

**Strategi Pengelolaan Konten Instagram @joracle.flo dalam Mendorong
Minat Beli pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Syarat Meraih Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu Buana Bekasi**

OLEH

HA YISA MULIA SANSULUNG

44218210017

Dosen Pembimbing: Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

BEKASI

2022



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Hayisa Mulia Sansulung
NIM : 44218210017
Bidang Studi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Pengelolaan Konten Instagram @joracle.flo dalam Mendorong Minat Beli pada Masa Pandemi Covid – 19 Tahun 2021

Jakarta, 28 Januari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Strategi Pengelolaan Konten Instagram @joracle.flo dalam Mendorong Minat Beli pada Masa Pandemi Covid – 19 Tahun 2021

Nama : Hayisa Mulia Sansulung

NIM : 44218210017

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 28 Januari 2022

Ketua Sidang,

Dra. Tri Diah Cahyowati, S.Sos, M.Ikom





Pengaji Ahli,

Roomilda, S.Sos, M.Si



Pembimbing,

Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom





FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Strategi Pengelolaan Konten Instagram @joracle.flo dalam Mendorong Minat Beli pada Masa Pandemi Covid – 19 Tahun 2021

Nama : Hayisa Mulia Sansulung

NIM : 44218210017

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 28 Januari 2022

Disetujui & Diterima Oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

 **UNIVERSITAS**
MERCU BUANA 

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

(Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hayisa Mulia Sansulung

NIM : 44218210017

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya Skripsi dengan judul: **STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM @JORACLE.FLO DALAM MENDORONG MINAT BELI PADA MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021** 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 tugas akhir atau karya yang sudah ada, baik yang di publikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 28 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,


MERCU BUANA

(Hayisa Mulia Sansulung)

Ketua Bidang Studi

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

Pembimbing I

(Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan karunia-Nya, maka penelitian dengan berjudul “Strategi Pengelolaan Konten Instagram @joracle.flo dalam Mendorong Minat Beli pada Masa Pandemi Covid1-19 Tahun 2021” dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat akademik dalam menyelesaikan Program Strata 1 Sarjana Ilmu Mercu Buana.

Dengan kasih dan karunia Tuhan Yesus, penulisan dan penelitian dalam skripsi ini dapat terwujud dengan lancar. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi peneliti. Penelitian dan penulisan ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan, motivasi dan bantuan semua pihak. Peneliti berterima kasih kepada :

1. Dewi Ambarsari, S.Sos., M.Ikom selaku dosen pembimbing proposal penelitian ini. Kepada seluruh teman-teman dan keluarga yang telah memberi dukungan kepada peneliti dalam pembuatan proposal ini, sehingga proposal dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan jalan yang mudah bagi kami para mahasiswa/I semester akhir.
3. Seluruh dosen program studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan ilmu nya kepada saya.
4. Orang tua yang selalu mendukung saya, Bapak Sanslung Darsum dan Ibu Ester Mulia Wijaya. Terima Kasih banyak untuk kasih kalian kepada saya, terima kasih untuk semangat kalian yang tidak pernah putus diberikan kepada saya, sehingga terus menguatkan saya hingga sekarang saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Wira Muninatah, Michelle Baby, Vanessa Noveline, Dorothy Christi, Abigail Gavrila, Rupananda, Falensia, Filiya Wijaya, Efraim Jeremy, Dony Saska, Vinshen Christian, Rafael Bryan, Bernadus Ryan, Revano, Daniel William, Aditya Pradana, Michael Matthew, Arya, Don Pedro, sahabat saya yang selalu membantu saya dalam masa tesulit saya. Terima kasih untuk setiap doa dan semangat yang kalian berikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini penuh dengan sukacita.

6. Selva Aprileta, Yulfina Pancha, Ayu Pratiwi, Aliya Fauziah, Dheandra, Ezra Audrey, Mega Siska, Adinda Tiara, Septia Nandypta, Archam Rifa'i, Panji Ramadhan, Aldino, teman yang bertahan dengan saya sampai masa akhir perkuliahan saya. Terima kasih banyak untuk semangat yang selalu kalian berikan kepada saya sehingga saya terus terdorong maju untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Saudara – Saudara sepupu, tante, om semuanya juga yang tiada hentinya selalu memberikan support, nasihat, dan doa kepada saya sehingga saya semakin terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bekasi, 1 Januari 2022

Penulis,



Hayisa Mulia Sansulung



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi



Bab I Pendahuluan

Latar Belakang Masalah.....	1
1.1 Fokus Penelitian.....	2
1.2 Tujuan Penulisan.....	3
1.3 Manfaat Penelitian.....	3

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Bab II Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Kajian Teoritis.....	8
2.2.1 Komunikasi.....	8
a.Pengertian Komunikasi.....	8
b.Pengertian Public Relations.....	8
2.2.2 Strategi Public Relations.....	9
a.Pengertian Strategi Public Relations.....	9

2.2.3 Digital PR.....	11
2.2.4 Komunikasi Pemasaran Online.....	13
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran Online.....	13
b. Manfaat Pemasaran Langsung.....	13
 2.2.5 Media.....	14
a. Pemilihan Media.....	14
b. Perencanaan Media.....	15
c. New Media.....	17
2.2.6 Karakteristik Media Online.....	19
a. Media Interaktif.....	19
b. Jejaring Sosial Instagram.....	20

Bab III Metodologi Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Teknik Analisa Data.....	31
a. Reduksi Data.....	31
b. Penyajian Data.....	31
c. Pengambilan Kesimpulan dan Verifikasi.....	31
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	31

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya Joracle Florist.....	33
4.1.2 Visi dan Misi Joracle Florist.....	34
a. Visi Joracle Florist.....	34
b. Misi Joracle Florist.....	34
4.1.3 Logo Joracle Florist.....	34
a. Bentuk Logo.....	34

b. Makna Logo.....	35
c. Arti warna logo.....	35
4.1.4 Struktur Organisasi.....	35
4.1.5 Akun Instagram Joracle Florist.....	36
4.1.6 Deskripsi Subjek Penelitian.....	37
4.1.7 Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.1.8 Profil Instagram @joracle.flo.....	37
4.1.9 Pengelolaan Akun Instagram @joracle.flo.....	38
4.1.10 Kendala Pengelolaan Akun Instagram @joracle.flo.....	38
4.1.11 Mengatasi Kendala dalam Mengelelola Akun.....	39
4.1.12 Respon Konsumen terhadap Akun Instagram @joracle.flo.....	41
4.1.13 Akun Instagram @joracle.flo Kedepannya.....	42
4.1.14 Akun Instagram @joracle.flo di Mata Publik.....	43
 4.2 Pembahasan.....	43
4.2.1 Komunikasi.....	44
4.2.2 Public Relations.....	44
4.2.3 Strategi Public Relations.....	45
4.2.4 Digital PR.....	45
4.2.5 Media.....	48
a. Pemilihan Media.....	48
b. Perencanaan Media.....	49
c. Karakteristik Media Online.....	51
d. Media Interaktif.....	51
e. Jejaring Instagram.....	52

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Akademis.....	63
5.2.2 Saran Praktis.....	64

DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Joracle Florist.....	33
Gambar 1.2 Akun Instagram Joracle Florist.....	35
Gambar 1.3 Jumlah Followers Akun Instagram Joracle Florist.....	52
Gambar 1.4 Highlights Akun Instagram Joracle Florist.....	55
Gambar 1.5 Screenshot Instagram Reels Akun Instagram Joracle Florist.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Transkrip Wawancara.....	66
Lampiran II Dokumentasi Wawancara.....	82
Lampiran III Curriculum Vitae.....	87

