

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* UNTUK MEMBANGUN
CITRA KORPORAT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
AKUBERBAGI.COM**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



NADIA NUR FAZA

1161003357


**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 diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nadia Nur Faza

NIM : 1161003357

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nadia Nur Faza

NIM : 1161003357


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Strategi *Public Relations* Untuk Membangun Citra Korporat Melalui Media Sosial Instagram Akuberbagi.Com


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 : Hifni Alifahmi, S.Sos., M.Si., Dr. ()

Penguji 1 : Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr. ()



Penguji 2 : Kussusanti, M.Si., CDM., Dr. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 September 2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nadia Nur Faza

NIM : 1161003357

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 Public Relations untuk Membangun Citra
Korporat melalui Media Sosial (Analisis Pesan Tematik
Instagram akuberbagi.com)”**

Berserta 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 penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tangerang Selatan

Pada tanggal : 18 September 2020

Yang menyatakan,



(NADIA NUR FAZA)

**Strategi Public Relations untuk Membangun Citra
Korporat melalui Media Sosial (Analisis Pesan Tematik
Instagram akuberbagi.com)**

Nadia Nur Faza

ABSTRAK

Penelitian ini melihat pada masalah yang terjadi pada akuberbagi.com dalam mengatasi kurangnya kesadaran publik, kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan dan bagaimana strategi *Public Relations* melalui Instagram untuk membangun citra korporat akuberbagi.com sebagai platform untuk berwakaf dan berdonasi dengan asas asuransi. Akuberbagi.com merupakan salah satu bisnis yang baru dimulai pada bidang asuransi yang dipadukan dengan philantopi. Strategi *Public Relations* adalah langkah awal untuk memulai suatu perjalanan bisnis, salah satu cara untuk mencapai hasil akhir. Hasil akhir tersebut menyangkut pada tujuan dan sasaran dari suatu institusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* dari akuberbagi.com untuk membangun Citra Korporatnya melalui media sosial Instagram. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori dan konsep Strategi *Public Relations* dari Hardwood Child dan Citra dari Soemirat dan Ardianto. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi deskriptif dan menggunakan teknik wawancara dan observasi media sosial dengan satu *key informan* utama dan tiga informan tambahan, dan satu Triangulator. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra korporat yang dimiliki akuberbagi.com belum secara spesifik seperti citra yang diharapkan oleh internal akuberbagi.com. Dengan menggunakan empat langkah strategi public relation dari Hardwood Child yaitu *strategy of publicity* sebagai cara untuk mempublikasikan informasi terkait akuberbagi.com, *strategy of persuasions* untuk mengajak atau membujuk publik yang telah terpapar informasi yang sudah dipublikasikan, *strategy of argumentations* yang merupakan tindakan prefentif untuk mencegah berita buruk dikemudian hari, dan *strategy of images* tidak hanya membujuk dan mengajak untuk melakukan transaksi pada produk yang dimiliki, perusahaan juga perlu menunjukkan sisi kepeduliannya kepada masyarakat. Untuk memaksimalkan tujuannya, ada baiknya memaksimalkan fasilitas yang dimiliki Instagram dan mulai merambah media sosial lainnya.

Kata kunci : Strategi *Public Relations*, Citra, media sosial , Instagram, akuberbagi.com

*through Social Media (Analysis of Thematic Message
Instagram akuberbagi.com)*

Nadia Nur Faza

ABSTRACT

This research looks at the problems that occur at akuberbagi.com in overcoming the lack of public awareness, trust in the products offered and how the Public Relations strategy through Instagram is to build the corporate image of akuberbagi.com as a platform for waqf and donating with insurance principles. Akuberbagi.com is a business that has just started in the field of insurance combined with philanthropy. Public Relations Strategy is the first step to starting a business journey, one way to achieve the final result. The final result relates to the goals and objectives of an institution. This study aims to determine the Public Relations Strategy of akuberbagi.com to build its corporate image through Instagram social media. This research was studied using the theory and concept of Public Relations Strategy from Hardwood Child and Imagery from Soemirat and Ardianto. The approach used in this research is qualitative with descriptive study methods and uses interview and social media observation techniques with one main key informant and three additional informants, and one triangulator. The results of this study indicate that the corporate image that akuberbagi.com has is not as specific as the image expected by internal akuberbagi.com. By using the four steps of Hardwood Child's public relations strategy, namely the strategy of publicity as a way to publish information related to akuberbagi.com, the strategy of persuasion to invite or persuade the public who has been exposed to published information, the strategy of argumentations which is a preventive measure to prevent news. bad in the future, and the strategy of images is not only persuading and inviting to make transactions on the products they have, companies also need to show their caring side to the community. To maximize its goals, it is better to maximize the facilities that Instagram has and start exploring other social media.

Keywords: Public Relations Strategy, Image, social media, Instagram, akuberbagi.com

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR | ii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis..... | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis..... | 7 |
| BAB II | 7 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya..... | 7 |
| 2.2 Tinjauan Pustaka terkait dengan Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 2.2.1 <i>Public Relations</i> | 21 |
| 2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i> | 23 |
| 2.2.2.1 <i>Cyber Public Relations</i> | 26 |
| 2.2.2.2 New Media..... | 28 |
| 2.2.3.1 Media Sosial..... | 29 |
| 2.2.3.2 Instagram..... | 32 |
| 2.2.3 Citra..... | 36 |
| 2.2.4 Analisis Pesan Tematik..... | 39 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 39 |
| BAB III | 43 |
| METODE PENELITIAN | 43 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 43 |
| 3.2 Objek Penelitian..... | 44 |

| | | |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3 | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.4 | Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep | 49 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 50 |
| 3.6 | Teknik Pengujian Keabsahan Data | 51 |
| 3.7 | Keterbatasan Penelitian | 52 |
| BAB IV | | 53 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 53 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 53 |
| 4.1.1 | Profil akuberbagi.com..... | 53 |
| 4.2 | Subjek Penelitian | 57 |
| 4.3 | Hasil Penelitian..... | 60 |
| 4.3.1 | Kegiatan <i>Public Relations</i> di Media Sosial Instagram @akuberbagicom | 60 |
| 4.3.2 | Citra akuberbagi.com melalui akun Instagram @akuberbagicom | 67 |
| 4.4 | Pembahasan..... | 71 |
| 4.4.1 | Implementasi Strategi PR akuberbagi.com melalui media sosial Instagram..... | 71 |
| 4.4.2 | Implementasi Strategi Public Relations untuk membangun citra korporat melalui media sosial Instagram | 77 |
| BAB V | | 82 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 82 |
| 5.1 | Kesimpulan | 82 |
| 5.2 | Saran | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 persentase pengguna media sosial di Indonesia | 1 |
| Gambar 1.2 Instagram @akuberbagicom..... | 3 |
| Gambar 2.1 Konten Tematik di akun Instagram @akuberbagicom mengenai pandemic COVID-19 | 11 |
| Gambar 2. 2 Proses Pembentukan Citra..... | 37 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran | 41 |
| Gambar 4.1 Logo akuberbagi.com | 55 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi akuberbagi.com | 57 |
| Gambar 4. 2 Anindya Kusuma Wardhani (Head of Branding) | 58 |
| Gambar 4.3 Fadel Yulian (Content Writer akuberbagi.com)..... | 58 |
| Gambar 4. 4 Saura Kemala (Pengikut Instagram @akuberbagicom)..... | 59 |
| Gambar 4.5 Dwi Novrima (Pengikut Instagram @akuberberbagicom) | 59 |
| Gambar 4.6 Anasthasia Citra (Praktisi dan dosen di bidang Public Relations dan Strategi Media Sosial)..... | 60 |
| Gambar 4.7 Unggahan yang mengandung unsur emosional di akun Instagram @akuberbagicom..... | 65 |
| Gambar 4.8 Unggahan terkait penyerahan paket sanitasi untuk tenaga kesehatan di berbagai puskesmas di Bandung..... | 67 |
| Gambar 4.9 Konten Instagram @akuberbagicom yang mengajak masyarakat untuk ikut bergabung membantu tenaga medis | 76 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya | 20 |
| Tabel 3.1 Kriteria-kriteria Informan | 47 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep..... | 49 |