

**KAMPANYE *PUBLIC RELATION* DEWAN ENERGI NASIONAL
TENTANG ENERGI TERBARUKAN
*GOES TO CAMPUS***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh :

Nur Rifqi Fadhilah

210900035

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2025**

***PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN OF THE NATIONAL ENERGY COUNCIL
ON RENEWABLE ENERGY
GOES TO CAMPUS***

THESIS

***Submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor's Degree in Communication Science***



Nur Rifqi Fadhilah

210900035

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

JAKARTA

2025

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2025
Yang membuat Pernyataan,



(Nur Rifqi Fadhilah)

210900035

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Nur Rifqi Fadhilah
NIM : 210900035
JUDUL : Komunikasi *Public Relations* Dewan Energi Nasional
Tentang Energi Terbarukan Goes To Campus
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Juli 2025

Pembimbing II

(Drs. Solten Rajagukguk. M.M)

Menyetujui,

Pembimbing I

(Helen Olivia. M.I.Kom)

Menyetujui,

Ketua Program Studi

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

Dekan FISIP

(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Rifqi Fadhilah
NIM : 210900035
Judul : Kampanye *Public Relation* Dewan Energi Nasional Tentang
Energi Terbarukan *Goes To Campus*
Program : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Jakarta, 28 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji
(Helen Olivia, S.Ikom, M.I.Kom)

Anggota Penguji I
(Fitri Sarasati, M.Sc)

Anggota Penguji II
(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom., M.I.Kom)

Dekan FISIP

(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : NUR RIFQI FADHILAH
NIM : 210900035
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN : HUBUNGAN MASYARAKAT

Kampanye *Public Relation* Dewan Energi Nasional Tentang Energi Terbarukan Goes To Campus

JUMLAH HALAMAN : 150 halaman
BIBLIOGRAFI : 29 Buku, 14 Jurnal, 8 Website

Abstrak

Rendahnya pemahaman mahasiswa dan masyarakat tentang energi terbarukan menjadi dasar penelitian ini. Dewan Energi Nasional (DEN) melalui program DEN Goes To Campus melaksanakan kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran generasi muda mengenai pentingnya transisi energi nasional dan pemanfaatan energi berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan Teori Manajemen Relasi dengan empat dimensi: kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan kontrol kebersamaan untuk menganalisis strategi komunikasi DEN dengan mahasiswa.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan dari pihak DEN dan mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye DEN Goes To Campus dinilai efektif. DEN berhasil membangun kepercayaan melalui informasi akurat, menunjukkan komitmen melalui konsistensi kampanye, menciptakan kepuasan dengan materi menarik, dan mendorong partisipasi aktif mahasiswa melalui kontrol kebersamaan.

Kesimpulannya, program ini berhasil meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang energi terbarukan dan memperkuat kerja sama DEN dengan perguruan tinggi.

Kata Kunci : Kampanye, Energi Terbarukan, Dewan Energi Nasional, *Public Relations*, Manajemen Relasi
Pembimbing I : Helen Olivia., M.Ikom
Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, M.M

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : NUR RIFQI FADHILAH
NIM : 210900035
STUDY PROGRAM : ILMU KOMUNIKASI
SPESIALISTIES : *PUBLIC RELATION*

*PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN OF THE NATIONAL ENERGY COUNCIL ON
RENEWABLE ENERGY GOES TO CAMPUS*

Number of Pages : 150 page
BIBLIOGRAFI : 29 Books + 14 Journals + 8 Website

Abstract

The low level of understanding among students and the public about renewable energy forms the basis of this research. The National Energy Council (DEN) launched the DEN Goes To Campus program to raise awareness and educate young generations about the national energy transition.

This study applies the Relationship Management Theory with four main dimensions: trust, commitment, satisfaction, and shared control, to analyze DEN's communication strategies in building effective relationships with students..

The research uses a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation. Informants include DEN representatives and students who participated in the campaign.

Findings indicate that the DEN Goes To Campus campaign is effective. DEN builds trust through accurate information, shows commitment via campaign consistency, ensures satisfaction with engaging materials, and fosters shared control by involving students actively in discussions and interactive activities.

The program has achieved most of its objectives, improving students' understanding of renewable energy while strengthening long-term collaboration between DEN and universities in supporting the national energy transition.

Keywords : Campaign, Renewable Energy, National Energy Council, Public Relations, Relationship Management
Advisor I : Helen Olivia., M.Ikom
Advisor II : Drs. Solten Rajagukguk, M.M