



**UPAYA HUMAS ALLIUM TANGERANG HOTEL DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Gunawan Raharjo

44216010127

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Gunawan Raharjo
NIM : 44216010127
BIDANG STUDI : Public Relations
ALAMAT : Perumahan Benua Indah Block C5 No 24, RT 01/ RW 05,
Kelurahan Pabuaran Tumpeng, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang.
NO. HP : 081282546933

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan Judul : **UPAYA HUMAS ALLIUM TANGERANG HOTEL DALAM MEMBANGUN CITRA MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Oktober 2020

Yang Menyatakan

METERAI
TEMPEL

5156DADF025174902

6000

Gunawan Raharjo



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : UPAYA HUMAS ALLIUM TANGERANG HOTEL DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
Nama : Gunawan Raharjo
Nim : 44216010127
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 15 Agustus 2020

Mengetahui
Pembimbing

UNIVERSITAS
(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : UPAYA HUMAS ALLIUM TANGERANG HOTEL DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
Nama : Gunawan Raharjo
Nim : 44216010127
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 15 Agustus 2020
Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE,MM, M.Ikom)

(Dr. Elly Yuliawati., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

(Dr. Faria Hamid Umarela., M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR SKRIPSI

Judul : **UPAYA HUMAS ALLIUM TANGERANG HOTEL DALAM
MEMBANGUN CITRA MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Nama : Gunawan Raharjo
Nim : 44216010127
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 15 Agustus 2020

Mengetahui

Ketua Sidang

Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Enjang Pera Irawan, M.Ikom

(.....)

Pembimbing

Suryaning Hayati, SE,MM, M.Ikom

(.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Gunawan Raharjo
44216010127

Upaya *Humas* Allium Tangerang Hotel dalam membangun citra melalui aktivitas pengelolaan *media sosial instagram*

Jumlah Halaman : ix + 92 halaman + 22 lampiran

Bibliografi : 27 acuan

ABSTRAK

Fungsi Divisi *Public Relations* dalam suatu hotel merupakan fungsi yang vital dalam mendukung setiap program dari hotel. Fungsi Divisi *Public Relations* merupakan corong komunikasi bagi hotel untuk berkomunikasi dengan publiknya. Divisi *Public Relations* menjembatani antara *stakeholder* dengan hotel dalam bidang komunikasi. Dalam menjalankan fungsinya sebagai corong komunikasi hotel, Divisi *Public Relations* juga memiliki tanggungjawab membangun citra dan *image* korporasi untuk menciptakan reputasi yang baik dimata publik.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui fungsi dari Divisi *Public Relations* Perumnas dalam membangun citra hotel melalui pengelolaan media sosial *instagram*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan sifat penelitiannya deskriptif. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan terfokus terhadap suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi dan situasi yang ada.

Hasil penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik reduksi data dan display data. Dengan teknik reduksi data, peneliti terus merangkum untuk memperoleh hal hal yang pokok dan fokus pada permasalahan yang kemudian data disajikan dalam bentuk uraian yang detil dan fokus.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *instagram* merupakan media yang dapat dimanfaatkan untuk membantu menjalankan fungsi dari *Public Relations*. *Instagram* dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan informasi oleh Divisi *Public Relations*. Dengan pemanfaatan yang maksimal sebagai media komunikasi dan informasi, *instagram* sangat membantu Fungsi Divisi *Public Relations* dalam meningkatkan citra dengan memanfaatkannya sebagai media komunikasi dan informasi kepada publik.

Kata Kunci : Fungsi *Public Relations*, Citra, *Instagram*

Mercu Buana University
faculty of Communication
Field of Study Public Relations
Gunawan Raharjo
44216010127

Allium Tangerang Hotel Public Relations efforts in building an image through Instagram social media management activities
Number of Pages: ix + 92 pages + 22 attachments
Bibliography: 27 references

ABSTRACT

The function of the Public Relations Division in a hotel is a vital function in supporting every program of the hotel. The function of the Public Relations Division is a communication funnel for hotels to communicate with the public. The Public Relations Division bridges stakeholders with hotels in the field of communication. In carrying out its function as a hotel communication mouthpiece, the Public Relations Division also has the responsibility of building a corporate image and image to create a good reputation in the eyes of the public.

This research was conducted to determine the function of the Public Relations Division of Public Relations in building the image of the hotel through the management of Instagram social media. This type of research is qualitative and the nature of the research is descriptive. The method used is descriptive with a focus on a particular case to be observed and analyzed carefully to describe and summarize various existing conditions and situations.

The results of this study were analyzed using data reduction techniques and data display. With data reduction techniques, researchers continue to summarize to get the main things and focus on the problem, then the data is presented in the form of a detailed and focused description.

This study concludes that Instagram is a medium that can be used to help carry out the functions of Public Relations. Instagram can be used as a medium of communication and information by the Public Relations Division. With maximum use as a medium of communication and information, Instagram is very helpful for the function of the Public Relations Division in improving its image by using it as a medium of communication and information to the public.

Keywords: Public Relations Functions, Image, Instagram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala kemudahan, kelancaran, nikmat dan izin Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul "Upaya Humas Allium Tangerang Hotel dalam membangun citra melalui aktivitas pengelolaan media sosial Instagram".

Walaupun ada beberapa kendala, rintangan-rintangan yang dialami peneliti selama pembuatan, tetapi dengan tekad yang kuat, semangat yang tiada henti-hentinya dan dorongan yang didukung oleh banyak pihak sehingga Skripsi ini dapat selesai sebagaimana mestinya.

Dalam penulisan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moral maupun material, oleh karenanya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati SE, MM , M.Ikom selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan waktu luangnya serta mengarahkan dan memberikan banyak masukan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ponco Budi Sulistyono, M.Comm., Phd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Elly Yulianti M.Si selaku Kepala Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana

5. Bapak Radityo Muhamad, SH,.MA, Kepala MercuTV
6. Agung Putra Mulyana, S.Tr. Ikom, Staff MercuTV sekaligus mentor dalam pembuatan skripsi ini
7. Mamah yang selalu memberikan arahan dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini
8. Annisa Citra Maharani, Orang yang selalu memberikan support tiada henti dan selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini
9. Paksi Agatha, sahabat yang selalu memberikan masukan dan kritikan untuk memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang membantu, namun tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian masih jauh dari sempurna, namun peneliti telah berusaha melakukan yang terbaik untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Akhir kata peneliti berharap semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Mei 2020

(Gunawan Raharjo)

DAFTAR ISI

	HALAMAN
Halaman Judul	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	v
Abstrak	vi
<i>Abstrack</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	15
2.3 Public Relations... ..	16
2.3.1 Pengertian Public Relations	16
2.3.2 Fungsi Public Relations	18

2.3.3 Kegiatan Public Relations	20
2.3.4 Media Komunikasi Public Relations.....	21
2.4 Citra.....	26
2.4.1 Definisi Citra	26
2.4.2 Konsep dan Proses Citra.....	28
2.5 New Media	30
2.5.1 Media Sosial.....	34
2.5.2 Fungsi Media Sosial Bagi Perusahaan.....	35
2.5.3 Pengelolaan Media Sosial.....	37
2.6 Instagram.....	38
2.6.1 Fitur-fitur Instagram.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Tipe Penelitian.....	44
3.3 Metode Penelitian.....	47
3.4 Subjek Penelitian.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	512
4.1.1 Allium Tangerang Hotel.....	512
4.1.2 Public Relations	556
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Fungsi Public Relations Allium Tangerang Hotel	58
4.2.2 Public Relations Allium dalam membangun Citra.....	60

4.2.2 Membangun Citra Dengan Penguatan Brand pada Instagram.....	61
4.3 Pembahasan	69
4.3.1 Fungsi Public Relations di Allium Tangerang Hotel.....	69
4.3.2 Membangun Citra melalui <i>Instagram</i>	77
4.3.3 Mengelola <i>Instagram</i> sebagai media komunikasi	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1.1.....	i
1.1.1 Penjelasan Allium dari website Allium Tangerang Hotel	3
1.1.2 Allium hotel kategori bintang 4 di traveloka	3
1.1.3 Allium hotel kategori bintang 4 di pegi-peggi	3
1.1.4 Tampilan Instagram @Naritahoteltangerang.....	4
1.1.5 Tampilan Instagram @Novoteltangerang.....	5
1.1.6 Tampilan Instagram @favehasyimashari	5
1.1.7 Tampilan Instagram @favehotelbandaratangerang.....	6
1.1.8 Tampilan Instagram @alliumtangeranghotel.....	6
Gambar 2.1 Proses Terbentuknya Citra	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Allium Tangerang Hotel	53
Gambar 4.2 Contoh Update Postingan Instagram dengan thematic	64
Gambar 4.3 Contoh postingan digital Marketing	69
Gambar 4.4 Media Gathering	69
Gambar 4.5 Kerjasama Allium dengan Railink.....	70
Gambar 4.6 Home Page Instagram Allium	77