

**STRATEGI MEDIA SOSIAL GALERI INDONESIA KAYA
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* DI MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**



**DINAR BARITA NAULI
1111003087**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

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 : Dinar Barita Nauli

NIM : 1111003087

Tanda tangan : 
DINAR

Tanggal : 29 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dinar Barita Nauli

NIM : 1111003087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

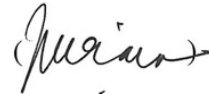
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Sosial Media Galeri Indonesia Kaya Dalam
Membangun *Awareness* Di Masyarakat

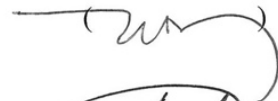
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Mirana Hanathasia, M.MediaPrac



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata 1 (S1) di Universitas Bakrie, Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala bimbingan dan arahnya selama penulis menjalani pendidikan di Universitas Bakrie.
2. Ibu Mirana Hanathasia, S. Sos., MMediaPrac selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran membimbing dan selalu memberikan saran selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.
3. Bapak Aryo Subarkah Eddyono, M.Si, selaku dosen pembimbing dari awal penulis menimba ilmu di Universitas Bakrie yang terus memberikan *support* dan selalu mengingatkan untuk segera lulus.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie: Dr. Tuti Widiastuti, M.Si, Dessy Kania, M.A, M.Si, Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si, dan Bambang Sukma Wijaya, M.Si., atas ilmu, waktu dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

5. Ibu Renitasari Adrian dan Bapak Billy Gamaliel selaku pihak Galeri Indonesia Kaya dan Bakti Budaya Djarum Foundation, atas kesempatan, akses informasi dan semua bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Ayah dan Ibu atas jasa-jasanya, kesabaran, dukungan dan do'a yang tiada henti, cinta yang tulus ikhlas dan tidak pernah lelah mendidik penulis semenjak kecil.
7. Katerine Rumiang, sebagai kakak yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan selalu meyakinkan penulis untuk lulus.
8. Mochammad Sukarno Andi Sujono yang dengan sabar selalu menemani, menghibur dan selalu setia mendengarkan suka-duka penulis selama mengerjakan tugas akhir.
9. Sahabat-sahabat tercinta untuk tawa, canda, ilmu dan hasil dari tukar pikiran mengenai apa saja.
10. Teman-teman di Galeri Indonesia Kaya yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan agar penulis segera lulus.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2011 Universitas Bakrie atas kebersamaan dan kerjasama dan bantuan yang berarti bagi penulis selama ini.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi

pengembangan ilmu komunikasi serta dapat menjadi salah satu referensi dalam menyusun laporan Tugas Akhir.

Jakarta, 8 Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dinar Barita Nauli
NIM : 1111003087
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-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Media Sosial Galeri Indonesia Kaya Dalam Membangun *Awareness* Di Masyarakat

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Dinar Barita Nauli)

STRATEGI SOSIAL MEDIA GALERI INDONESIA KAYA DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* DI MASYARAKAT

Dinar Barita Nauli/1111003087

ABSTRAK

Dengan semakin majunya teknologi di jaman sekarang penggunaan sosial media di masyarakatpun semakin berkembang. Hal ini membawa dampak bagi perusahaan berkembang yang mulai menggunakan sosial media sebagai bentuk strategi marketingnya. Oleh sebab itu, Bakti Budaya Djarum Foundation, membuat Galeri Indonesia Kaya yang merupakan sebuah galeri berbasis teknologi digital. Galeri Indonesia Kaya juga aktif dalam menggunakan sosial media untuk mempromosikan seni dan budaya Indonesia yang dikemas sesuai dengan pola pikir dan gaya hidup masyarakat saat ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif agar dapat melihat bagaimana fenomena sosial dari adanya penggunaan sosial media dari Galeri Indonesia Kaya dalam membangun *awareness* masyarakat terhadap Galeri Indonesia Kaya sendiri. Penulis menggunakan teori *cyber public relations* dan sosial media sebagai fondasi utama melihat aktivitas sosial media Galeri Indonesia Kaya untuk membuat masyarakat *aware* terhadap eksistensi Galeri Indonesia Kaya dan acara yang dibuat di Youtube dan di auditorium. Dari hasil penelitian yang didapat dari wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa *awareness* masyarakat tidak hanya dipengaruhi dari sosial media saja namun adanya penggunaan *opinion leader* yang menjadi strategi Galeri Indonesia Kaya .

Kata kunci : strategi sosial media, *cyber public relations*, sosial media, *opinion leader*

THE SOCIAL MEDIA STRATEGY OF *GALERI INDONESIA KAYA* IN RAISING PUBLIC AWARENESS

Dinar Barita Nauli/1111003087

ABSTRACT

As the current technology advances, the use of social media has also become more developed. The advancement of technologies can be seen in our daily lives. Therefore, as one of the corporate social responsibility (CSR) program of *Bakti Budaya Djarum Foundation*, *Galeri Indonesia Kaya* was established as a digital-technology-based gallery. *Galeri Indonesia Kaya* has also been active in promoting Indonesian art and culture, which are packaged with regards to the current mind-set and lifestyle of society. The research applied descriptive-qualitative research method to identify the social phenomenon of social media utilization by *Galeri Indonesia Kaya* in raising public awareness towards *Galeri Indonesia Kaya* itself. The research used social media and brand awareness theory as the main foundation in observing the social media activity of *Galeri Indonesia Kaya* to make the public aware on the existence of *Galeri Indonesia Kaya* and the show in Youtube, as well as in the auditorium. From the interviews conducted for the research, it has become known that *Galeri Indonesia Kaya* was successful in making the public aware and interested to learn about art and culture through a different way – that is, through social media and the use of opinion leader.

Key words : social media strategy, brand awareness, social media, opinion leader

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.3.2.1 Manfaat Akademis	11
1.3.2.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Studi Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka	20
2.2.1 <i>Publc Relations</i>	20
2.2.2 <i>Cyber Public Relations</i>	22
2.2.3 Sosial Media	25
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	30
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metologi Penelitian	33

3.2 Objek Penelitian	34
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1. Sumber Data	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	37
3.5 Teknik Analisis Data	40
3.6 Teknik Pengajuan Keabsahan Data	41
3.7 Keterbatasan Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Perusahaan	43
4.1.1. Profil Perusahaan	43
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.1.3 Visi dan Misi	45
4.1.4 Informasi Tambahan	45
4.1.5 Informasi Narasumber	46
4.2. Hasil Data dan Penelitian	47
4.2.1. <i>Cyber PR</i>	47
4.2.2. Sosial Media	49
4.2.3. <i>Brand Awareness</i>	53
4.3. Pembahasan	56
4.3.1. Kontributor Lepas	56
4.3.2. Kuis, <i>Webseries</i> , dan Vlog Dokumentasi	58
4.3.3. Penggunaan <i>Opinion Leader</i>	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey Responden Mengenai GIK	8
Tabel 1.2 Survey Responden Pernah Berkunjung ke GIK	8
Tabel 1.3 Survey Responden Aktivitas di GIK	9
Tabel 1.4 Survey Responden Info Mengetahui GIK	10
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 3.4. Definisi Operasionalisasi Konsep	37

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	32
Bagan 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Laman Website Putera Sampoerna Foundation	4
Gambar 1.2. Laman Website BCA	5
Gambar 1.3. Laman Website Galeri Indonesia Kaya	7
Gambar 1.4. Instagram Galeri Indonesia Kaya	7
Gambar 2.1. Pemakaian Medsos Orang Indonesia	28
Gambar 4.2.1 Logo Corporate	45
Gambar 4.3.2.1 Laman Youtube Jurnal Indonesia Kaya	59
Gambar 4.3.2.2 Contoh Kuis @Indonesia_kaya di Instagram	60
Gambar 1 Foto Deputy Program Manager Bakti Budaya Djarum Foundation	72
Gambar 2 Foto Program Associate Bagian Konten & Editorial	77
Gambar 3 Foto Pengunjung	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	70
Lampiran 2	75
Lampiran 3	82
Lampiran 4 (Pedoman Wawancara)	86