

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *public relations* TNI AL yaitu Dinas Penerangan melaksanakan beberapa strategi dalam membangun citra dan reputasi di era digital. Strategi-strategi tersebut di antaranya :

1. Pada tahap *defining the problem and finding the facts*, Dinas Penerangan TNI AL memulai proses dengan mengidentifikasi berbagai isu strategis yang berpotensi memengaruhi citra dan reputasi institusi di ruang digital. Tahap ini dilakukan melalui pengumpulan dan analisis informasi yang bersumber dari pemberitaan media massa, percakapan di media sosial, serta berbagai masukan dari masyarakat. Selain itu, Dinas Penerangan TNI AL juga melakukan pemantauan terhadap opini dan persepsi publik dan evaluasi terhadap efektivitas pembangunan citra dan reputasi yang telah dilakukan. Hasil dari proses identifikasi tersebut menjadi dasar bagi praktisi *public relations* Dinas Penerangan TNI AL dalam memahami mengenali isu yang berkembang, serta menentukan langkah strategis yang tepat untuk membangun dan mempertahankan citra serta reputasi positif TNI AL di era digital.
2. Tahap *planning and programming*, Dinas Penerangan TNI AL menyusun strategi komunikasi berdasarkan hasil identifikasi isu dan analisis situasi yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Perencanaan diawali dengan

penentuan tujuan komunikasi, penyusunan pesan utama (*key message*), serta pemilihan media yang sesuai untuk menjangkau sasaran publik. Untuk mendukung efektivitas komunikasi di era digital, strategi yang dirancang mengintegrasikan berbagai kanal komunikasi digital, seperti media sosial resmi, situs web, serta publikasi audiovisual lainnya. Selanjutnya, strategi komunikasi tersebut dikoordinasikan dan didistribusikan kepada satuan kerja terkait, termasuk Dinas Penerangan Koarmada I dan Dinas Penerangan Koarmada II, agar implementasi komunikasi dapat berjalan secara terarah dan konsisten dalam membangun citra dan reputasi institusi.

3. Tahap *action and communication*, Dinas Penerangan TNI AL mulai mengimplementasikan strategi komunikasi yang telah disusun pada tahap perencanaan. Pelaksanaan strategi dilakukan melalui penyebaran informasi mengenai kegiatan dan berbagai program TNI AL yang bertujuan membangun citra dan memperkuat reputasi institusi di mata publik. Dalam proses implementasi tersebut, Dinas Penerangan TNI AL memanfaatkan berbagai media komunikasi digital, seperti konferensi pers, peliputan kegiatan, website resmi, serta akun media sosial resmi TNI AL. Selain menyampaikan informasi secara aktif kepada masyarakat, Dinas Penerangan TNI AL juga menjalin hubungan dengan awak media untuk mendukung publikasi yang akurat. Selama proses komunikasi berlangsung, pemantauan terhadap pemberitaan media dan respons publik di media sosial terus dilakukan sebagai bentuk evaluasi, sehingga strategi komunikasi dapat

disesuaikan dengan perkembangan isu yang muncul dan tetap efektif dalam membangun citra serta reputasi TNI AL di era digital.

4. Tahap terakhir dalam strategi *public relations* adalah *evaluating the program*, yaitu proses penilaian terhadap efektivitas pelaksanaan strategi komunikasi yang telah dijalankan. Pada tahap ini, Dinas Penerangan TNI AL melakukan evaluasi terhadap berbagai program dan aktivitas komunikasi melalui pemantauan pemberitaan di media massa, analisis respons masyarakat di media sosial, serta penilaian terhadap ketercapaian tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pembahasan internal guna mengidentifikasi kelebihan, kendala, serta peluang perbaikan dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Hasil evaluasi tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi berikutnya, sehingga setiap program yang dijalankan dapat semakin efektif dalam membangun, mempertahankan, dan meningkatkan citra serta reputasi TNI AL di era digital.

Secara keseluruhan, strategi *public relations* Dinas Penerangan TNI AL dalam membangun citra dan reputasi di era digital dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang saling berkaitan, mulai dari identifikasi isu dan analisis, penyusunan strategi komunikasi, pelaksanaan program komunikasi, hingga evaluasi terhadap efektivitas strategi yang telah dijalankan. Setiap tahapan dirancang dengan mempertimbangkan perkembangan lingkungan media digital, serta dinamika opini publik yang terus berubah. Melalui pemanfaatan berbagai kanal komunikasi, baik media massa maupun media digital, Dinas Penerangan TNI

AL berupaya menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan transparan kepada masyarakat. Dengan demikian, strategi *public relations* yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi upaya strategis dalam membangun kepercayaan publik, memperkuat citra positif, serta menjaga reputasi TNI AL di era digital.

5.2 Saran

Menurut hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Dinas Penerangan TNI AL sebagai *public relations* dalam membangun citra dan reputasi ke depannya, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian *public relations* pada lembaga pemerintahan dan institusi militer. Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana Dinas Penerangan TNI AL menerapkan strategi *public relations* dalam membangun citra dan reputasi di era digital melalui tahapan *defining the problem and finding the facts, planning and programming, taking action and communicating*, serta *evaluating the program*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji strategi *public relations* TNI AL dengan perspektif atau teori yang berbeda, seperti Excellence Theory atau Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengeksplorasi efektivitas pemanfaatan media digital, media sosial, dan berbagai program komunikasi publik yang dijalankan Dinas Penerangan TNI AL dalam membangun kepercayaan, citra,

dan reputasi institusi di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat.

5.2.2 Saran Praktis

1. Penguatan, berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Dinas Penerangan TNI AL untuk meningkatkan efektivitas strategi *public relations* dalam membangun citra dan reputasi di era digital. Pertama, Dinas Penerangan TNI AL diharapkan dapat memperkuat program komunikasi publik yang bersifat edukatif dan berkelanjutan guna meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tugas, fungsi, serta peran strategis TNI AL dalam menjaga kedaulatan maritim Indonesia. Program tersebut dapat diwujudkan melalui webinar, podcast, diskusi publik, kunjungan edukatif, maupun kampanye digital yang melibatkan berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.
2. Optimalisasi, Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pelaksanaan strategi *public relations* Dinas Penerangan TNI AL di lapangan masih cenderung berjalan berdasarkan pengalaman praktis dan kebiasaan institusional, tanpa didasari pemahaman teori komunikasi yang memadai di kalangan personel pelaksananya. Oleh karena itu, disarankan agar Dinas Penerangan TNI AL menyusun strategi komunikasi yang lebih sistematis dengan berlandaskan pada teori-teori komunikasi yang sesuai, seperti model *four steps of public relations* (Cutlip, Center, dan Broom) yang mencakup tahap *fact finding*, *planning*, *communicating*, hingga *evaluating* secara konsisten dan terukur, maupun *excellence theory* (Grunig) yang

menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris antara institusi dan publiknya. Penerapan teori-teori tersebut secara konsisten diharapkan dapat membantu Dinas Penerangan TNI AL dalam merumuskan tujuan komunikasi yang lebih terarah, memilih pendekatan pesan yang tepat sasaran, serta mengevaluasi efektivitas program secara lebih objektif, bukan hanya berdasarkan intuisi maupun arahan hierarki semata. Dengan demikian, penguasaan teori komunikasi yang baik oleh personel Dinas Penerangan tidak hanya akan meningkatkan profesionalisme kehumasan TNI AL, tetapi juga memperkuat efektivitas strategi dalam membangun citra dan reputasi institusi secara berkelanjutan di tengah dinamika perkembangan media digital.