

***ANALISIS IMPLEMENTASI KONTEN STORYTELLING DI KAMPANYE
DIGITAL “BEBASKAN LANGKAH” DALAM MEMBENTUK CITRA FWD
LIFE***

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



JASMIN ALYA TAUFIQ

1161003005

**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 : Jasmin Alya Taufiq

NIM : 1161003005

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Jasmin Alya Taufiq

NIM : 1161003005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

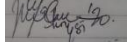
Judul : Analisis Implementasi Konten *Storytelling* di

Kampanye Digital “Bebaskan Langkah” dalam Membentuk


Citra FWD Life

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 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac ()

Penguji I : Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr. ()

Penguji II : Trusyanti KLD Sutrasno , B.F.A, MComms ()

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 25 Agustus 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kebaikan rahmat dan nikmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “ANALISIS IMPLEMENTASI KONTEN *STORYTELLING* DI KAMPANYE DIGITAL “BEBASKAN LANGKAH” DALAM MEMBENTUK CITRA FWD LIFE” dengan baik dan lancar.

Penulisan tugas akhir ini berdasarkan atas pengumpulan data melalui wawancara mendalam, penelusuran informasi secara studi pustaka yang sesuai dan berkaitan dengan topik pada tugas akhir ini. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie yang berlokasi di Kawasan Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memberikan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunianya penulis dapat memperoleh tempat praktek magang sesuai dengan yang penulis harapkan yakni pada agency Isobar, dengan melalui beberapa tahap seleksi hingga akhirnya penulis bias lulus dalam seleksi tersebut dan di berikan kesempatan magang di salah satu perusahaan marketing dan public relations di Indonesia selama tiga bulan sehingga hal tersebut yang membuat penulis memilih topik penelitian tugas akhir ini dan dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat pada waktunya. Segala puji bagiMu Tuhan Semesta Alam.

2. Ayah, Ibu, Andrea, Ihsan, Gibran

Terima kasih kepada Ayah yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih selalu

ada saat penulis merasa jenuh dan Ibu, yang selalu memberikan penulis motivasi hingga penulis bisa bangkit dan kembali terpicu untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih kepada Andrea, Ihsan dan Gibran yang selalu menyemangati dan mendukung penuh penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini dan dalam menjalani perkuliahan ini hingga menyusun tugas akhir dengan baik dan tepat waktu, serta mampu menstabilkan emosi dan mental dalam penyusunan tugas akhir.

3. Ibu Mirana Hanatashia, S.Sos., MmediaPrac

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu bersedia membimbing penulis dengan sabar meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta selalu sabar memberikan nasihat dan saran-saran terbaik agar penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan penulis dengan semangat, ikhlas dan rasa sabar. Terima kasih telah menjadi guru sekaligus orang tua untuk saya. Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Ibu Mirana Hanathasia, Ibu Haililah Tri Gandhiwati, Ibu Dianingtyas Murtanti Putri dan seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah mengajarkan banyak hal selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Bakrie dan terima kasih telah selalu mendukung penulis dalam mengasah kemampuan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan selama 4 tahun ini dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih guru-guruku, jasmu takkan kulupa.

5. Kerin Victoria dan Ruth Tambun

Teruntuk Kerin dan Ruth, terima kasih sudah menemani penulis dalam suka duka hidup sejak SMA. Terima kasih juga sudah menyemangati penulis disaat penulis dalam masa-masa kelam dan selalu mengingatkan penulis bahwa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

6. Sahabat Anti Rugi-Rugi Kelab

Terima kasih kepada teman-teman anti-rugi yang sudah menjadi pendamping penulis selama perkuliahan sejak semester 3. Terima kasih kepada teteh taya dan bu adel selaku bagian dari MEME BUDS dan Tim Meraki sudah menemani penulis di masa-masa per-deadline-an dan semua kegiatan lomba yang dilalui bersama. Terima kasih sudah mau mendengarkan jokes recehan penulis dan tertawa bersama juga sampai kadang lupa waktu. Terima kasih kepada Dio selaku teman semasa nasib penulis, teman ketawa, teman per-organisasian di luar kampus, dan teman belajar dalam banyak hal baru. Semoga dio selalu ingat akan mementingkan kebahagiaannya di hidup. Terima kasih kepada Cay dan teteh Nadya teman ambisius penulis yang mendorong penulis untuk menjadi lebih baik dan lebih semangat dalam menjalankan hidup, terutama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Seluruh staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada Mba Frida, Mba Asri, Mba Arin, Pak Erhan, Mas Anang, Bapak Satpam dan Mas/Mba yang membantu menjaga kebersihan dan kemandirian kampus dan bekerja di pagi, hingga malam hari, serta seluruh staff Universitas Bakrie yang selalu memberikan semangat dan energi positif kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.

8. Seluruh teman-teman *Public Relations* dan Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh teman-teman se-PR dan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah menjadi baik dan *supportive* dalam menjalankan perkuliahan ini.

Jakarta, 25 Agustus 2020

Penulis,



Jasmin Alya Taufiq

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Jasmin Alya Taufiq

NIM : 1161003005

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-free rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS IMPLEMENTASI KONTEN STORYTELLING DI KAMPANYE DIGITAL “BEBASKAN LANGKAH” DALAM MEMBENTUK CITRA FWD LIFE”

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 : 25 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Jasmin Alya Taufiq

***ANALISIS IMPLEMENTASI KONTEN STORYTELLING DI KAMPANYE
DIGITAL “BEBASKAN LANGKAH” DALAM MEMBENTUK CITRA FWD
LIFE***

Jasmin Alya Taufiq

ABSTRAK

Storytelling adalah satu cara penyampaian pesan persuasif dalam kampanye pada sosial media untuk membangun citra perusahaan. FWD Life merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan *storytelling* dalam menjalankan kegiatan kampanye digital sebagai upaya mengubah persepsi publik terhadap asuransi dan membentuk citra perusahaan. Penelitian bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan *storytelling* pada kampanye digital “Bebaskan Langkah” sebagai upaya FWD Life untuk membentuk citra perusahaan yang positif. Analisis penelitian ini menggunakan *Todorov Narrative Theory* dalam *storytelling* dan Teori Pembentukan Citra. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan wawancara semi terstruktur untuk pengumpulan data. Dua informan pada penelitian ini adalah pihak yang membuat strategi komunikasi digital pada kampanye “Bebaskan Langkah”, dua informan merupakan ahli digital & konten PR di bidang akademisi dan praktisi, serta satu informan yang merupakan salah satu target audiens FWD Life dan mengikuti media sosial Instagram @fwd_id. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten *storytelling* Malin Kondang memiliki struktur narasi yang baik sesuai dengan *Todorov Narrative Theory* yang berkaitan dengan tiga komponen tujuan *storytelling* yaitu *conflict*, *chase* dan *payoff*. *Feedback* atau *payoff* yang diterima sesuai dengan respon setelah empat tahapan pembentukan citra. Kesimpulan pada penelitian ini adalah konten *storytelling* pada kampanye digital Bebaskan Langkah merupakan pendekatan yang efektif bagi FWD Life dalam membentuk citra perusahaan yang diinginkan.

Keywords: *storytelling*, kampanye digital public relations, corporate image

**ANALYSIS OF STORYTELLING CONTENT IMPLEMENTATION OF
“BEBASKAN LANGKAH” DIGITAL CAMPAIGN IN FORMING FWD
LIFE’S CORPORATE IMAGE**

Jasmin Alya Taufiq

ABSTRACT

Storytelling is one approach in sending a persuasive message through a social media campaign to build a corporate image. FWD Life as a company that uses such an approach in their digital campaigns as an effort to change the public’s perception of insurance and shaping the corporate image. This study aims to evaluate the use of storytelling in “Bebaskan Langkah” digital campaign as FWD Life’s efforts to form a positive corporate image. The analysis of the study uses Todorov’s Narrative Theory in storytelling and Corporate Image Formation theory. The method used in this research is descriptive qualitative by using semi-structured interviews for data collection. Two informants in this study were those who made the digital communication strategy for “Bebaskan Langkah” campaign, two digital experts in PR content both as an academia and practitioner, and one informant as FWD Life’s target audience. The results of this study indicate that Malin Kondang’s storytelling content has a good narrative structure in accordance with Todorov’s Narrative Theory which deals with the three components of storytelling goals; conflict, chase and payoff. The feedback or payoff received aligns with the response after four stages of image formation. The conclusion of this study is that the storytelling content of “Bebaskan Langkah” digital campaign is an effective approach for FWD Life in shaping the desired corporate image.

Keywords: storytelling, kampanye digital public relations, corporate image

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	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	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran	26
2.2.1 Digital Public Relations.....	26
2.2.2 Kampanye.....	34
2.2.3 Konten <i>Storytelling</i> pada Public Relations	37
2.2.4 Citra Perusahaan	38
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Objek Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Sumber Data	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	54

3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	55
3.7 Batasan Penelitian	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Objek Penelitian	60
4.1.1 Profil FWD Life.....	60
4.1.2 Kampanye Bebaskan Langkah	63
4.1.3 Media Sosial <i>Instagram</i> @fwd_id.....	64
4.2 Subjek Penelitian.....	67
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Pedoman Penggunaan <i>Instagram</i>	71
4.3.2 Feedback.....	76
4.3.3 Bentuk-bentuk Kampanye	77
4.3.4 Konten <i>Instagram</i> @fwd_id pada Kampanye “Bebaskan Langkah” ...	87
4.3.5 Konten <i>Storytelling</i> pada Kampanye Bebaskan Langkah	98
4.3.6 <i>Conflict, Chase dan Payoff</i> pada Konten <i>Storytelling</i>	103
4.3.7 Citra Perusahaan	104
4.4 Pembahasan	110
4.4.1 Analisis <i>Insights</i> Konten Kampanye Bebaskan Langkah di Media Sosial <i>Instagram</i> @fwd_id.....	111
4.4.2 Pembagian Bentuk Konten Kampanye Bebaskan Langkah	113
4.4.3 Implementasi <i>Todorov Narrative Theory</i> pada Konten <i>Storytelling</i> Malin Kondang	115
4.4.4 <i>Conflict, Chase dan Payoff</i> pada Konten <i>Storytelling</i> Kampanye Bebaskan Langkah.....	118
4.4.5 Pembentukan Citra FWD Life melalui Konten <i>Storytelling</i>	120
BAB V	125
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5. 1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	127
5.2.1 Saran Teoritis.....	127
5.2.2 Saran Praktis	128
DAFTAR PUSAKA.....	129
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT FWD Life Indonesia	62
Gambar 4. 2 Presiden Direktur FWD Life yang baru, Anantharaman Sridharan, memperkenalkan kampanye literasi keuangan yang menggambarkan kembali cerita rakyat populer dengan penambahan nilai asuransi yang segar dan positif .	64
Gambar 4. 3 Tampilan akun media sosial Instagram @fwd_id.....	65
Gambar 4. 4 Salah satu contoh postingan Instagram FWD Life dengan konten yang membahas tentang produknya.....	66
Gambar 4. 5 Salah satu contoh postingan Instagram FWD Life dengan konten yang membahas tentang passion point.....	66
Gambar 4. 6 Salah satu contoh postingan Instagram FWD Life dengan konten event kerjasama dengan suatu komunitas/perusahaan	67
Gambar 4. 7 Rylando Turangan Social Media Manager Agency Isobar	68
Gambar 4. 8 Thierza Nursani Social Media Executive Agency Isobar	69
Gambar 4. 9 Haviez Gautama Director of Communication Tanoto Foundation ..	69
Gambar 4. 10 Rangga Wisesa Karyawan Swasta dan Dosen Digital PR & Marketing	70
Gambar 4. 11 Degaditya Handoko Target Audiens FWD Life	71
Gambar 4. 12 Malin pergi merantau	81
Gambar 4. 13 Malin tiba di kota dan pantang menyerah sebelum kondang	81
Gambar 4. 14 Malin ditawarkan Sutradara menjadi artis	82
Gambar 4. 15 Malin akhirnya sukses dan bisa kondang.....	82
Gambar 4. 16 Malin balik ke kampung halaman	82
Gambar 4. 17 Malin kaget bertemu Bundo yang ‘beda’	83
Gambar 4. 18 Bundo mengingatkan Malin untuk tidak ‘julid’ dulu terhadap asuransi	83
Gambar 4. 19 Kegiatan Bundo saat menjalankan hidupnya dengan bebas	84
Gambar 4. 20 Bundo menjelaskan manfaat asuransi	84

Gambar 4. 21 Bundo menjelaskan manfaat asuransi	85
Gambar 4. 22 Bundo menjelaskan manfaat asuransi	85
Gambar 4. 23 Bundo menjalankan passionn barunya yaitu surfing	86
Gambar 4. 24 Bundo menyuruh Malin untuk sering membaca keuntungan asuransi	86
Gambar 4. 25 Bundo mengajak Malin untuk tidak takut dengan memiliki asuransi	86
Gambar 4. 26 Konten yang memperkenalkan dan mengajak followers cara belajar asuransi yang BEDA.....	87
Gambar 4. 27 Konten cuplikan dari video Malin Kondang mengenai asuransi ...	88
Gambar 4. 28 Konten cuplikan dari video Malin Kondang mengenai asuransi ...	88
Gambar 4. 29 Konten yang menginformasikan product knowledge asuransi FWD Life	89
Gambar 4. 30 Konten yang menginformasikan product knowledge asuransi FWD Life (Sumber: https://www.instagram.com/fwd_id/).....	89
Gambar 4. 31 Konten <i>storytelling</i> pada video Malin Kondang (Sumber: https://www.instagram.com/fwd_id/)	90
Gambar 4. 32 Konten quiz sekaligus edukasi yang mengajak followers untuk menonton video Malin Kondang dan mengenai lebih jauh tentang manfaat asuransi FWD Life (Sumber: https://www.instagram.com/fwd_id/).....	91
Gambar 4. 33 Konten quiz sekaligus edukasi yang mengajak followers untuk belajar lebih jauh tentang istilah-istilah asuransi (Sumber: https://www.instagram.com/fwd_id/)	91
Gambar 4. 34 Data Insights konten kampanye Bebaskan Langkah pada Instagram @fwd_id.....	96
Gambar 4. 35 Data Insights konten kampanye Bebaskan Langkah pada Instagram @fwd_id (Sumber: Instagram insight, Sproutsocial.com).....	97
Gambar 4. 36 Data Insights konten aktivitas Kursus Asuransi Bebaskan Langkah pada Instagram @fwd_id (Sumber: Instagram insight, Sproutsocial.com)	97

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran42

Bagan 3.1 Operasionalisasi dan Konseptualisasi.....47