



**STRATEGI DIGITAL BRANDING PS STORE
MELALUI MEDIA SOSIAL**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
S-1 Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

RIFKY ADIYANSYAH

44219210038

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifky Adiyansyah

NIM : 44219210038

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : **STRATEGI DIGITAL BRANDING PS STORE
MALALUI MEDIA SOSIAL**

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2023



Rifky Adiyansyah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rifky Adiyansyah
NIM : 44219210038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : **STRATEGI DIGITAL BRANDING PS STORE
MELALUI MEDIA SOSIAL**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Martina Shalaty Putri Pane, M. Si ()
NIDN : 0305038703
Ketua Penguji : Tri Diah Cahyowati, Dra, M.Si ()
NIDK : 8941650022
Penguji Ahli : Dewi Ambasari, S.Sos, M.Ikom ()
NIDN : 0303047803

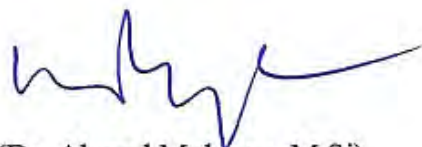
Jakarta, 21 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifky Adiyansyah
NIM : 44219210038
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : **STRATEGI DIGITAL BRANDING PS STORE
MELALUI MEDIA SOSIAL**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2023
Yang Menyatakan,



Rifky Adiyansyah

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi Penelitian yang berjudul “STRATEGI DIGITAL BRANDING PS STORE MELALUI MEDIA SOSIAL” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Selanjutnya penulis pada kesempatan ini akan menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dosen Martina Shalaty Putri Pane, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mendidik dan selalu memberikan bimbingan selama masa penelitian
2. Ibu Tri Diah Cahyowati, Dra. M.Si Selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Kranggan yang selalu memberikan arahnya serta kemudahan kepada kami
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM Selaku Ketua Bidang Public Relations
6. Seluruh Dosen-dosen program studi Public Relations yang sudah memberikan banyak sekali ilmu dan wawasan baru sebagai bekal masa depan saya dari semester 1 hingga saat ini
7. Kepada kedua orang tua Bapak Giyono dan Ibu Rustina, Kakak Dhilah dan Adik-adik saya yang tidak pernah berhenti memberikan dorongan semangat dan doa selama penyusunan penelitian ini, semoga kalian semua selalu dalam keadaan sehat walafiat.
8. Kepada seluruh informan dan staff atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian untuk memperoleh informasi yang diperlukan selama penulisan penelitian ini, kepada sdr. Rezki Hannas dan Mulqi Sofyan A.

9. Teruntuk Winda Maulia Siahaan yang telah menemani dan memberikan support nya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Terimakasih sudah menemani dan mendengarkan segala keluh kesah penulis selama ini.
10. Sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung, menghibur saya dan membantu terlaksananya penelitian ini, Fachri Hanif, Aziz Manaf, Gede Nyoman, Sonia Adriani, teman-teman kampus Kemana Pergi Kita (KPK) Budi, Ridho, Zata, Dua Fikri, Araf, Novva dan Pepy WARES teman-teman dari rumah, teman-teman kantor Forbaz Group Alif, Tyo, Fahmi, Sigit, Rendi, Dandi dan teman teman yang lain

Meskipun telah berusaha dengan semaksimal mungkin penulis menyadari bahwa penyusunan pembuatan penelitian ini masih ada kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak pihak yang berkepentingan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Febuari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat akademis	4
1.4.2 Manfaat praktis	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	6
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	13

2.2.2 Branding	14
2.2.3 Digital Branding	16
2.2.4 New Media	20
2.2.5 Sosial Media	22
2.2.6 Instagram dan Youtube	24
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Subjek Penelitian	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
1. Data primer	30
2. Data Sekunder	31
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Keabsahan Data	32
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2. Deskripsi PS store	34
4.2.1 Visi dan Misi PS Store	35
4.2.2 Logo, Owner dan Produk PS Store	35
4.2.3 Kontak PS Store	37
4.2.4 Sosial Media PS Store	37
4.3. Deskripsi Subjek Penelitian	40
4.4. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.4.1 Planning	42

4.4.2 Communicating.....	44
4.4.3 Controlling	47
4.4.4 Evaluating	48
4.5. Pembahasan	49
4.5.1 Strategi Digital Branding PS Store	49
4.5.2 Strategi Digital Branding PS Store dan Komunikasi AIDDA	53
BAB V	58
KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Saran.....	59
5.2.1. Saran akademis.....	59
5.2.2. Saran praktis.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	8
Table 2. Subjek Penelitian.....	29
Table 3. Subjek Penelitian.....	41
Table 4. Data Jumlah Followers Sosial Media	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Logo Brand PS Store.....	36
Gambar 2. Pemilik PS Store	36
Gambar 3. Toko Offline PS Store	37
Gambar 4. Akun Media Sosial Instagram PS Store	38
Gambar 5. Akun Media Sosial Instagram Yang Dimiliki PS Store.....	38
Gambar 6. Akun Youtube Milik PS Store	40
Gambar 7. Kegiatan Program CSR	43
Gambar 8 Program PS Store Peduli	44
Gambar 9. Video Konten Kreatif	45
Gambar 10. Akun Instagram PS Store Pada Setiap Cabang	47
Gambar 11. Kegiatan PS Store Peduli Untuk Meningkatkan Attention	54
Gambar 12. Keputusan Pembelian Oleh Customer.....	55
Gambar 13. Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian	56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – PEDOMAN WAWANCARA.....	62
LAMPIRAN 2 – TRANSKIP WAWANCARA.....	67
LAMPIRAN 3 – DOKUMENTASI WAWANCARA.....	84

