

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SAHABAT
HANIF DHAKIRI KOTA BEKASI DALAM PENGELOLAAN
INSTAGRAM @sahadhabekasi**

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**



NURUL LAILATUL INDRIYANI

1151003189

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

2019

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nurul Lailatul Indriyani

NIM : 1151003189

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi :

Strategi Marketing Public Relations @sahadabekasi dalam Upaya Pembentukan Personal Branding Hanif Dhakiri. (Studi Kasus pada Sosial Media Instagram Komunitas Sahabat Hanif Dhakiri di Wilayah Kota Bekasi, Pada Masa Kampanye 2019)

Jakarta, 14 Mei 2019

Pembimbing



Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

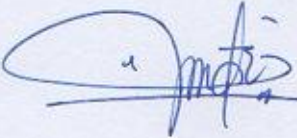
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Nurul Lailatul Indriyani

NIM : 1151003189

Tanda Tangan

: 

Tanggal : 23 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nurul Lailatul Indriyani
NIM : 1151003189
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Sahabat Hanif
Dhakiri Kota Bekasi Dalam Pengelolaan Instagram
@Sahadhabekasi

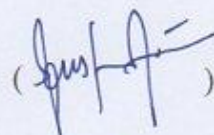
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos., M.Si



Penguji 2 : Altobeli Lobodally, S.Sos, M.Ikom



Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji dan syukur kepada Allah SWT penulis ucapkan karena dengan rahmat, nikmat, serta karunianya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi *Marketing public relations* Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi Dalam Pengelolaan Instagram @sahadhabekasi” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT

Alhamdulillah rabbi’alamin segala puji atas kehadiran Allah SWT rasa syukur yang tidak ada henti-hentinya penulis panjatkan kepada illahi robbi atas karunia nikmat serta pertolongan kepada penulis sejak awal dimulainya masa perkuliahan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini demi memperoleh gelar sarjana seperti sebagaimana yang selama ini penulis perjuangkan.

2. Bapak, Mama, Annisa, Aisyah

Terima kasih penulis ungkapkan kepada keluarga tercinta Bapak dan Mama sebagai orang tua, Annisa dan Aisyah sebagai adik yang telah sepenuhnya mendukung penulis dalam menimba ilmu dari penulis lahir, TK, SD, SMP, SMK, hingga Kuliah, dan pada saat penyelesaian tugas akhir Skripsi ini. Terimakasih atas kasih sayang, kebaikan, hingga bimbingan yang diberikan kepada penulis dari lahir hingga sekarang yang tentunya penulis tidak dapat membalas kebaikan Bapak dan Mama serta adik-adik. Terimakasih juga atas dukungan moril serta materil yang

diberikan, serta segenap doa, upaya, kekuatan, semangat, dan penyertaan kalian senantiasa hingga penulis menyelesaikan studi S1.

3. Keluarga Besar Ahmad Supandi dan Harjo Suroto

Terimakasih kepada keluarga besar penulis atas semangat, dukungan, serta kesetiaan dari mulai penulis lahir hingga saat ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dikehidupan penulis kedepannya nanti. Terimakasih banyak alm. mbah Kakung, almh. Mbah Putri, Budeh, Pakde, Bulek, Paklek, Mba, Mas, Adik, serta ponakanku yang selalu mendukung penulis dan juga selalu memberi masukan baik moril serta materil, dan juga nasihat untuk bekal di dunia serta akhirat. Semoga sehat selalu dan semakin kompak.

4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Tuti selaku dosen pembimbing yang sudah dengan begitu baik dan sabarnya membimbing penulis hingga tugas akhir ini bisa diselesaikan dengan baik. Terima kasih untuk semua arahan dan ilmu yang Ibu kerahkan, terima kasih juga untuk semangat dan kalimat-kalimat yang menguatkan kala penulis menjalani masa-masa yang berat dalam penulisan tugas akhir ini.

5. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Penulis juga berterima kasih sedalam-dalamnya kepada para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie untuk ilmu, bimbingan, dan arahan selama penulis menjalani masa perkuliahan dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih sudah membagikan banyak sekali hal yang menjadi bekal bagi penulis untuk dapat menjadi lulusan ilmu komunikasi yang berkredibilitas, berpengetahuan, dan bertanggung jawab.

6. Pak Yanto serta Ibu

Terima kasih sedalam-dalamnya juga penulis sampaikan untuk pak Yanto serta ibu yang sering membimbing penulis dalam hal dunia maupun akhirat. Terimakasih masukan serta dukungan yang selalu diberikan

penulis sejak awal perkuliahan hingga sampai saat ini. Semoga bapak dan ibu senantiasa sehat wal'afiat, dan semoga silaturahmi antara kita selalu terjalin baik.

7. Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi (Sahadha Bekasi)

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada komunitas Sahadha Bekasi yang sudah dengan sangat terbuka untuk mengizinkan penulis menjadikan Sahadha Bekasi ini sebagai objek utama penelitian. Terima kasih untuk seluruh jajaran terkhususnya ketua dari komunitas Sahadha Bekasi Bang Rizki Topananda, mas Adi sebagai pembendaharaan, Cak Syamsul sebagai ketua dari publikasi dan media massa, dan juga seluruh bagian anggota yang sudah turut serta mengambil bagian dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada segenap mahasiswa/i, teman-teman Ilmu Komunikasi 2015 untuk menjadi teman seperjuangan. Terima kasih untuk kebersamaan yang kurang lebih berjalan selama 4 tahun ini, terima kasih telah menjadi bagian dari masa-masa pendidikan memperoleh gelar sarjana yang kita perjuangkan bersama di Universitas Bakrie.

9. Adi Isomudin Mukhoer

Terimakasih atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama dalam masa perkuliahan serta turut andil dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih atas semangatnya dan juga masukan yang sangat berguna sekali dalam kehidupan penulis, semoga mas Adi selalu sehat, sabar dan terus bisa membuat penulis lebih baik lagi di kedepannya nanti.

10. Karuniawati Harumi

Terimakasih banyak kepada sahabat sedari SMP penulis hingga saat ini. Terimakasih telah setia, sabar, dan selalu membantu penulis dalam

berbagai hal dan juga selalu berusaha ada meski jarak Malang dan Bekasi jauh tapi tidak memutus silaturahmi kita berdua.

11. Puspa, Ica, Noni, Oce, Nisya, Kiara, Mira

Terima kasih teruntuk kalian semua sudah menjadi teman sekaligus sahabat di dunia perkampusan seperjalanan dan teman seperjuangan yang senantiasa tulus menemani dan memberikan banyak sekali pertolongan sepanjang masa perkuliahan dan juga dalam perjuangan penulisan tugas akhir ini. Terima kasih untuk semangatnya, selalu mendorong penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

12. Bekasi Squad

Terima kasih juga untuk Bekasi Squad yang beranggotakan Noni, Nadila, Elisa, Puspa, Rose, dan Annisa yang menjadi teman seperjalanan dalam perkuliahan dan juga teman seperjalanan pulang. Satu hal yang juga tak akan pernah terlupakan dari masa perkuliahan ini ialah kebersamaan dalam pulang dan pergi kuliah yang penuh perjuangan menaiki KRL, meski penulis tidak setiap hari menaiki KRL namun silaturahmi dan kedekatan masih tetap terjalin.

13. Uci, Kiwi, Alen, Fadly

Terima kasih juga banyak penulis haturkan kepada pertemanan yang telah banyak membantu di masa perkuliahan ini. Terima kasih untuk pertemanan yang tiba-tiba terbentuk karna acara live di tv, yang membuat perkuliahan lebih berwarna. Terima kasih untuk kebersamaan dan canda tawa yang selalu ada di antara kita, semoga silaturahmi antara kita semua tidak putus sampai disini.

14. Ka Tya, Mba Mita, Viky

Terima kasih juga teruntuk teman-temanku yang penulis anggap sebagai saudara sendiri. Terimakasih kalian sudah selalu ada dan selalu mendukung penulis dalam tugas apapun. Terimakasih atas segala masukan

serta asupan yang sering tidak terkontrol jika sudah kumpul. Semoga kalian tetap sabar dan selalu ada walaupun dalam kondisi dadakan seperti tahu bulet. Terimakasih dan sehat selalu kalian.

15. KANSAS 16

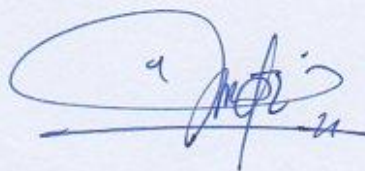
Terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-temanku dari paskibra sekolah yaitu Deibie, Aji, Ikhwan, Asep, Feri, Jaist, Andi, Apri yang telah sama-sama belajar tanggung jawab, serta ketegasan di dunia organisasi paskibra. Terimakasih banyak atas dukungan serta banyaknya pengalaman baik itu di dunia perlombaan ataupun pengalaman pribadi masing-masing. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.

16. Zomb

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman kelas multimedia B yang telah menjadi teman penulis dari SMK hingga saat ini. Terimakasih banyak atas waktu yang sampai saat ini masih sering kumpul walaupun tidak lengkap mudah-mudahan silaturahmi diantara kita selalu terjalin.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 09 Agustus 2019



Nurul Lailatul Indriyani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nurul Lailatul Indriyani
NIM : 1151003189
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:

“Strategi *Marketing public relations* Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi dalam Pengelolaan Instagram @sahadhabekasi”

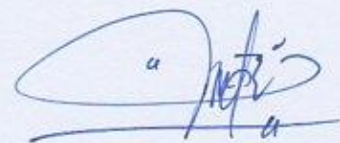
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Nurul Lailatul Indriyani

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SAHABAT HANIF DHAKIRI KOTA BEKASI DALAM PENGELOLAAN INSTAGRAM @sahadhabekasi

Nurul lailatul Indriyani

ABSTRAK

dalam penelitian ini penulis menganalisis tentang bagaimana strategi *Marketing public relations* Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi dalam pengelolaan sosial media Instagram @sahadhabekasi pada saat masa kampanye tahun 2019 dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat bagaimana Sahabat Hanif Dhakiri (Sahadha Bekasi) menerapkan *push, pull, pass* pada strategi *Marketing public relations* yang diterapkan melalui *platform digital*, dalam hal ini akun media sosial instagram @sahadhabekasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dengan pengamatan dan penelusuran langsung terhadap akun Instagram @sahadhabekasi dan data sekunder diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam terhadap para informan. Hasil dari penelitian ini komunitas Sahadha Bekasi menerapkan semua strategi *marketing public relations* yaitu *push, pull, pass*. Adapun diantaranya menjadikan postingan instagram menjadi *soft selling* dengan tidak mengajak secara langsung untuk memilih Hanif Dhakiri, tetapi memperkenalkan secara detail tentang Hanif Dhakiri.

Kata kunci: Strategi *marketing public relations*, Hanif Dhakiri, Sahadha Bekasi, instagram.

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SAHABAT
HANIF DHAKIRI KOTA BEKASI DALAM PENGELOLAAN
INSTAGRAM @sahadhabekasi**

Nurul Lailatul Indriyani

ABSTRACT

This study analyzed how the Public Relations Marketing Strategy Friends of Hanif Dhakiri Bekasi City in managing social media Instagram @sahadhabekasi during the 2019 campaign period using descriptive qualitative research methods. The purpose of this research is to see how Sahabat Hanif Dhakiri (Sahadha Bekasi) applies push, pull, pass to the Marketing public relations strategy implemented through a digital platform, in this case the Instagram social media account @sahadhabekasi. Data sources in this study are primary data obtained by direct observation and search of the Instagram account @sahadhabekasi and secondary data obtained by conducting in-depth interviews with informants. The results of this study the Bekasi Sahadha community implemented all marketing public relations strategies, namely push, pull, pass. As for among other things, making Instagram posts into soft selling by not inviting directly to choose Hanif Dhakiri, but introducing in detail about Hanif Dhakiri.

Keywords: Marketing public relations Strategy, Hanif Dhakiri, Sahadha Bekasi, instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	x
Abstrak.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masala.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran.....	29
2.2.1 <i>Marketing Public Relations</i>	29

2.2.1.1	Definisi <i>Marketing public relations</i>	29
2.2.1.2	Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	30
2.2.2	Instagram	32
2.3	Kerangka Pemikiran	34
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Metode Penelitian	36
3.2	Objek Penelitian	37
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Sumber Data	37
3.3.1.1	Data Primer	37
3.3.1.2	Data Skunder	38
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	39
3.5	Teknik Analisis Data	41
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	42
3.7	Keterbatasan Penelitian	43
BAB IV		
4.1	Gambaran Objek Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Hanif Dhakiri	44
4.1.2	Profil Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi	46
4.1.3	Stuktur Organisasi	49
4.1.4	Profil Informan	52

4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Strategi <i>push</i> dalam strategi <i>Marketing public relations</i>	56
4.2.2	Strategi <i>pull</i> dalam strategi <i>Marketing public relations</i>	72
4.2.2.1	Membuat Konsep Postingan di Instagram	79
4.2.3	Strategi <i>pass</i> dalam strategi <i>Marketing Public Relations</i>	80
4.3	Pembahasan	82
4.3.1	Memberikan Biografi serta Informasi Sebagai Bentuk Strategi <i>push</i> dalam Pengelolaan Instagram @sahadhabekasi	82
4.3.1.1	Membuat Konten Biografi	83
4.3.1.2	Membuat Konten Berupa Informasi	86
4.3.1.3	Membuat caption yang menarik	89
4.3.2	Bentuk komunikasi yang Bersahabat Sebagai Strategi <i>Pull</i> pada Instagram @sahadhabekasi	91
4.3.3	Pembuatan <i>Event</i> Sebagai Bentuk Strategi <i>Pass</i> oleh Sahadha Bekasi.....	92
 BAB V		
5.1	Kesimpulan	94
5.2.	Saran Praktis	96
	Daftar pustaka.....	97
	Lampiran	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Waktu Perhari untuk Menggunakan internet.....	1
Gambar 1.2 Instagram Pribadi Hanif Dhakiri.....	5
Gambar 1.3 Postingan IG berupa hobi Hanif Dhakiri.....	6
Gambar 1.4 Akun Instagram Komunitas Kesuksesan Hanif Dhakiri @sahadhabekasi.....	7
Gambar 1.5 Akun Instagram @kawanbaiklap.....	8
Gambar 1.6 Akun Instagram @relawanidafaridadarwi.....	9
Gambar 1.7 Akun Instagram @sahadhabekasi.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Profil Hanif Dhakiri.....	44
Gambar 4.2 Logo Sahabat Hanif Dhakiri Kota Bekasi.....	46
Gambar 4.3 Struktur Komunitas Sahadha Bekasi.....	49
Gambar 4.4 Ketua Sahadha Bekasi: Rizki Topananda S.Sos.....	52
Gambar 4.5 Bendahara Sahadha Bekasi: Adi Isomudin M.....	53
Gambar 4.6 Publikasi dan Media Massa: Syamsul Barry Islami S. Fil.....	53
Gambar 4.7 Dr. Hifni Alifahmi, M.Si. Praktisi sekaligus Dosen Universitas Bakrie.....	54
Gambar 4.8 Nurmala. <i>Followers</i> Instagram @sahadhabekasi.....	55
Gambar 4.9 Karuniawati Harumi. <i>Followers</i> Instagram @sahadhabekasi ..	55
Gambar 4.10 Media Sosial Instagram @sahadhabekasi.....	57
Gambar 4.11 Media Sosial Instagram @sahadhabekasi.....	59
Gambar 4.12 Tentang Hanif Dhakiri.....	60
Gambar 4.13 Biografi Organisasi Hanif Dhakiri.....	61

Gambar 4.14 Biografi Organisasi Hanif Dhakiri 2.....	61
Gambar 4.15 Biografi Organisasi Hanif Dhakiri 3.....	62
Gambar 4.16 Mengklarifikasi Hoax Tentang TKA.....	63
Gambar 4.17 Buku Tulisan Hanif Dhakiri.....	64
Gambar 4.18 Hobi Futsal Hanif Dhakiri.....	66
Gambar 4.19 Hobi Bermusik Hanif Dhakiri.....	66
Gambar 4.20 Hobi Custom motor Hanif Dhakiri.....	67
Gambar 4.21 Ucapan Hari Raya Nyepi.....	68
Gambar 4.22 Ucapan DIRGAHAYU KOTA BEKASI.....	68
Gambar 4.23 Ucapan HARLAH NU KE 96.....	69
Gambar 4.24 Caption @sahadhabekasi.....	73
Gambar 4.25 Feed Instagram @sahadhabekasi.....	75
Gambar 4.26 Feed Instagram @sahadhabekasi.....	75
Gambar 4.27 Feed Instagram @sahadhabekasi.....	77
Gambar 4.28 Feed Instagram @sahadhabekasi.....	77
Gambar 4.29 Event di Instagram @sahadhabekasi.....	80
Gambar 4.30 Latar belakang keluarga dan pendidikan MHD.....	84
Gambar 4.31 Hobi MHD.....	85
Gambar 4.32 Menjadi Aktivis Sejak Muda.....	86
Gambar 4.33 Hoax terkait TKA.....	87
Gambar 4.34 Program Kerja Kemnaker RI.....	88
Gambar 4.35 Testimoni para tokoh agama.....	88
Gambar 4.36 Bio Profil @sahadhabekasi.....	91
Gambar 4.37 e-poster event MHD Futsal Cup.....	92

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	40

