

**PERAN PUBLISITAS SEBAGAI STRATEGI PR DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

(STUDI KASUS INSTAGRAM @erwingutawamusicsschool)

SKRIPSI TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial Universitas Bakrie



Larasati Rachel Harsono Putri

1151003219

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya milik saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Larasati Rachel Harsono Putri

NIM : 1151003219

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Larasati Rachel Harsono Putri

NIM : 1151003219

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Peran Publisitas Sebagai Strategi PR Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Instagram @erwingutawamusicschool)

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

DEWAN PENGUJI

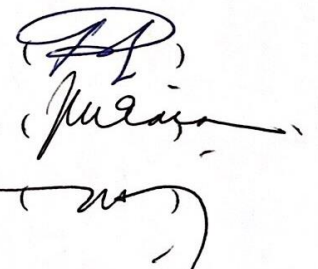
Pembimbing 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

Penguji 1 : Mirana Hanathasia S.Sos., M.Media Prac

Penguji 2 : Suharyanti M.S.M.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2019



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan untuk Tuhan Yesus Kristus karena hanya dalam kuasa, kasih dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **Peran Publisitas Sebagai Strategi PR Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Instagram @erwingutawamusicschool)** dengan baik.

Tujuan dibuatnya penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan Strata Satu (S1) dalam program studi Ilmu Komunikasi, yang sedang penulis jalani. Lebih daripada itu, dalam kesempatan kegiatan penelitian ini penulis juga berkesempatan untuk dapat mengimplementasikan pembelajaran yang telah ditempuh selama kuliah di Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini, banyak hal yang telah menjadi inspirasi, motivasi dan pelajaran baru untuk penulis. Karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa bersyukur dan berterima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus

Pertama dan paling utama, penulis menyampaikan rasa sangat bersyukur dan berterima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus. Hanya karena kasih dan kuasa-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis memiliki harapan yang besar agar tugas akhir ini dapat menjadi saluran berkat untuk orang lain dalam berbagai hal apapun dan nama Tuhan semakin dimuliakan.

2. Papa dan Mama juga Angga

Kepada kedua orang tua, Papa dan Mama penulis yang selalu menyayangi dan mendukung penulis. Tak terhitung kata terima kasih yang ingin penulis sampaikan kepada sepasang orang yang sangat berharga dalam hidup penulis. Semoga keberhasilan penulis menyelesaikan tugas akhir ini menjadi salah satu bentuk kebahagiaan yang dapat penulis berikan untuk Papa dan Mama, dan semakin banyak kebahagiaan lain yang dapat penulis berikan untuk kedua orang tua. Terima kasih juga adik Angga telah mengajarkan penulis untuk bersabar.

3. Keluarga Rumah Tebet dan Keluarga Rumah Jatinegara

Rasa terima kasih yang besar juga penulis sampaikan kepada keluarga besar yang mendukung penulis, secara moral dan materil untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Tante Daisy, Om Sonny, Abang Glenn, Kak Gaby, Melisa terima kasih selalu memberikan keterbukaan untuk saling bercerita dan mengajarkan banyak hal kepada penulis. Ayah Ali, satu-satunya kakek tercinta, Bunda Eli dan

Bang Dede yang juga banyak berkontribusi untuk mendukung penulis dalam proses pembuatan penulisan tugas akhir ini.

4. Miss Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si

Terima kasih untuk Miss DP yang sangat memberikan pengertian dan perhatiannya untuk penulis dan teman-teman lain yang juga dibimbingnya. Terima kasih juga untuk kesabarannya memperbaiki kesalahan penulis agar penulisan laporan ini bisa menjadi yang terbaik yang penulis kerjakan. Terima kasih untuk selalu mengajarkan penulis menjadi seorang yang lebih baik.

5. Bu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac

Sebagai dosen yang selalu dengan sabar mengajar dan membimbing penulis serta teman-teman peminatan Public Relations Angkatan 2015, penulis sebagai perwalikan teman-teman melalui tulisan ucapan ini sangat berterima kasih atas perhatian Bu Mirana yang tercurah untuk kami selama ini.

6. Bu Suharyanti, M.S.M.

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti sebagai Kaprodi jurusan Ilmu Komunikasi karena telah bekerja keras untuk memberikan pendidikan dan pembelajaran yang terbaik untuk penulis dan seluruh teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, khususnya tahun Angkatan 2015.

7. Gengges

Terima kasih kepada saudari-saudari Bella Putri, Reni, Yese, serta saudara sejak SMA, Theo. Sebuah keluarga yang dipertemukan ketika sudah dewasa di kampus. Definisi jauh dimata dekat di hati.

8. Teman-teman Public Relations 2015

Kepada Fakhri, Thalia, Glinka, Iyet, Nanay, Lilin, Dessy, Citra, Kintan, Evan, Alen, Arthur, dan seluruh teman-teman peminatan *public relations* Universitas Bakrie angkatan 2015, *you rock!* Terima kasih banyak telah menjadi pendukung yang sangat besar kontribusinya dalam penulisan tugas akhir ini. Serta untuk semua masukan, semangat, dan perhatian yang kita semua saling berikan.

9. Teman-teman Bimbingan Miss Dian Putri

Terima kasih untuk Rifda, Salam Akbar, Yudhis, Aul dan teman teman yang lain, untuk setiap dukungan, motivasi, dan kerja sama dalam melewati setiap proses penulisan tugas akhir ini. Semoga semangat pengerjaan tugas akhir ini, terus ada dan semakin baik saat kita semua telah lulus dan wisuda bersama.

10. Seluruh Keluarga Besar dan Teman-Teman Tersayang

Terima kasih atas doa serta dukungan baik secara moral dan materi yang diberikan oleh keluarga besar, Kak Iya, Kak Cherry, Tasya, Tante Sandra, Oma Susi, Tante Uly, Tante Vivi, Kak Ifa, Rara, Nyakwa Wiwiek, Nyakwa Ida, Kak Putri, Kak Kiki, Kak Fatma, Kak Inang dan seluruh keluarga besar yang tidak tersebut namanya. Juga kepada teman-teman penulis yang selalu setia mendampingi penulis selama bertahun-tahun Bibah, Nabila, Sahri, Icon, Panjul, Bella Yunada, Monica, Icha, Niken, Aldo, Iwan, Ervina, Abay, Abie, Wednes, Tamara, Mira dan juga semua teman-teman yang tidak disebutkan namanya satu per satu.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Penulis,

Larasati Rachel Harsono Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Larasati Rachel Harsono Putri

NIM : 1151003219

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Peran Publisitas Sebagai Strategi PR dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Instagram @erwingutawamusicsschool)”

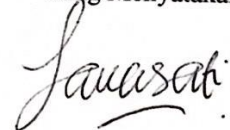
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Larasati Rachel Harsono Putri

**PERAN PUBLISITAS SEBAGAI STRATEGI PR DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(STUDI KASUS INSTAGRAM @erwingutawamusicsschool)**

LARASATI RACHEL HARSONO PUTRI

ABSTRAK

Suatu perusahaan dalam melakukan komunikasi kepada publiknya, tidak lepas dari penggunaan salah satu strategi PR, yaitu publisitas. Pentingnya publisitas bagi sebuah instansi adalah karena keterkaitannya dengan citra (*image*), namun publisitas juga dapat meningkatkan *brand awareness* pada organisasi atau instansi dengan mengoptimalkan media sosial. Salah satu contoh kasusnya adalah Erwin Gutawa *Music School*, sebuah perusahaan rintisan dengan menggunakan akun Instagram @erwingutawamusicsschool sebagai media publisitasnya. Penelitian ini menggunakan strategi PR yang berfokus pada publisitas. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah *in-depth interview* dengan dua orang *narasumber* informan, dan seorang triangulator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk menjalankan strategi publisitas, haruslah dilakukan dengan manajemen yang baik yaitu secara khusus dan profesional sesuai dengan salah satu unsur dari publisitas. Dengan demikian, jika publisitas yang dilakukan oleh Erwin Gutawa *Music School* intens maka akan selaras dalam meningkatkan *brand awareness*nya.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Media Sosial Instagram, Publisitas, Perusahaan Rintisan, @erwingutawamusicsschool

**PERAN PUBLISITAS SEBAGAI STRATEGI PR DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(STUDI KASUS INSTAGRAM @erwingutawamusicsschool)**

LARASATI RACHEL HARSONO PUTRI

ABSTRACT

A company in communicating to the public, can not be separated from the use of one of the PR strategies, namely publicity. The importance of publicity for an agency is due to its association with the image (image), but publicity can also increase brand awareness in organizations or agencies by optimizing social media. One example of the case is Erwin Gutawa Music School, a startup that uses the Instagram account @erwingutawamusicsschool as its publicity media. This research uses a public relations strategy that focuses on publicity. This research method is a case study with a qualitative approach. The data analysis technique used was in-depth interviews with two informants, and a triangulator. The results showed that the use of social media Instagram as a media to carry out publicity strategies, must be done with good management that is specifically and professionally in accordance with one element of publicity. Thus, if the publicity carried out by Erwin Gutawa Music School is intense, it will be aligned in increasing its brand awareness.

Keyword : *Brand Awareness, Social Media Instagram, Publicity, Startup, @erwingutawamusicsschool*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	20
2.2.1 Public Relations	20
2.2.2 <i>Cyber Public Relations/ e-PR</i>	23

2.2.3 Media Baru (Instagram)	24
2.2.4 Publisitas.....	27
2.2.5 Perusahaan Rintisan (<i>Startup</i>)	29
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Sumber Data	38
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	41
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	43
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	44
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Profil Erwin Gutawa Music School	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	48
4.1.3 Logo Erwin Gutawa <i>Music School</i>	49
4.1.4 Struktur Organisasi Erwin Gutawa <i>Music School</i>	51
4.1.5 Aktivitas Perusahaan	52
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
4.2.1 General Manager.....	53

4.2.2 Admin Instagram @erwingutawamusicsschool.....	54
4.2.3 Triangulator	54
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Strategi PR (Publisitas)	55
4.3.2 <i>Brand Awareness</i>	63
4.4 Pembahasan.....	67
4.4.1 Pesan dalam Strategi PR Publisitas dan <i>Brand Awareness</i> pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool	67
4.4.2 Media dalam Strategi PR Publisitas pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool.....	68
4.4.3 Manajemen dalam Strategi PR Publisitas pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool.....	68
4.4.4 <i>Audience</i> dalam Strategi PR Publisitas pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool.....	69
4.4.5 Tujuan dalam Strategi PR Publisitas pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool.....	69
4.4.7 Brand Ambassador dalam Brand Awareness pada akun Instagram @erwingutawamusicsschool.....	70
BAB V.....	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
5.2.1 Saran Teoritis	72
5.2.2 Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat Pertumbuhan Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia ...2	
Gambar 4. 1 Logo Program Music Course	46
Gambar 4. 2 Logo Program Music Lovers	47
Gambar 4. 3 Logo Program <i>Music College</i>	47
Gambar 4. 4 Logo Program <i>Music Preneur</i>	48
Gambar 4. 5 Logo Lama Erwin Gutawa <i>Music School</i>	49
Gambar 4. 6 Logo Baru (1) Erwin Gutawa <i>Music School</i>	50
Gambar 4. 7 Logo Baru (2) Erwin Gutawa <i>Music School</i>	50
Gambar 4. 8 Struktur Organisasi Erwin Gutawa <i>Music School</i>	52
Gambar 4. 9 Asmoro Jati, General Manager	53
Gambar 4. 10 Gabriel Harvianto, Admin Instagram	54
Gambar 4. 11 Ari Kurnia M.Ikom, Triangulator	55
Gambar 4. 12 Profil akun Instagram @erwingutawamusicschool	57
Gambar 4. 13 Content (1)	59
Gambar 4. 14 Content (2)	60
Gambar 4. 15 Content (3)	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	13
Tabel 3. 1 Narasumber Wawancara Mendalam	39
Tabel 3. 2 Operasional Konsep	41