

MODEL KOMUNIKASI GRUNIG DAN HUNT PADA HUMAS BEA CUKAI BOGOR DALAM DISTRIBUSI INFORMASI

NIDA HAMIDAH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Model Komunikasi Grunig dan Hunt pada Humas Bea Cukai Bogor dalam Distribusi Informasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Nida Hamidah
J0301211049

RINGKASAN

NIDA HAMIDAH. Model Komunikasi Grunig dan Hunt pada Humas Bea Cukai Bogor dalam Distribusi Informasi. Dibimbing oleh ABUNG SUPAMA WIJAYA.

Distribusi informasi memerlukan proses komunikasi yang terstruktur agar dapat berjalan dengan baik. Selaras dengan hal tersebut, diperlukan pedoman teori berupa model komunikasi yang berfungsi sebagai kerangka kerja, sehingga distribusi informasi dapat lebih terarah. Model komunikasi ini dapat menggambarkan pola komunikasi yang terjadi dari pengirim kepada penerima pesan, serta membantu dalam menentukan saluran komunikasi yang sesuai. Begitu pun di kantor Bea dan Cukai Bogor yang belum memiliki pedoman teori khusus untuk dijadikan acuan dalam distribusi informasi, sehingga instansi ini membutuhkan model komunikasi yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam mendistribusikan informasi kepada publik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana model komunikasi yang dilakukan oleh Humas Bea Cukai Bogor dalam mendistribusikan informasi. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguraikan alur distribusi informasi serta menjelaskan model komunikasi yang dilakukan oleh Humas Bea Cukai Bogor dalam distribusi informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta penggunaan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan terhitung dari bulan Maret sampai dengan Mei 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Bea Cukai Bogor melakukan distribusi informasi melalui beberapa tahapan, dimulai dari pengumpulan informasi dari berbagai sumber, pengelompokan informasi, penentuan media komunikasi, produksi informasi, pengolahan informasi, tahap *approval*, hingga publikasi dan distribusi informasi. Selain itu, Humas Bea Cukai Bogor menerapkan seluruh model komunikasi yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt melalui berbagai media, baik media *online* maupun media massa, dengan komunikasi secara *online* maupun langsung. Keempat model tersebut meliputi model agen pemberitaan/publisitas, model informasi publik, model asimetris dua arah, dan model simetris dua arah, yang di mana model tersebut menggambarkan pola komunikasi antara Humas Bea Cukai Bogor dan publiknya. Saran dari penulis ialah Humas Bea Cukai Bogor harus memiliki pedoman yang jelas dalam mendistribusikan informasi, menggunakan *template* konten selaras dengan kantor pusat, serta pada model asimetris dua arah dapat dilakukan melalui media digital untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

Kata kunci: distribusi informasi, humas, model komunikasi



SUMMARY

NIDA HAMIDAH. Grunig and Hunt Communication Model in Bogor Customs Public Relations in Information Distribution. Supervised by ABUNG SUPAMA WIJAYA.

Information distribution requires a structured communication process to run well. In line with this, a theoretical guideline is needed in the form of a communication model that serves as a framework, so that the distribution of information can be more directed. This communication model can describe the communication patterns that occur from the sender to the recipient of the message, and help in determining the appropriate communication channel. Likewise, the Bogor Customs and Excise office does not yet have specific theoretical guidelines to serve as a reference in information distribution, so this agency needs a communication model that can be used as a guideline in distributing information to the public.

This research was conducted to find out how the communication model carried out by the Bogor Customs Public Relations in distributing information. The purpose of this research is to describe the flow of information distribution and explain the communication model carried out by the Bogor Customs Public Relations in information distribution. The method used in this research is descriptive with a qualitative approach and the use of data collection techniques in the form of observation, interviews, and literature studies. This research was conducted for 3 months from March to May 2025.

The results showed that the Bogor Customs Public Relations carried out information distribution through several stages, starting from collecting information from various sources, grouping information, determining communication media, producing information, processing information, approval stage, to publication and distribution of information. In addition, Bogor Customs Public Relations applies all communication models proposed by Grunig and Hunt through various media, both online and mass media, with online and direct communication. The four models include the news agency/publicity model, the public information model, the two-way asymmetrical model, and the two-way symmetrical model, in which the model describes the communication pattern between the Bogor Customs Public Relations and its public. Suggestions from the author are that Bogor Customs Public Relations must have clear guidelines for distributing information, use content templates in line with the head office, and in the two-way asymmetrical model can be done through digital media to reach a wider audience.

Keywords: communication model, information distribution, public relations



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

MODEL KOMUNIKASI GRUNIG DAN HUNT PADA HUMAS BEA CUKAI BOGOR DALAM DISTRIBUSI INFORMASI

NIDA HAMIDAH

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, M.S.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Model Komunikasi Grunig dan Hunt pada Humas Bea Cukai
Bogor dalam Distribusi Informasi

Nama : Nida Hamidah
NIM : J0301211049

Disetujui oleh

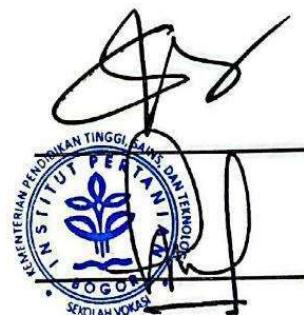
Pembimbing:
Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:
(23 Juni 2025)

Tanggal Lulus:
()



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah Model Komunikasi Humas, dengan judul “Model Komunikasi Grunig dan Hunt pada Humas Bea Cukai Bogor dalam Distribusi Informasi”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si., yang telah membimbing, memberikan arahan, masukan dan saran kepada penulis. Terima kasih juga kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., sebagai Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., sebagai Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen-dosen dan seluruh staf Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Erli Haryanto selaku Kepala Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian, terima kasih juga kepada Rizky Novrian Saputra, Ricky Adi Kuswanto, Yustika Dwiana Maharani, Fahmi Fathullah, Ristiawan, serta seluruh pegawai Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi Kantor Bea dan Cukai Bogor, selaku pembimbing lapangan dan narasumber penelitian yang memberikan arahan, masukan, serta bimbingannya selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan penelitian yang telah membantu penulis selama pengumpulan data.

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada orang tua penulis, Jaenudin dan Susi Susyana, kakak penulis Ezzy Ramadhina, serta adik penulis Muhammad Al-Hafiz, yang selalu mendukung, berjuang dengan tetes keringat, selalu mendengarkan suka, duka, dan keluh kesah penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Irfan Sanjaya, Amima, Nurul, Fiskiyya, Ajeng, Cindy, Cholen, Siti Meirisa, Kenya, Desfa, Balqis, Neng, Amalia, Khansa, Ellena, Lisa, Nadira, kerabat, sahabat, serta teman-teman yang selalu menemani dan ada setiap saat untuk penulis, sudah membantu penulis, memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan karya ilmiah ini dengan baik dan lancar.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti bagi penulis untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bogor, Juli 2025

Nida Hamidah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
III METODE	23
3.1 Lokasi dan Waktu	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3 Teknik Analisis Data	24
3.4 Subyek Penelitian	25
3.5 Data dan Instrumen	25
3.6 Keabsahan Data	26
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Instansi	27
4.2 Alur Distribusi Informasi	30
4.3 Model Komunikasi Grunig dan Hunt	37
V SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	71



DAFTAR TABEL

2.1	Karakteristik empat model Grunig dan Hunt	8
2.2	Penelitian terdahulu	10
3.1	Daftar informan wawancara	24
4.1	Hasil survei humas Bea Cukai Bogor	49
4.2	Capaian layanan informasi dan kehumasan tahun 2024	52

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka pemikiran	21
4.1	Kantor Bea Cukai Bogor	27
4.2	Logo Direktorat Jenderal Bea dan Cukai	29
4.3	Struktur organisasi kantor Bea Cukai Bogor	30
4.4	<i>Template</i> media sosial humas Bea Cukai Bogor	34
4.5	Alur distribusi informasi oleh humas Bea Cukai Bogor (2025)	36
4.6	Website berita Bea Cukai Bogor	39
4.7	Media berita <i>online</i>	40
4.8	Publisitas melalui YouTube media berita <i>online</i>	40
4.9	Konten berita Bea Cukai Bogor	41
4.10	Konten hari besar	42
4.11	Website PPID Bea Cukai Bogor	43
4.12	Konten informasi melalui media sosial	44
4.13	Konten media sosial TikTok Bea Cukai Bogor	45
4.14	Konten media sosial YouTube Shorts Bea Cukai Bogor	45
4.15	Siaran radio oleh humas Bea Cukai Bogor	46
4.16	Poster informasi <i>talkshow</i> siaran radio	47
4.17	<i>Podcast</i> sosialisasi oleh humas Bea Cukai Bogor	48
4.18	Unggahan hasil survei kepuasan pengguna jasa	50
4.19	Kegiatan Coffee Morning Bea Cukai Bogor	54
4.20	Sesi diskusi kegiatan Coffee Morning	55

DAFTAR LAMPIRAN

1	Panduan dan transkrip wawancara	65
2	Dokumentasi wawancara informan	70