

**STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM  
MENDUKUNG CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
(CSR) KAMPANYE *PINKRIBBON* MELALUI INSTAGRAM:  
STUDI KASUS PADA HOTEL DOUBLETREE by HILTON  
JAKARTA - DIPONEGORO**

**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**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**DINDA ANISA MULYADIE  
1201003145**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dinda Anisa Mulyadie

NIM: :1201003145

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 September 2024

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dinda Anisa Mulyadie  
NIM : 1201003145  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Cyber Public Relations Dalam Mendukung Corporate Social Responsibility (CSR) Kampanye Pink Ribbon Melalui Instagram: Studi Kasus Pada Hotel Doubletree by Hilton Jakarta

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac.



Pembahas 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.



Pembahas 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom



Ditetapkan di  
Jakarta, 9 September 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Kepada Mama, Papa dan keluarga tercinta,**

Terima kasih selalu memberikan doa yang tiada hentinya, dukungan, serta motivasi yang sangat besar kepada penulis.

2. **Kepada Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac..**

Selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama penulisan skripsi ini, saya sangat menghargai jasa Ibu Mirana.

3. **Kepada para penguji, selaku dosen penguji**

yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

4. **Kepada Ibu Suharyanti M.S.M.**

Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai fasilitas dan dukungan selama penulis menjalani studi.

5. **Kepada Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU., ASEAN Eng. Tri Pujadi Susilo, S.E., M.M., Ak., CA.**

Selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Bakrie.

6. **Kepada para informan**

yang telah bersedia dalam memberikan pengalaman, ilmu dan pengetahuan untuk dapat melengkapi penelitian ini dengan sempurna

7. **Kepada teman-teman dari ‘AMINNN’ dan sahabat seperjuangan**

Terimakasih kalian sudah memberikan bantuan, dukungan, masukan, saran, motivasi serta selalu menghibur penulis selama masa perkuliahan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terutama Calo, Silva,

Liza terima kasih atas kehadirannya untuk memenuhi warna di dunia perkuliahan ini

8. **Kepada teman-teman Public Relations Angkatan 2020**

yang telah menjadi teman berjuang dimasa kuliah, walaupun berjumlah sedikit daripada peminatan lain penulis selalu merasakan kehangatan, solidaritas, dan kekeluargaan yang sangat erat satu sama lain.

9. **Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020**

yang menjadi teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan untuk bisa menyelesaikan masa studi dengan tepat waktu.

10. **Muhammad Hanif Syahputra dan keluarga**

Saya mengucapkan terimakasih yang sangat besar karena sudah menjadi penyemangat saya dalam mengerjakan tugas akhir saya ini, sudah menemani dan mendukung secara mental untuk bisa menyelesaikan tugas akhir saya ini.

11. **Dinda Anisa Mulyadie**

Terakhir, saya ingin berterimakasih untuk diri saya sendiri karena sudah sanggup bertahan sejauh ini, dititik ini, melawan berbagai ketakutan yang ada di isi kepala tapi seperti musisi kesukaan saya katakan *“Take a moment and take it, you’ve got no reason to be afraid, you’re on your own kid, yeah you can face it, you’re on your own kid, always have been. From sprinkler splashes to fireplace ashes”*

Jakarta, 10 September 2024

Penulis



Dinda Anisa Mulyadie

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dinda Anisa Mulyadie

NIM :1201003145

Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas

: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

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

**STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM Mendukung CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) KAMPANYE *PINK RIBBON* MELALUI INSTAGRAM : STUDI KASUS PADA HOTEL DOUBLETREE by HILTON JAKARTA – DIPONEGORO**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-ekklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 10 September 2024

Yang  
menyatakan,



Dinda Anisa Mulyadie

**STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM Mendukung  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) KAMPANYE *PINK  
RIBBON* MELALUI INSTAGRAM: STUDI KASUS PADA HOTEL  
DOUBLETREE by HILTON JAKARTA – DIPONEGORO**

DINDA ANISA MULYADIE

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas strategi Cyber Public Relations (CPR) yang diterapkan oleh Hotel Doubletree by Hilton Jakarta - Diponegoro dalam mendukung kampanye Corporate Social Responsibility (CSR) "Pink Ribbon" melalui platform Instagram. Kampanye "Pink Ribbon" bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai kanker payudara, yang merupakan masalah kesehatan utama bagi wanita di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Strategi CPR yang digunakan oleh hotel ini melibatkan penggunaan berbagai fitur media sosial, seperti posting, cerita, dan interaksi langsung dengan pengguna, untuk menyebarkan informasi dan menggalang dukungan bagi kampanye tersebut. Studi kasus ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai alat CPR efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Hotel Doubletree by Hilton Jakarta - Diponegoro. Hotel ini berhasil memanfaatkan Instagram untuk membangun hubungan dengan publik, meningkatkan partisipasi dalam kampanye CSR, dan mengkomunikasikan komitmennya terhadap isu-isu sosial dan kesehatan.

**Kata kunci: Cyber Public Relations, Corporate Social Responsibility, kampanye Pink Ribbon, Instagram.**

**CYBER PUBLIC RELATION STRATEGIES IN SUPPORTING PINK  
RIBBON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) CAMPAIGN  
THROUGH INSTAGRAM: A CASE STUDY AT HOTEL DOUBLETREE  
BY HILTON JAKARTA – DIPONEGORO**

DINDA ANISA MULYADIE

---

***ABSTRACT***

*This study discusses the Cyber Public Relations (CPR) strategy implemented by Hotel Doubletree by Hilton Jakarta - Diponegoro in supporting the "Pink Ribbon" Corporate Social Responsibility (CSR) campaign through the Instagram platform. The "Pink Ribbon" campaign aims to raise public awareness about breast cancer, a major health issue for women worldwide, including in Indonesia. The CPR strategy employed by the hotel involves using various social media features, such as posts, stories, and direct interactions with users, to disseminate information and garner support for the campaign. This case study employs a qualitative research method with a descriptive approach through in-depth interviews, observation, and content analysis. The results of the study indicate that using Instagram as a CPR tool is effective in raising public awareness of Hotel Doubletree by Hilton Jakarta - Diponegoro. The hotel successfully utilizes Instagram to build relationships with the public, increase participation in the CSR campaign, and communicate its commitment to social and health issues.*

***Keywords: Cyber Public Relations, Corporate Social Responsibility, Pink Ribbon Campaign, Instagram.***



## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah: .....	8
1.3 Tujuan Penelitian: .....	9
1.4 Manfaat Penelitian: .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Public Relations .....	10
2.2 Cyber Public Relations.....	12
2.3 Media Sosial.....	15
2.3.1 Instagram.....	17
2.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	19
2.5 Model Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Objek Penelitian .....	27
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Sumber Data.....	28

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	30
3.5 Teknik Analisis Data .....	34
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.1.1 Profil Doubletree By Hilton Jakarta-Diponegoro .....	37
4.1.2 Media Sosial Instagram @Doubletreejkt .....	41
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	43
4.2.1 Assisten Manager Marketing Comm Hotel Doubletree by Hilton Jakarta– Diponegoro.....	43
4.2.2 Followers atau pengikut media sosial instagram Hotel Doubletree by HiltonJakarta – Diponegoro .....	44
4.2.3 Subjek Informan Ahli Bidang Public Relations .....	45
4.3 Hasil Penelitian .....	46
4.3.1 Kategori <i>Transparency</i> .....	46
4.3.1.1 Kategori Internet Porosity .....	48
4.3.1.2 Kategori Internet as an Agent.....	51
4.3.1.3 Kategori <i>Richness in Content dan Reach</i> .....	53
4.4 Pembahasan dan Hasil.....	56
4.4.1 Peran Cyber Public Relation pada Kampanye Pink Ribbon bagi Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta – Diponegoro .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	61
5.3 Saran Dan Impilkasi .....	62
5.3.1 Saran Untuk Perusahaan .....	62
5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	62
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>
<b>HASIL DOKUMENTASI.....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Presentasi Hootsite 2024..... 5

Gambar 1.2 Jumlah Pengguna InstagramData Presentasi NapoleonCat.com..... 5

Gambar 1.3 Data Presentasi Hootsite 2024..... 6

Gambar 1.4 Postingan *Feeds* Instagram “*Pink Ribbon Campaign*” Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta – Diponegoro ..... 7

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian..... 24

Gambar 4.1 Logo Hotel Doubletree by Hilton Jakarta-Diponegoro..... 39

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Sales & Marketing Hotel Doubletree by Hilton Jakarta-Diponegoro ..... 40

Gambar 4.3 Tampilan akun instagram resmi @Doubletreejkt..... 42

Gambar 4.4 Fionita Pratiwi, Assistant Manager Marketing CommunicationHotel Doubletree by Hilton Jakarta - Diponegoro ..... 44

Gambar 4.5 Wira Nova, Followers Media Sosial instagram Hotel Doubletree by Hilton Jakarta – Diponegoro ..... 45

Gambar 4.6 Octaviniant Aspary, S.IKom., M.Si (Dosen Ilmu Komunikasi Univesitas Bakrie)..... 46

Gambar 4.7 Unggahan Pink Ribbon di instagram Hotel DoubleTree Jakarta ..... 49

Gambar 4.8 Unggahan kegiatan Yoga kampanye Pink Ribbon diInstagram Hotel DoubleTree Jakarta ..... 49

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Kriteria Narasumber.....	29
Tabel 3.2 Indikator Penelitian .....	31