritim, TNI Angkatan Laut (TNI AL) memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kedaulatan dan keamanan laut Indonesia. Namun, dalam menjalankan tugas tersebut, TNI AL tidak hanya dituntut unggul dalam aspek teknis dan operasional, tetapi juga dalam membangun hubungan positif dengan publik. Citra yang baik menjadi hal krusial bagi lembaga militer, karena persepsi masyarakat terhadap institusi akan sangat menentukan dukungan dan legitimasi terhadap keberadaannya.

Meski demikian, membangun citra positif di lingkungan militer seperti TNI AL memiliki tantangan tersendiri yang tidak dapat diabaikan. Tantangan yang dihadapi TNI AL dalam membangun citra positif sangat kompleks. Keterbatasan akses publik terhadap kegiatan operasional TNI AL yang sebagian besar berlangsung di wilayah perairan, membuat masyarakat sulit memahami secara langsung kontribusi nyata TNI AL terhadap keamanan nasional. Akibatnya, publik seringkali hanya mengenal TNI AL melalui potongan informasi di media, yang belum tentu mampu merepresentasikan secara utuh kinerja dan peran strategisnya. Hal inilah yang mendorong pentingnya peran kehumasan dalam menjembatani jarak komunikasi antara institusi militer dan masyarakat luas.

Fenomena ini dapat terlihat dalam tanggapan publik terhadap kasus pemasangan pagar laut misterius sepanjang 30,16 kilometer di perairan Tangerang yang menjadi sorotan media nasional pada Januari 2025. Berita dari CNBC Indonesia pada tanggal 9 Januari 2025 menampilkan pernyataan Menteri Kelautan dan Perikanan, Sakti Wahyu Trenggono, yang menegaskan bahwa kegiatan pemagaran laut tanpa izin tersebut berpotensi merusak keanekaragaman hayati, mengubah fungsi ruang laut, serta melanggar praktik *internasional United Nations Convention on the Law of the Sea* (UNCLOS 1982).



Sumber : CNBC Indonesia, 9 Januari 2025

Gambar 1.1 Tangkapan layar berita CNBC Indonesia berjudul "Penampakan Pagar Laut Misterius 30,16 Km di Laut Tangerang"

Kasus ini memicu gelombang komentar dari warganet di berbagai platform. Banyak yang mempertanyakan peran dan kinerja TNI AL dalam melakukan pengawasan di wilayah laut. Warganet meragukan efektivitas patroli yang dilakukan serta mempertanyakan keberadaan pangkalan armada laut dan aktivitas pengawasan yang seharusnya dilakukan. Beberapa memang menyebut adanya patroli laut, tetapi hal itu tetap menimbulkan kritik karena aktivitas pengawasan tersebut dianggap tidak efektif dan tidak terlihat hasilnya.



Sumber : YouTube, 2025

Gambar 1.2 Tangkapan layar komentar netizen terkait pagar laut misterius

Rangkaian opini publik ini mencerminkan bahwa persepsi masyarakat dapat dengan cepat terbentuk dan menyebar, khususnya ketika ada isu yang viral di media. Situasi seperti ini menjadi ujian nyata bagi humas TNI AL untuk segera merespons dan membangun narasi yang tepat agar citra institusi tetap terjaga di tengah derasnya arus informasi dan opini yang berkembang.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, TNI AL melalui Dinas Penerangan TNI Angkatan Laut (Dispenal) telah membangun sistem komunikasi publik yang terstruktur sejak awal kemerdekaan.



Dinas penerangan sudah ada sejak tahun 1945 dengan nama Bagian Penerangan. Pada tahun 1963, ketika TNI angkatan laut dipimpin oleh Menteri/Panglima Angkatan Laut, bagian penerangan berubah menjadi Pusat Penerangan Angkatan Laut. Sejak 1984 hingga saat ini, namanya menjadi Dinas Penerangan TNI Angkatan Laut (Dispenal) (Wahdaniah et al., 2020).

Dengan peran strategis yang dimilikinya, Dispenal hadir sebagai ujung tombak komunikasi TNI AL yang menjembatani institusi dengan masyarakat. Lembaga ini berperan sebagai garda terdepan dalam menyampaikan informasi, membentuk opini publik, serta memperkuat citra positif TNI AL di mata masyarakat. Berbagai kegiatan dilakukan oleh Dispenal, mulai dari publikasi informasi melalui media massa, pelibatan masyarakat dalam program sosial, hingga edukasi tentang peran strategis TNI AL dalam pembangunan nasional. Salah satu program unggulan yang menjadi instrumen strategis dalam membangun kedekatan dengan publik adalah program Kampung Bahari Nusantara (KBN).

Melalui program ini, TNI AL tidak hanya menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat pesisir, tetapi juga mempraktikkan strategi komunikasi publik yang berdampak langsung. Kampung Bahari Nusantara (KBN) merupakan salah satu program TNI Angkatan Laut yang didukung oleh Dispenal. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan menyelidiki bagaimana kekayaan alam dan budaya di daerah tersebut dapat diubah menjadi sumber ketahanan. Tingkat kehidupan yang rendah dan masyarakat yang kurang beruntung adalah alasan program ini memilih untuk fokus pada tempat-tempat ini (Iwan Kuswanto, 2023).

Lebih dari sekadar program pemberdayaan, KBN juga menjadi cermin citra humanis TNI AL yang membaaur dengan masyarakat dalam semangat kolaborasi. Program ini mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi, pendidikan, kesehatan, pariwisata, dan pertahanan. Kegiatan ini menjadi bukti bahwa TNI AL tidak hanya hadir sebagai institusi keamanan, tetapi juga sebagai mitra pembangunan di wilayah pesisir yang rentan dan termarginalkan.

Keterlibatan ini menjadi kian penting ketika dikaitkan dengan persoalan sosial-lingkungan yang dihadapi masyarakat pesisir. Pemberdayaan ini bermanfaat bagi masyarakat pesisir dengan mengurangi kerentanan mereka terhadap kegiatan yang merusak seperti pemasangan pagar laut yang tidak sah, yang mengganggu ekosistem laut dan menghalangi nelayan untuk mengakses daerah penangkapan ikan. Selain merugikan secara ekonomi bagi para petani dan nelayan Surya Bahari, pagar laut juga merusak habitat biota laut yang menjadi sumber mata pencaharian masyarakat pesisir, demikian menurut Muhammad Lukman, Koordinator Pemuda Cituis Peduli Desa Surya Bahari. Diharapkan pemindahan pagar laut sepanjang 30,16 kilometer di sepanjang pantai Tangerang Utara, yang membutuhkan kerja sama TNI AL dan keterlibatan masyarakat secara aktif, akan menjunjung tinggi keberlanjutan sumber daya laut dan mengembalikan hak-hak nelayan. Sesuai dengan permintaan Dinas Penerangan Mabes TNI AL untuk peliputan, media diundang ke Pos TNI AL Pantai Mutiara di Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara, pada hari Sabtu, 18 Januari 2025, pukul 07.30 WIB (TangerangPos, 2025).

Tentu saja, semua langkah yang dilakukan tidak serta-merta menciptakan perubahan dalam waktu singkat, melainkan membutuhkan proses yang konsisten dan evaluatif. Meskipun demikian, membangun citra yang baik di masyarakat bukanlah tugas yang mudah. Dinamika sosial dan



perubahan ekspektasi publik harus dipertimbangkan saat mengembangkan metode komunikasi yang sistematis dan berkelanjutan.

Kajian Pustaka

1. Humas

Hubungan masyarakat atau singkatnya PR, adalah fungsi manajemen strategis yang berfokus pada membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan organisasi dengan khalayaknya melalui komunikasi yang efisien dan matang. Membangun saling pengertian, kepercayaan, dan dukungan antara organisasi dan para pemangku kepentingannya-termasuk klien, staf, media, pemerintah, komunitas, dan masyarakat luas-adalah tujuan utama hubungan masyarakat. (Faustyna, 2025)

2. Citra Positif

Keberlangsungan sebuah organisasi secara signifikan dipengaruhi oleh citra positifnya yang baik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa persepsi publik yang baik terhadap suatu organisasi dikenal sebagai citra positif. Kesan positif diciptakan oleh sejumlah elemen yang merupakan bagian dari organisasi itu sendiri. Pertama adalah sejarah organisasi sejak didirikan, yang mungkin menunjukkan pencapaian yang mengagumkan dan cita-cita yang tinggi. Kedua, ideologi organisasi yang menjadi pedoman, yang mengarahkan operasi dan pengambilan keputusan. Ketiga, visi dan misi organisasi sebagai transformasi cita-cita untuk mencapai tujuan yang mengagumkan. Keempat, budaya tempat kerja yang mendorong dan memfasilitasi produksi sumber daya manusia organisasi. Kelima, kinerja organisasi yang dapat diandalkan dan unggul. Keenam, penyediaan barang atau jasa yang unggul bagi pelanggan. Terakhir, tanggung jawab sosial perusahaan untuk memperbaiki lingkungan dan masyarakat luas. Sebuah organisasi dapat membangun reputasi yang baik di mata masyarakat umum dengan memberikan prioritas pada faktor-faktor ini, Jain & Tiwa dalam (Apriyansyah, 2024).

3. Publik Eksternal

Publik eksternal dalam institusi harus diperhitungkan, tidak terkecuali ketika membangun, mengembangkan, dan mempromosikan institusi tersebut. Hal lain yang harus dilakukan dengan baik dan menarik bagi masyarakat umum adalah menyediakan fasilitas informasi terkini. (Azizi & Kussanti, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskripsi kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam (Alfiani, 2022) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan latar alamiah dan dengan menggunakan berbagai macam metode yang ada pada saat ini untuk menganalisis peristiwa yang terjadi. Data deskriptif, atau data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan angka-angka, dihasilkan dari prosedur penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk menyajikan temuan, laporan penelitian ini memuat kutipan-kutipan data dari catatan lapangan, wawancara, foto, dan sumber-sumber lainnya

Sugiyono dalam (Vellayati, 2024), bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Penelitian kualitatif berlandaskan pada postpositivisme dan berfokus pada kondisi objek



yang alamiah. Dengan menggunakan instrumen sendiri, peneliti mengumpulkan data melalui triangulasi (gabungan) dan melakukan analisis kualitatif dan induktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Humas Dispenal Dalam Meningkatkan Citra Positif Kepada Publik Eksternal

Berdasarkan observasi, dokumentasi, studi literatur dan wawancara mendalam dengan pihak internal meliputi Kadispenal, Kasubdis Mulmed dan Konop, dan pihak eksternal meliputi masyarakat di kawasan Kampung Bahari Nusantara, temuan penelitian ini mendorong peneliti untuk menyimpulkan bahwa strategi humas yang digunakan oleh Dispenal sangat penting dalam meningkatkan reputasi TNI Angkatan Laut di mata masyarakat umum. Fenomena yang diamati menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi Dispenal memperhitungkan aspek sosial dan budaya masyarakat maritim selain unsur formal dan institusional.

Dengan menggunakan metode SWOT, kondisi internal dan eksternal Dinas Penerangan Angkatan Laut (Dispenal) dijelaskan secara sistematis untuk mengevaluasi efektivitas strategi hubungan masyarakat yang telah diterapkan. Studi ini digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan taktik di masa depan dan sebagai refleksi atas kegiatan hubungan masyarakat yang telah dilaksanakan. Empat komponen utama yang dianalisis adalah kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan hasil yang telah peneliti lakukan, pembahasan ini akan dikaitkan dengan teori model empat tahap yang diajukan oleh Cutlip, Center & Broom meliputi penyelidikan fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Tahap ini merupakan landasan teknik hubungan masyarakat yang digunakan Dispenal dalam melaksanakan fungsi ini. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Dispenal membangun interaksi yang kokoh dan konstruktif dengan publik eksternal dapat diperoleh dengan menganalisis keempat tahap tersebut

Selain menyebarkan informasi, Dispenal mengelola persepsi publik dan bertindak sebagai jembatan antara lembaga militer dan masyarakat sipil berkat kemampuan komunikasi yang luas, fleksibel, dan berbasis data.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dari Strategi Humas Dispenal Dalam Meningkatkan Citra Positif Kepada Publik Eksternal

Efektivitas implementasi strategi komunikasi publik Dispenal bergantung pada faktor internal dan eksternal yang dapat memfasilitasi atau menghambat proses implementasi, selain kualitas perencanaan dan pelaksanaan. Faktor-faktor ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika yang terjadi di lapangan dan dapat digunakan sebagai informasi untuk penilaian strategis saat meningkatkan taktik komunikasi.

Sinergi internal unit-unit kerja TNI AL merupakan unsur utama yang mendukung keberlanjutan operasional. Kerjasama ini memudahkan koordinasi dalam penyampaian pesan-pesan strategis secara bersamaan, termasuk penyebaran informasi dan pelaksanaan kegiatan sosial. Dispenal dapat memperluas jangkauan komunikasinya dan menciptakan narasi yang baik tentang peran TNI AL berkat bantuan aktif dari unit-unit regional, terutama di daerah pesisir dan terpencil. Sebagai perwakilan yang dipercaya yang membangun ikatan emosional



dengan masyarakat, staf Babinpotmar berada di garis depan dalam memberitahukan publik tentang program-program maritim.

Selain itu, teknologi komunikasi telah memainkan peran penting dalam mempromosikan strategi komunikasi. Dispenal kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat, instan, dan interaktif berkat perkembangan media digital. Sistem seperti aplikasi pemantauan digital seperti *Intelligence Media Analytics* (IMA) telah menjadi sumber daya krusial untuk memantau opini publik dan mengambil langkah proaktif dalam menangani masalah. Selain itu, kehadiran TNI Angkatan Laut kini lebih diterima secara luas berkat keterlibatan aktif masyarakat dalam inisiatif seperti Kampung Bahari Nusantara. Interaksi antara personel militer dan warga sipil memupuk kedekatan sosial, rasa aman, dan rasa memiliki terhadap program-program TNI Angkatan Laut.

Pelaksanaan teknik komunikasi tidaklah tanpa hambatan. Fakta bahwa Indonesia merupakan negara kepulauan menjadi salah satu hambatan terbesar. Menyebarkan informasi secara merata menjadi tantangan karena wilayah operasional TNI Angkatan Laut yang luas, yang mencakup pulau-pulau kecil dan terpencil. Masih ada masalah infrastruktur komunikasi di beberapa daerah, seperti koneksi internet yang buruk, pemadaman listrik, dan kekurangan perangkat media digital. Hambatan-hambatan ini mengurangi efektivitas saluran komunikasi digital dan mengharuskan penggunaan strategi alternatif, seperti radio komunitas dan kegiatan sosialisasi langsung.

Namun, upaya untuk menciptakan citra positif terancam serius oleh penyebaran informasi palsu dan hoaks di media sosial. Informasi negatif yang tidak berdasar, jika tidak ditangani dengan cepat, dapat merusak kepercayaan publik. Hubungan Dispenal harus bertindak cepat untuk membantah narasi palsu dengan memberikan klarifikasi, meluncurkan inisiatif literasi digital, dan menciptakan narasi balasan yang didasarkan pada fakta dan empati. Dalam situasi ini, persepsi publik sangat dipengaruhi oleh kecepatan dan ketepatan jawaban.

Hambatan struktural lainnya adalah kekurangan sumber daya manusia. Karena tidak semua personel berpengalaman dalam bidang kehumasan, pelatihan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam manajemen krisis, pemilihan media, dan desain pesan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kehumasan adalah melalui pelatihan internal secara teratur.

Beberapa faktor penting lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah isu-isu sensitif yang telah disebutkan sebelumnya. Topik yang berkaitan dengan operasi militer atau pemeliharaan infrastruktur yang rentan terkadang berkaitan dengan pemahaman masyarakat umum. Oleh karena itu, komunikasi perlu dilakukan dengan sensitivitas, dengan penekanan pada kesesuaian sambil tetap memperhatikan standar institusi militer.

Secara keseluruhan, faktor-faktor pendukung memberikan landasan yang kokoh bagi strategi humas Dispenal untuk berhasil, sementara hambatan-hambatan yang muncul berubah menjadi kendala taktis yang mendorong kreativitas dan fleksibilitas di lembaga ini. Dispenal mampu mengendalikan dinamika ini dan terus meningkatkan citra positif TNI Angkatan Laut di mata publik dengan mengambil pendekatan yang fleksibel dan kooperatif



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi humas Dinas Penerangan TNI Angkatan Laut (Dispenal) memainkan peran yang sangat signifikan dalam membentuk serta meningkatkan citra positif TNI AL di mata publik eksternal, khususnya masyarakat pesisir dan daerah terpencil yang selama ini memiliki keterbatasan akses informasi. Penelitian ini sejak awal berangkat dari pertanyaan pokok mengenai bagaimana strategi humas Dispenal dilaksanakan, apa saja faktor pendukung dan penghambatnya, serta bagaimana hasil yang diperoleh dari strategi tersebut.

Menjawab rumusan masalah pertama, penelitian ini menemukan bahwa strategi humas Dispenal dilaksanakan secara sistematis dengan berlandaskan teori strategi humas dari Cutlip, Center & Broom yang mencakup empat tahap, yaitu *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*. Pada tahap *fact finding*, Dispenal memanfaatkan instrumen pemantauan digital seperti aplikasi *Intelligence Media Analytics* (IMA), analisis media sosial, serta komunikasi langsung dengan masyarakat dan tokoh lokal. Data yang diperoleh melalui tahapan ini menjadi dasar bagi penyusunan strategi komunikasi yang kontekstual dan berbasis kebutuhan publik. Selanjutnya pada tahap *planning*, Dispenal melibatkan berbagai unsur, mulai dari unit internal, perwira penerangan di daerah, hingga akademisi dan media partner. Strategi yang dirumuskan tidak hanya berupa rencana konten media, tetapi juga narasi komunikasi yang inklusif, humanis, serta mampu menjawab kebutuhan informasi masyarakat maritim. Pada tahap *communication*, strategi humas diimplementasikan melalui pendekatan *multiplatform* dengan menggabungkan media digital (Instagram, YouTube, X), media tradisional (televisi, radio, cetak), serta kegiatan langsung di lapangan melalui program seperti Kampung Bahari Nusantara. Pesan yang disampaikan dirancang tidak hanya informatif, tetapi juga emosional dan naratif agar mampu membangun ikatan psikologis dengan publik. Sedangkan pada tahap *evaluation*, Dispenal secara konsisten melakukan pemantauan pada *Naval Media World Center* (NMWC) melalui aplikasi IMA untuk menilai keterlibatan publik, tone pemberitaan, serta persepsi masyarakat, yang kemudian dijadikan bahan untuk memperbaiki strategi pada periode berikutnya.

Menjawab rumusan masalah kedua, penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi humas Dispenal didukung oleh sejumlah faktor yang memperkuat efektivitasnya, di antaranya adalah dukungan penuh dari pimpinan TNI Angkatan Laut, sinergi antarunit kerja, profesionalitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi komunikasi digital yang memungkinkan pesan sampai lebih cepat dan luas. Faktor-faktor ini menjadikan humas Dispenal memiliki daya dorong yang kuat dalam melaksanakan strategi komunikasi publik. Namun, di sisi lain terdapat pula faktor penghambat yang perlu dicermati, seperti kondisi geografis Indonesia yang luas dan berpulau-pulau sehingga menyulitkan akses informasi di daerah terpencil, keterbatasan infrastruktur digital di wilayah pesisir, serta tantangan berupa maraknya hoaks, kontra opini, dan dinamika opini publik yang cepat berubah di media sosial. Hambatan-hambatan ini menjadi faktor eksternal maupun internal yang harus diantisipasi agar strategi humas dapat tetap efektif.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa penerapan strategi humas Dispenal memberikan hasil yang nyata dalam peningkatan citra positif TNI Angkatan Laut. Hasil tersebut tercermin dari meningkatnya interaksi positif masyarakat melalui media sosial, apresiasi publik terhadap program-program TNI AL, serta terbentuknya kedekatan emosional melalui program Kampung Bahari



Nusantara yang menjadi instrumen strategis dalam membangun hubungan antara militer dan masyarakat. Perubahan persepsi publik terhadap TNI AL juga menunjukkan keberhasilan strategi humas yang humanis, responsif, dan partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya melihat TNI AL sebagai institusi pertahanan yang bersifat formal, tetapi juga sebagai mitra pembangunan yang peduli terhadap kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan masyarakat pesisir.

Secara keseluruhan, kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa strategi humas Dispenal yang terencana, kolaboratif, dan adaptif berhasil menjawab tantangan komunikasi di era digital serta memberikan dampak signifikan terhadap citra positif TNI AL di mata publik eksternal. Upaya ini tidak hanya membentuk opini publik yang baik, tetapi juga memperkuat legitimasi dan kepercayaan masyarakat kepada TNI Angkatan Laut sebagai institusi pertahanan negara yang modern, terbuka, dan inklusif. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa peran humas yang efektif sangat krusial dalam memperkuat hubungan antara militer dan masyarakat, sekaligus mendukung pembangunan maritim nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani, D. L. (2022). Peran Humas Kepolisian Resort Kota Besar Medan Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2, 1–13.
<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/view/1466>
- Apriyansyah, D. (2024). MEMBANGUN CITRA POSITIF ORGANISASI MELALUI STRATEGI PROGRAM KERJA YANG BERKELANJUTAN. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Azizi, F., & Kussanti, D. P. (2021). *Company Profile Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Sebagai Media Informasi Kepada Publik Eksternal*. 2.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Faustyna, Assoc. Prof. Dr. , S. Sos. , M. M. , M. I. K. (2025). *HUMAS* (Assoc. Abror Adhani, S. Sos. , M. I. K. Prof. Dr., & S. Sos. , M. I. K. Akhyar Anshori, Eds.; First Edition). UMSU Press.
- GoodStats. (2025, February 15). *TNI Raih Citra Positif Tertinggi pada 2025*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/tni-raih-citra-positif-tertinggi-pada-2025-j5ZRm>
- Halisa, N. N., & Fatchurrohman, M. (2023). Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Jaminan Santunan Kecelakaan pada PT Jasa Raharja Perwakilan Surabaya. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2249–2258.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.974>
- Iwan Kuswanto. (2023). *Pola Pikir Pengembangan Kampung Bahari Nusantara Guna Mendukung Ekonomi Biru Dalam Rangka Pembangunan Nasional*. <http://lib.lemhannas.go.id/public/media/catalog/0010-11230000000053/swf/7392/PPRA%2065%20-%2041%20s.pdf>
- Latifah, A. (2022). *STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH (Studi Kasus di MAN Kendal)* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI



- WALISONGO].
https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21135/1/Skripsi_1803036063_Amini_Latifah.pdf
- Novita Devi. (2022). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Bisnis Perhotelan Berbasis Syari'ah di G Hotel Syari'ah Kota Bandar Lampung (Analisis Strategi Public Relations Menurut Cutlip)* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
<https://repository.radenintan.ac.id/21811/1/SKRIPSI%20PERPUSTAKAAN.pdf>
- Permini, N. L. P. E., & Atmaja, I. M. W. K. (2022). PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PUBLIKASI ONLINE PEMERINTAH DI KABUPATEN BADUNG. *Jurnal MODERAT*, 8(3), 620–632. <https://doi.org/https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773>
- Petunjuk Kerja (Jukker) Dispenal.* (2024).
- Revilliano, M. I., Prasetya, A. P., & Rizqieka Diva, A. (2023). Budaya Pengaruh Dan Budaya Patriarki Terhadap Gerakan Perubahan Feminisme Dalam Organisasi. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1(2), 150–159.
<https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JMBE/article/view/173/177>
- Rizqie, A., Komaruddin, & Astrid, G. (2025). MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI OPTIMALISASI KOMUNIKASI EKSTERNAL HUBUNGAN MASYARAKAT PT. KAI DIVISI REGIONAL III PALEMBANG. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Qurani (JIKQ)*, 7(2), 388–397. www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
- Saputra, D. I., & Ayuh, E. T. (2022). STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN UMUM DAERAH TIRTA HIDAYAH KOTA BENGKULU. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/.v2i2>
- Saputra, N. H. (2024). *Strategi Komunikasi Humas PT. Asianagro Agungjaya (APICAL) Dalam Meningkatkan Program Corporate Social Responsibility (CSR) di Wilayah Cilincing Jakarta Utara* [Universitas Bina Sarana Informatika].
[https://repository.bsi.ac.id/repo/55352/STRATEGI-KOMUNIKASI-HUMAS--PT.-ASIANAGRO-AGUNGJAYA-\(APICAL\)-DALAM-MENINGKATKAN-PROGRAM-CORPORATE-SOCIAL-RESPONSIBILITY-\(CSR\)--DI-WILAYAH-CILINCING-JAKARTA-UTARA](https://repository.bsi.ac.id/repo/55352/STRATEGI-KOMUNIKASI-HUMAS--PT.-ASIANAGRO-AGUNGJAYA-(APICAL)-DALAM-MENINGKATKAN-PROGRAM-CORPORATE-SOCIAL-RESPONSIBILITY-(CSR)--DI-WILAYAH-CILINCING-JAKARTA-UTARA)
- Setijanto, D. A. (2021). Pembentukan Citra Positif Akademi Angkatan Laut Melalui Latihan Praktek Pelayaran Kartika Jala Krida. *Commercium*, 4(3), 199–209.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/43728/37324/73445>
- Soleha, R. (2018). *Strategi Humas Dirjen Perhubungan Laut Dalam Membangun Citra Positif Melalui Bimbingan Teknis Media Sosial Bagi Tim Medsos UPT Tahun 2018* [Akademi Komunikasi BSI Jakarta]. <https://repository.bsi.ac.id/repo/14920/>
- TangerangPos. (2025, January 18). *Hari Ini Pembongkaran Pagar Laut, Pemuda Cituis Surya Bahari Siap Turut Serta Bantu Bongkar*. Tangerang Pos
- Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. (2025, May 10). *Sejarah TNI Angkatan Laut*. <https://www.tnial.mil.id/sejarahtnial/>
- Tunggala, S., & Fadilah. (2023). Strategi Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Tojo Una-una dalam membentuk citra positif. *SOCIETO COMMUNICATION JOURNAL*, 1(1), 1–15.
- V. Sidharta, A. Anisti, W. M. Arlena, & A. Azwar. (2021). Strategi Komunikasi Humas Biro Pemberitaan DPR RI Dalam Menjaga Citra Positif Organisasi. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 106–113.



<https://doi.org/https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/2337>

Vellayati, R. (2024). *Strategi Humas Sekretariat Jenderal DPR RI dalam Meningkatkan Citra Positif Melalui Program Edukasi Parlemen* [Universitas Bina Sarana Informatika]. <s://ppl-ai-file-upload.s3.amazonaws.com/web/direct-files/attachments/42400035/ec7757ef-276f-4a94-afb9-e6bd57a8306d/SKRIPSI-REGHYNA-VELLAYATII-NEW.pdf>

Wahdaniah, I., Toni, A., & Ritonga, R. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta ISKI*, 3(01), 67–74.

<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.57>

Wicaksono, I. B. (2018). *Strategi Humas Xiaomi Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Melalui Event Mi Pop Jakarta 2018* [Akademi Komunikasi BSI Jakarta]. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/15172>

Wijaya, R. A. (2022). *Strategi Komunikasi Publik Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam Menjaga Citra Positif dengan Penerapan Kode Etik Komunikasi* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62742/1/Rama%20Aptavia%20Wijayaa.pdf>

Wijayanti, I. (2024). *Strategi Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Bina Siswa Utama Bekasi* [Universitas Bina Sarana Informatika].

https://repository.bsi.ac.id/repo/files/414879/download/44200364_Intan-Wijayanti.pdf