

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CYBER PR* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @officialtrans7 PADA PUBLIKASI *EVENT 18<sup>th</sup> TRANSMEDIA  
ANNIVERSARY BOOM 18 & MIRACLE 18***

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

**TUGAS AKHIR**



**Kintan Irazka**

**1161003305**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Kintan Irazka

NIM : 1161003305

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2020


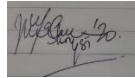
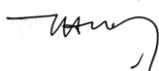
## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Kintan Irazka  
NIM : 1161003305  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Implementasi Cyber PR Melalui Media Sosial Instagram @officialtrans7 Pada Publikasi *Event 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18*

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. Mochammad Kresna Noer (  )  
Penguji I : Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac (  )  
Penguji II : Suharyanti M. SM (  )

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 27 Agustus 2020

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “*Analisis Implementasi Cyber PR Melalui Media Sosial Instagram @Officialtrans7 Pada Publikasi Event 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18*” ini dengan baik dan tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan serta motivasi serta pertolongan dari Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan ilmu baru yang sangat bermanfaat bagi penulis untuk kedepannya ketika penulis memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, diantaranya penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

### **1. Allah SWT**

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat memperoleh ilmu dan pengetahuan baru, sehingga penulis dapat belajar banyak hal.

### **2. Mama, Bapak, Papa, Kak Kiki, Vinzka**

Terima kasih kepada keluarga, khususnya Mama yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap bersemangat menyelesaikan skripsi ini dan mendengarkan semua keluhan penulis. Terima kasih untuk selalu ada saat penulis merasa jenuh dan lelah.

**3. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer**

Terima kasih kepada Pak Kresna selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberi masukan dan saran, selalu menyediakan waktu dan bantuan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

**4. Bu Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac**

Terima kasih banyak saya ucapkan kepada Bu Mirana sebagai dosen penguji saya sekaligus salah satu dosen PR terbaik di Universitas Bakrie. Dosen yang selalu memberikan metode pembelajaran terbaik dengan cara terjun langsung ke lapangan, sehingga membuat mahasiswa-mahasiswanya menjadi lebih aktif, kritis, kreatif dan inisiatif lagi dalam proses belajar. Terima kasih sudah menjadi dosen PR *ter-the best*, terima kasih sudah memberikan banyak masukan dan usulan pada skripsi saya yang pada akhirnya membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini yang Insha Allah semoga akan mendapatkan hasil yang baik dan dapat memuaskan.

**5. Ice Tea**

Terimakasih kepada Dinda sebagai *partner* tersegalanya dalam hidup ini, selalu 1 *taste* dan pemikiran dalam hal apapun, terimakasih sudah sabar dalam memberi saran dan nasihat kepada penulis yang sangat keras kepala ini. Isabel sebagai *partner* dalam segala bidang, *magister* per-editan yang paling membanggakan yang sudah selalu sabar memberikan masukan membangun serta penyemangat luar biasa kepada penulis. Nattaya sebagai *partner* ambis satu-satunya penulis dalam grup ini yang sudah sabar mengajari penulis, *partner event*, juga *partner* siaran penulis kala itu, terimakasih panutan Ice Tea ku. Celine sebagai *partner* dalam *event-event* yang sudah memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini, kebucinanmu akan selalu tertanam di dalam benak personil Ice Tea. Nataya sebagai *partner* gabut yang setia menemani penulis kemanapun, terimakasih atas suguhan *Starbucks* saat penulis menyelesaikan tugas dan laporan magang kemarin. Rini sebagai *partner* konser penulis dan menyemangati penulis

untuk cepat menyelesaikan laporan magang dan skripsi ini, terimakasih sudah menemani penulis untuk mendatangi konser Dewa kemarin.

Ice tea, terimakasih sudah menjadi sahabat penulis dari awal semester perkuliahan di Universitas Bakrie sampai dengan sekarang. Terimakasih atas setiap dukungannya dan perhatiannya selama ini. Terimakasih sudah menyemangati penulis untuk selalu fokus menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

#### 6. **Teman-teman Ilkom Universitas Bakrie 2016**

Terimakasih kepada teman-teman Ilkom Bakrie 2016 yang sudah mengisi hari-hari penulis selama ini di kampus. Khususnya para pejuang PR, Adel, Jasmin, Rifa, Anit, Hilman, Aina, Oliv, Jeje, Anis, Ero, Devi yang sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Suka dan duka yang dihadapi bersama, semangat untuk menjadi S.Ikom di tahun 2020 walau *Covid-19* melanda dan merusak segalanya. Sampai bertemu di wisuda! Semoga wisuda tetap terlaksana dan berkesan. Sangat berharap wisuda tidak dilakukan secara *online*. Mari wujudkan masa depan yang cerah dan gemilang walaupun sebenarnya tahun ini terancam ngga ada wisuda.

**Jakarta, 27 Agustus 2020**

**Penulis,**



**Kintan Irazka**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kintan Irazka  
NIM : 1161003305  
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 Noneksekutif** (*non-exclusive royalty-fee rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS IMPLEMENTASI CYBER PR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @officialtrans7 PADA PUBLIKASI EVENT 18<sup>TH</sup>  
TRANSMEDIA ANNIVERSARY BOOM 18 & MIRACLE 18”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mngelola 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 : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Kintan Irazka

**ANALISIS IMPLEMENTASI CYBER PR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @officialtrans7 PADA PUBLIKASI EVENT 18<sup>TH</sup>  
TRANSMEDIA ANNIVERSARY BOOM 18 & MIRACLE 18**

Kintan Irazka

---

**ABSTRAK**

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era digital ini membuat adanya pergeseran dan persaingan media yang kini beralih menggunakan jaringan internet khususnya media sosial. Media sosial kini berperan penting bagi perusahaan dalam melakukan publikasinya. Untuk memenuhi kebutuhan informasi *audience* nya di era digital ini, maka Trans7 melakukan implementasi Cyber PR pada publikasi *special event* 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 melalui media sosial Instagram nya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis publikasi *pre-event*, *during event*, dan *post event* 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 pada media sosial Instagram @officialtrans7. Analisis penelitian ini menggunakan model PR oleh Solis & Breakenridge, Fitur-fitur Instagram oleh Bambang Atmoko, *Pre Event* oleh Joe Goldblatt, *During Event* oleh McCarthy, dan *Post Event* oleh Allen et al. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara semi terstruktur untuk pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa publikasi *event* 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary cukup berhasil dan efektif dengan mendapatkan banyak respon positif dari *followers* dan *engagement rates* yang diraih disetiap postingan publikasinya dengan konten-konten publikasi menarik dan interaktif yang menarik perhatian *followers*. Fitur-fitur Instagram yang tersedia dimanfaatkan dengan maksimal dan sesuai dengan komponen fitur-fitur Instagram menurut Bambang Atmoko (2012).

Kata kunci : *Cyber Public Relations*, Publikasi, *Special Event*, Media Sosial Instagram



**ANALYSIS OF CYBER PR IMPLEMENTATION THROUGH SOCIAL  
MEDIA INSTAGRAM @officialtrans7 ON PUBLICATION OF EVENT 18TH  
TRANSMEDIA ANNIVERSARY BOOM 18 & MIRACLE 18**

Kintan Irazka

---

**ABSTRACT**

*The development and advancement of technology in the digital era has led to a shift and competition for media that is now shifting to using the internet, especially social media. Social media is now an important role for the company in doing publication. To meet the needs of audience information in this digital age, Trans7 implements Cyber PR at the publication of the special event 18th Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 through social media Instagram. The purpose of this research is to analyze the publication of pre-event, during event, and post event 18th Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 on social media Instagram @officialtrans7. The analysis of the study used PR models by Solis & Breakenridge, Instagram Features by Bambang Atmoko, Pre Event by Joe Goldblatt, During Event by McCarthy, and Post Event by Allen et al. The method used is qualitative research using semi-structured interviews for data collection. The results of this study show that the publication of the 18th Transmedia Anniversary event is quite successful and effective by getting a lot of positive responses from followers and engagement rates achieved in each publication post with interesting and interactive publication content that attracts the attention of followers. The available Instagram features are utilized to the maximum and in accordance with the components of Instagram features according to Bambang Atmoko (2012).*

*Keywords: Cyber Public Relations, Publication, Special event, Social Media Instagram*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
UNGKAPAN TERIMAKASIH .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
BAB II .....	11
KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	14
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran .....	19
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i> .....	21
2.2.2.1 Peran <i>Cyber Public Relations</i> .....	22
2.2.2.2 Model <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.3 <i>Special Event</i> .....	25
2.2.3.1 Tujuan <i>Special Event</i> .....	25

2.2.3.2 Elemen <i>Special Event</i> .....	26
2.2.3.3 Perencanaan <i>Event (Pre-Event)</i> .....	28
2.2.3.4 Pelaksanaan <i>Event (During Event)</i> .....	29
2.2.3.5 Evaluasi ( <i>Post Event</i> ) .....	33
2.2.4 Publikasi.....	34
2.2.4.1 Media Publikasi.....	35
2.2.4.2 Kegiatan Publikasi <i>Public Relations</i> .....	35
2.2.5 Media Baru.....	37
2.2.6 Instagram sebagai Media Sosial .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN .....	44
3.1 Metode Penelitian .....	44
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian .....	45
3.2.1 Objek Penelitian .....	45
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Sumber Data Primer .....	46
3.3.2 Sumber Data Sekunder .....	46
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	49
3.4.1 Definisi Konseptual .....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	56
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	57
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	59
BAB IV .....	60
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN .....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60

4.1.1	Profil Trans7.....	60
4.1.2	Visi dan Misi Trans7 .....	62
4.1.3	Logo Trans7 .....	62
4.2	Subjek Penelitian.....	64
4.2.1	Subjek Triangulator .....	67
4.3	Hasil Penelitian .....	67
4.3.1	Pelaksanaan <i>Special Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18.....	67
4.3.2	Implementasi Cyber PR.....	71
4.3.4	Pemanfaatan Fitur-Fitur Media Sosial Instagram @officialtrans776	
4.3.5	Publikasi <i>Pre-Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 di Media Sosial Instagram @officialtrans7.....	83
4.3.6	Publikasi <i>During Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 di Media Sosial Instagram @officialtrans7.....	93
4.3.7	Publikasi <i>Post Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 di Media Sosial Instagram @officialtrans7.....	100
4.4	Pembahasan .....	109
4.4.1	Implementasi Model PR pada Publikasi Event 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18.....	109
4.4.2	Fitur-Fitur Pada Media Sosial Instagram @officialtrans7 .....	113
4.4.3	Publikasi <i>Pre Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 pada Instagram @officialtrans7 .....	119
4.4.4	Publikasi <i>During Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18 pada Instagram @officialtrans7 .....	121
4.4.5	Publikasi <i>Post Event</i> 18 <sup>th</sup> Transmedia Anniversary Boom 18 & Miracle 18.....	122
	BAB V.....	126
	KESIMPULAN & SARAN .....	126

5.1. Kesimpulan.....	126
5.2 Saran.....	128
5.2.1 Saran Akademis.....	128
5.2.2 Saran Praktis.....	128
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN .....	133

**DAFTAR GAMBAR & TABEL**

Gambar 1.1 Logo Transmedia ..... 3

Gambar 1.2 : Logo Trans7 ..... 3

Gambar 1.3 : Program di Trans7 ..... 4

Gambar 1.4 : Akun Instagram Official Trans7..... 5

Gambar 1.5 : Official Poster 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary..... 6

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ..... 44

Gambar 4.1 : Logo TV7 ..... 63

Gambar 4.2 : Logo Trans7 ..... 64

Gambar 4.3 : Logo Trans7 sejak tahun 2013-sekarang ..... 64

Gambar 4.4 Piala Andini (Marketing Public Relations Trans7) ..... 65

Gambar 4.5 Zasqia Putri Damayanti (Public Relations Social Media Officer Trans7) ..... 65

Gambar 4.6 Cygni Sina Centauri (Digital Headquarter Trans7) ..... 66

Gambar 4.7 Risya Ayu Nirvana (Audience Event & Followers Instagram Trans7) ..... 66

Gambar 4.8 Rangka Wisesa (Triangulator)..... 67

Gambar 4.10 *Feeds* Insta gram Trans7 pada Publikasi 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary..... 79

Gambar 4.12 Konten Terkait *Guest Star* 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary..... 81

Gambar 4.13 Konten Terkait Aktivasi Kuis 18<sup>th</sup> Transmedia Anniversary..... 81

Gambar 4.15 Insight Karakteristik Instagram Trans7..... 82

Gambar 4.16 Interaksi antara Instagram Trans7 Saat Menjawab Komentar Followers..... 78

Gambar 4.17 Konten Interaktif pada fitur Instagram Question Box pada Instagram Story.....	79
Gambar 4.18 Konten Countdown saat Pre-Event pada Feeds Instagram Trans7	85
Gambar 4.19 Konten Interaktif saat Pre-Event pada Feeds Instagram Trans7 ...	86
Gambar 4.20 Konten <i>Video Teaser</i> saat <i>Pre-Event</i> pada <i>Feeds</i> Instagram Trans7 .....	86
Gambar 4.21 Konten Kuis Give Away Tiket Pre-Event pada Feeds Instagram Trans7.....	86
Gambar 4.22 Konten <i>Video Teaser Greetings Pre-Event</i> pada <i>Feeds</i> Instagram Trans7.....	87
Gambar 4.23 Fun Fact Pre-Event pada Feeds Instagram Trans7 .....	87
Gambar 4.24 Konten Pengumuman Hak Siar Pre-Event pada Feeds Instagram Trans7.....	87
Gambar 4.25 Konten Foto Performer saat During Event pada Feeds Instagram Trans7.....	95
Gambar 4.26 Konten Informasi Mekanisme Tiket saat During Event pada Feeds Instagram Trans7 .....	95
Gambar 4.27 Konten <i>Instagram Story Ambience</i> Antrian saat <i>During Event</i> pada <i>Feeds</i> Instagram Trans7.....	95
Gambar 4.28 Konten Video Teaser Greetings During Event pada Feeds Instagram Trans7.....	96
Gambar 4.29 Konten Video Teaser During Event pada Feeds Instagram Trans7	96
Gambar 4.30 Konten <i>Booth Sponsor During Event</i> pada <i>Feeds</i> Instagram Trans7 .....	96
Gambar 4.31 Konten Kuis Berhadiah During Event pada Feeds Instagram Trans7 .....	97
Gambar 4.32 Konten Kuis Give Away Tiket During Event pada Feeds Instagram Trans7.....	97

Gambar 4.33 Konten <i>IG TV Performers Post Event</i> pada <i>Feeds</i> Instagram Trans7 .....	101
Tabel 3.1 Informan .....	49
Tabel 3.2 Operasional Konsep .....	52