



**STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
PADA AKUN TIKTOK BLP BEAUTY TAHUN 2023**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

Inessa Widyasari

44220010150

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inessa Widyasari
NIM : 44220010150
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Cyber Public Relations
Dalam Membangun Brand
Awareness Pada Akun Tiktok
BLP Beauty Tahun 2023

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.

Jakarta, 02 Januari 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Inessa Widyasari

HALAMAN PENGESAHAN



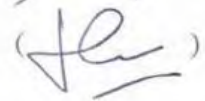
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Inessa Widyasari
NIM : 44220010150
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Cyber Public Relations Dalam
Membangun Brand Awareness Pada
Akun Tiktok BLP Beauty Tahun 2023

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

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Zulmi Savitri M.Ikom
NIDN : 0308018703
Ketua Penguji : Siti Muslichatul M.Ikom
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo M.Ikom
NIDN : 0316129201

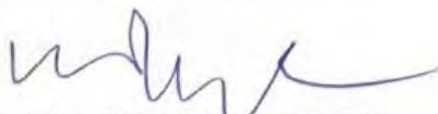
()
()
()


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Januari 2024
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, 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	: Inessa Widyasari
NIM	: 44220010150
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Strategi Cyber Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Pada Akun Tiktok BLP Beauty Tahun 2023

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, 02 Januari 2024

Yang menyatakan,



761AKX734856082

(Inessa Widyasari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “ **Strategi Cyber Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Pada Akun Tiktok BLP Beauty Tahun 2023.**” dengan baik dan tepat pada waktunya. Tidak lupa untuk kedua Orang Tua dan juga saudara-saudari penulis yang senantiasa mendoakan dan memberi dorongan serta motivasi dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak khususnya, yaitu:

1. Ibu Zulmi Savitri, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan saran , waktu dan pengetahuan yang bermanfaat serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Irmulan Sati, M. Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid , M.Si selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Komunikasi , Universitas Mercu buana
5. Ibu SM Niken Restaty, M.Si selaku Seketaris Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Komunikasi , Universitas Mercu Buana
6. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Dosen Pengampu mata kuliah Tugas Akhir atas segala bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Ibu Santa Lorita Simamora selaku Dosen Pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberi saran , waktu dan pengetahuan kepada penulis dari awal judul penelitian ini dibuat.

8. Kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan baru kepada penulis selama perkuliahan
9. Kepada kedua Orang Tua saya Mama , Papa , Kakak-ku Sherly dan Adik-ku Danny yang senantiasa memberikan dukungannya serta doa kepada penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kepada Mba Christa dan tim BLP Beauty yang telah memberikan waktu, bantuan dan partisipasinya dalam proses penelitian ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan pada grup DO FUN di mulai dari Fina, Nadia , Lulu , Nisa , Irma atas doa dan dukungannya kepada penulis
12. Semua Pihak yang turut terlibat dan membantu proses menyelesaikan proposal penelitian ini dengan tepat waktu.
13. Kepada diri saya sendiri, saya ingin berterimakasih karena atas perjuangan dan usaha yang dilalui sehingga proses penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan dapat terselesaikan pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat lebih baik lagi masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi untuk peneliti selanjutnya di masa yang akan datang khususnya pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Bidang Studi *Public Relations*. Akhir kata semoga penulisan proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan khususnya pada praktisi *Public Relations*.

Sekian dan Terimakasih

Jakarta, 15 Juni 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Sosial	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teoritis	15
2.2.1 Public Relations.....	15
2.2.2 Cyber Public Relations	16
2.2.3 Strategi Cyber Public Relations.....	19
2.2.4 Brand Awareness.....	20
2.2.5 New Media	23
2.2.6 Media Sosial	24
2.2.7 Tiktok	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Paradigma Penelitian	26
3.2. Metode Penelitian.....	27
3.3. Subjek Penelitian	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1. Data primer	30
3.4.2. Data sekunder	30
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil BLP Beauty	33
4.1.2 Visi	34
4.1.3 Misi.....	34
4.1.4 Logo BLP Beauty	35

4.1.5	Struktur Perusahaan BLP Beauty	35
4.1.6	Kegiatan BLP Beauty	37
4.2.	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Awal BLP Beauty aktif dalam penggunaan platfrom Tiktok	38
4.2.2	Penerapan Strategi Cyber Public Relations BLP Beauty	39
4.2.3	Platfrom Tiktok Sebagai Media Penyebaran Informasi BLP Beauty.....	43
4.2.5	Target BLP Beauty	46
4.2.5	Evaluasi Terhadap Strategi yang Dijalankan Oleh BLP Beauty	47
4.2.6	Peran KOL (Influencer) Dalam Penerapan Strategi Cyber PR	50
4.2.7	Pandangan Konsumen Terhadap Brand BLP Beauty	52
4.2.8	Penilaian Konsumen Terhadap Brand BLP Beauty	56
4.2.9	Model Hasil Penelitian	58
4.3.	Pembahasan	59
4.3.1	Penerapan Strategi Cyber Public Relations.....	59
4.3.2	Pandangan Konsumen Terhadap Strategi Cyber PR BLP Beauty	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Saran	68
5.2.1	Saran Akademis.....	68
5.2.2	Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Tiktok BLP Beauty	2
Gambar 1.2 Akun Tiktok Bisnis BLP Beauty	3
Gambar 1.3 Konten pada akun Tiktok BLP Beauty	3
Gambar 1.4 Perkembangan Tiktok	4
Gambar 1.5 Tiktok Media Favorite	5
Gambar 1.4 Pengguna Tiktok Berdasarkan Usia & Jenis Kelamin	5
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	21
Gambar 4.1 Akun Instagram , Tiktok & Website BLP Beauty	34
Gambar 4.2 Logo BLP Beauty	35
Gambar 4.3 Struktur Perusahaan BLP Beauty	35
Gambar 4.4 Konten Launching Produk BLP Beauty	41
Gambar 4.5 Perbandingan Performance Algoritma Tiktok BLP Beauty	43
Gambar 4.6 Analisis Reach pada platform Tiktok BLP Beauty	44
Gambar 4.7 Bentuk penyebaran link pada berbagai akun sosial media BLP	45
Gambar 4.8 Filter & Ads BLP Beauty	46
Gambar 4.9 Konten Get Ready With Me BLP Beauty	48
Gambar 4.10 Insight Performance Fitur Ads BLP Beauty	49
Gambar 4. 11 Hasil Penggunaan Influencer BLP Beauty	51
Gambar 4.12 Interaksi BLP Beauty Pada Kolom Komentar Dengan Pengguna Tiktok	53
Gambar 4.13 Jenis Konten BLP Beauty	54
Gambar 4.14 Model Hasil Penelitian	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
--------------------------------------	----

