

**STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PIPIN MOM AND BABY SPA DALAM PEMBENTUKAN CITRA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Annisa Rahma Khoirunnisa

1191003060

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Bakrie

Jakarta


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah karya dari hasil saya sendiri, seluruh sumber yang dikutip dan juga dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Annisa Rahma Khoirunnisa

NIM : 1191003060

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Rahma Khoirunnisa

NIM : 1191003060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram Pipin Mom and Baby Spa Dalam Pembentukan Citra

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan dewan penguji dan juga diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ajenk Ningga Citra. S.Sos., M.Si.

Penguji 1 : Hanny Nurahmawati, M.Ikom

Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.sos., M. Media Prac

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan penulis kesempatan dan kekuatan untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram Pipin Mom and Baby Spa Dalam Pembentukan Citra”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana.

Dalam Menyusun tugas akhir, penulis menyadari bahwa selesainya tugas akhir ini, tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril, maupun materil. Oleh karenanya penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih antara lain kepada :

1. Allah SWT

Penulis sangat berterima kasih dan bersyukur karena Allah SWT telah memberikan penulis kesehatan serta kekuatan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini

2. Orang tua

Penulis sangat berterima kasih atas segala dukungan moral dan finansial yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana

3. Miss Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Miss Ajenk selaku dosen pembimbing yang senantiasa selalu menyempatkan waktu dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

Terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Bakrie

5. Pipin Mom and Baby Spa

Terima kasih kepada pihak Pipin Mom and Baby Spa yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti akun Instagram Pipin Mom and Baby Spa sebagai objek penelitian. Terima kasih juga

kepada *owner* Pipin Mom and Baby Spa yang sudah menyempatkan waktu untuk melakukan wawancara dengan penulis

6. Narasumber

Terima kasih kepada seluruh narasumber karena sudah menyempatkan waktu dan bersedia untuk melakukan wawancara dengan penulis

7. Teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2019

Terima kasih penulis ucapkan kepada Indira yang selama ini telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

8. Jeno, Mark, Haechan, Renjun, Chenle, Jisung

Terima kasih atas semua karya nya yang memotivasi dan selalu menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

9. Diri Sendiri

Terima kasih karena sudah menjadi sosok yang kuat, hebat, dan bisa bertahan sampai sejauh ini sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik. *You did well, Nis!*

Jakarta,

Penulis



Annisa Rahma Khoirunnisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik dari Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Rahma Khoirunnisa

NIM : 1191003060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi berkembangnya ilmu pengetahuan, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Bakrie hak bebas Royalti Non-Eksekutif atas karya yang saya tulis yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PIPIN MOM AND BABY SPA DALAM PEMBENTUKAN CITRA”**

Dengan hak ini Universitas Bakrie berhak melakukan penyimpanan, alih media mengelola, merawat dan mempublikasikan tugas karya akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis pada penelitian ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2023

Yang menyatakan



Annisa Rahma Khoirunnisa

**STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PIPIN MOM AND BABY SPA DALAM PEMBENTUKAN CITRA**

Annisa Rahma Khoirunnisa

ABSTRAK

Maraknya penggunaan media sosial membuat perusahaan dan para pelaku usaha memaksimalkan media sosial untuk mengembangkan bisnis dan membentuk citra perusahaan. Hal tersebut ini pun turut dimaksimalkan oleh pelaku usaha yang menyediakan layanan spa, seperti Pipin Mom and Baby Spa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi melalui media sosial Instagram dalam pembentukan citra Pipin Mom and Baby Spa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan observasi non-partisipan. Penelitian ini dikaji menggunakan teori strategi komunikasi dari Hafied Cangara (2013) dan teori pembentukan citra dari Shirley Harrison (2007). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dari Pipin Mom and Baby Spa ada beberapa yang masih belum sempurna dan perlu ditingkatkan lagi dalam beberapa hal. Namun dari hasil wawancara yang dilakukan oleh informan yang mengikuti Instagram dan pernah melakukan perawatan di Pipin Mom and Baby Spa menyatakan bahwa strategi komunikasi melalui media sosial instagram Pipin Mom and Baby Spa dapat membentuk citra yang positif kepada audiens yang dituju.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, Instagram, Pembentukan Citra

**STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PIPIN
MOM AND BABY SPA DALAM PEMBENTUKAN CITRA**

Annisa Rahma Khoirunnisa

ABSTRACT

The rise of the use of social media makes companies and business people maximize social media to develop business and form a corporate image. This is also maximized by businesses that provide spa services, such as Pipin Mom and Baby Spa. This study aims to determine the communication strategy through Instagram social media in the formation of the Pipin Mom and Baby Spa image. This research method uses a qualitative approach with data collection methods, namely in-depth interviews and non-participant observation. This research is studied using the theory of communication strategy from Hafied Cangara (2013) and the theory of image formation from Shirley Harrison (2007). The results of this study indicate that there are several communication strategies from Pipin Mom and Baby Spa that are still imperfect and need to be improved in several ways. However, from the results of interviews conducted by informants who follow Instagram and have had treatment at Pipin Mom and Baby Spa, it is stated that the communication strategy through Instagram social media Pipin Mom and Baby Spa can form a positive image for the intended audience.

Keywords: Communication Strategy, Social Media, Instagram, Image Building

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I 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 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep yang Relevan	7
2.1.1 Strategi Komunikasi	7
2.1.2 Cyber Public Relations	8
2.1.3 Media Sosial	9
2.1.3.1 Instagram	10
2.1.4 Citra	11
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	14
2.3 Model Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain dan Pendekatan	20
3.2 Objek dan/ atau Subjek	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21

3.4 analisis Data	22
3.5 Triangulasi Data	22
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	25
4.1.1 Profil Pipin Mom and Baby Spa.....	25
4.1.2 Media Sosial Instagram Pipin Mom and Baby Spa.....	26
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian.....	26
4.2 Penyajian Data.....	29
4.2.1 Strategi Komunikasi	29
4.2.2 Media Sosial Instagram	38
4.2.3 Pembentukan Citra.....	40
4.3 Pembahasan dan Diskusi	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Kendala dan Keterbatasan	50
5.3 Saran dan Implikasi	50
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya	50
5.3.2 Saran Untuk Industri/Lembaga/Subyek.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari2023).....	2
Gambar 1.3 Akun Instagram Pipin Mom and Baby Spa.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 Logo Pipin Mom and Baby Spa.....	25
Gambar 4.3 Foto Pemilik Pipin Mom and Baby Spa	27
Gambar 4.4 Foto Pengikut dan Pasien Pipin Mom and Baby Spa.....	27
Gambar 4.5 Foto Pengikut dan Pasien Pipin Mom and Baby Spa.....	28
Gambar 4.6 Dosen Praktisi, Founder & CEO of Center for Public Relations, Outreach and Communication (CPROCOCOM).....	28
Gambar 4.7 Caption Konten Instagram	33
Gambar 4.8 Konten Instastory, Reels, & Feeds Pipin Mom and Baby Spa ..	34
Gambar 4.9 Konten Instagram Pipin Mom and Baby Spa.....	36
Gambar 4.10 Total Insight & Pengikut Pada Bulan April – Juni 2023	36
Gambar 4.11 Insight Instagram Pipin Mom and Baby Spa	37
Gambar 4.12 DM Instagram Pipin Mom and Baby Spa	38
Gambar 4.13 Tampilan Instagram Pipin Mom and Baby Spa.....	42
Gambar 4.14 Postingan Pipin Mom and Baby Spa	45
Gambar 4.15 Hashtag Pipin Mom and Baby Spa	47
Gambar 4.16 Respon audiens	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	23