



**STRATEGI KOMUNIKASI PT. JAYA REAL PROPERTY
KEPADA GENERASI MILENIAL UNTUK
MEMPERTAHAKAN REPUTASI
(Studi Kasus Strategi Komunikasi Graha Raya Bagi Generasi
Milenial)**



SKRIPSI

**UNIVERSITAS
ZULAIKHA
MERCU BUANA
NIM: 44220120002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulaikha
NIM : 44220120002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Jaya Real Property Kepada Generasi Milenial Untuk Mempertahankan Reputasi (Studi Kasus Strategi Komunikasi Perumahan Graha Raya Bagi Generasi Milenial)

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, 16 Januari 2024



10000
SERI
MERU
TAMPEI
CFD5FALX030984316

Zulaikha

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Zulaikha
NIM : 44220120002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Jaya Real Property
Kepada Generasi Milenial Untuk
Mempertahankan Reputasi (Studi Kasus
Strategi Komunikasi Perumahan Graha
Raya Bagi Generasi Milenial)

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 : Dra. Diah Wardhani, M.Si ()
NIDN : 0312066102
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.Ikom ()
NIDN : 0316088503

Jakarta, 16 Januari 2024

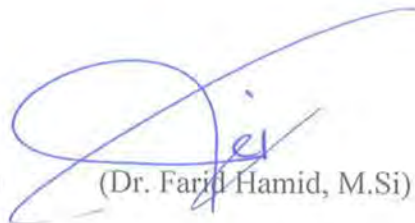
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas nikmat sehat dan kesempatan yang diberikan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Merupakan suatu kebahagiaan, diberi kesempatan menuntut ilmu yang nantinya menjadi bekal dalam kehidupan bermasyarakat dan berorganisasi, juga kehidupan pribadi.

Bersama dengan rampungnya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir yang sabar menuntun, membimbing dan memberikan petunjuk kepada saya selama menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Program Studi Public Relations
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku pimpinan sidang Tugas Akhir.
5. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku penguji ahli dalam sidang Tugas Akhir.

6. Ibu Suryaning Hayati, MM, M.Ikom selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Riset atas ilmu yang diberikan dan kesediaan beliau menjawab pertanyaan seputar penyusunan tugas akhir ini.
7. Ibu Anindita, S.Pd, M.IKom selaku dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir.
8. Bapak Dodit Herdianto Kusumo, Pimpinan unit Graha Raya dari PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi key informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
9. Ibu Atika Mega Ayuningtyas, Manager Promosi Graha Raya dari PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
10. Bapak Dimas Prasasto, Manager Penjualan Graha Raya PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
11. Ibu Angela M. Ratna, customer PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
12. Bapak Nizwar Nirwana, customer PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.

13. Ibu Yuliana Dewi, customer PT. Jaya Real Property atas kesediaannya menjadi informan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
14. Seluruh dosen pengajar dan staff Universitas Mercu Buana.
15. Suamiku tercinta Dodit Herdianto Kusumo atas seluruh dukungannya baik materil, motivasi, nasehat dan suntikan semangatnya kepada saya.
16. Putra-putriku tersayang Rahadian Danar Praditya, Ramaditta Widyanani dan Radianita Puspitarani yang menyemangati Bunda belajar.
17. Bapakku H. Suprayitno dan Ibuku Hj. Siti Icah Aisyah yang senantiasa mendoakan saya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi Tugas Akhir perkuliahan dan sebagai syarat kelulusan program S-1 yang tengah ditempuh oleh penulis. Besar harapan penulis, skripsi ini memberikan manfaat secara akademis maupun secara praktek sehari-hari.

Terakhir, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari ketidaksempurnaan. Dengan kerendahan hati, penulis membuka masukan berupa saran dan kritik, agar pembuatan karya selanjutnya menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 16 Januari 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulaikha
NIM : 44220120002
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Jaya Real Property Kepada Generasi Milenial Untuk Mempertahankan Reputasi (Studi Kasus Strategi Komunikasi Perumahan Graha Raya Bagi Generasi Milenial)

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.

Jakarta, 16 Januari 2024

Yang menyatakan,

(Zulaikha)

ABSTRAK

Nama : Zulaikha
NIM : 44220120002
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Jaya Real Property Kepada Generasi Milenial Untuk Mempertahankan Reputasi (Studi Kasus Perumahan Graha Raya Bagi Generasi Milenial)
Pembimbing : Dra. Diah Wardhani, M.Si

ABSTRAK

Perumahan Graya Raya yang berada di bawah naungan PT. Jaya Real Property, menyasar target market generasi milenial yang dikenal unik karakteristiknya. Serbuan informasi dari berbagai media, dengan berbagai tawaran menarik dari pesaing dan trik-trik memilih property yang menguntungkan di masa krisis, menjadi tantangan tersendiri. Tujuan penelitian untuk mengetahui mengenai strategi publikasi bagi generasi milenial untuk mempertahankan reputasi PT. Jaya Real Property.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan paradigma post-positivistik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan key informan, para informan, observasi, dokumentasi dan sumber literature yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Jaya Real Property adalah dengan menetapkan tujuan komunikasi, menetapkan target sasaran informasi yaitu generasi milenial, mempelajari karakteristik target, menyusun perencanaan pesan, memilih media yang sesuai dengan target audience dan melakukan evaluasi terkait strategi yang ditetapkan. Perencanaan komunikasi disusun agar selaras dengan perencanaan manajemen yang terdiri dari perencanaan jangka pendek berupa pencapaian target penjualan pada target market yang ditentukan dan perencanaan strategis yaitu pemeliharaan reputasi perusahaan.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunikasi korporasi, generasi milenial

ABSTRACT

Name : Zulaikha
NIM : 44220120002
Study Program : Public Relations
Title of Undergraduate Thesis : *Communication Strategy of PT. Jaya Real Property For Millennial Generation to Maintain Company Reputation (Case Study of Graha Raya Housing Area For Millennial Generation)*
Counselor : *Dra. Diah Wardhani, M.Si*

Graha Raya housing as a subsidiary business of PT. Jaya Real Property, targeting the millennial generation which is known for its unique characteristics. The onslaught of information from various media, with various attractive offers from competitors and tricks for choosing profitable property during times of crisis, is a challenge in itself. The aim of the research is to find out publication strategy for millennial generation to maintain reputation of PT. Jaya Real Property.

This research uses case study method with qualitative approach. The researcher uses post-positivistic paradigm. Data collection was undergo by performed technics of indepth interview with key informan and informan, observation, documentation and relevant literature sources.

The research results show that the communitation strategy carried out by PT. Jaya Real Property is by setting communication goals, setting the millennial generation as information target, researching target characteristics, preparing message plans, choosing media that suits the target audience and carrying out evaluationrelated to the determaind strategy. Communication planning is prepared to be in line with management planning which consists of short-term planning in the form of achieving sales targets in the specified target market and strategic planning in order to maintain the company's reputation.

Keywords: communication strategy, corporate communication, millennial generation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Akademis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Kajian Teoritis.....	20
2.2.1. Definisi Corporate Communication	21
2.2.2. Fungsi Corporate Communication	23
2.2.3. Karakteristik Corporate Communication	24
2.2.4. Definisi Strategi Komunikasi	25
2.2.5. Tujuan Strategi Komunikasi	25
2.2.6. Relasi, Pengelolaan dan Monitoring Media	27
2.2.7. Definisi Generasi Milenial	28

2.2.8. Karakteristik Generasi Milenial	30
2.2.9 Media Sosial.....	32
2.2.10 Reputasi.....	36
2.2.11. Definisi Reputasi.....	38
2.2.12. Model Pembangunan Reputasi Perusahaan	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Paradigma penelitian	39
3.2. Metode Penelitian.....	40
3.3. Subjek Penelitian	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5. Teknik Analisis Data	43
3.6. Teknik Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1. Selayang Pandang PT. Jaya Real Property	46
4.1.2. Visi, Misi dan Nilai Utama Perusahaan	49
4.1.3. Penembangan Graha Raya	49
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Jaya Real Property	50
4.2. Hasil Penelitian	51
4.2.1. Kebijakan Manajemen dan Perencanaan	52
4.2.2. Perencanaan Komunikasi	54
4.2.3. Target Audience	60
4.2.4. Media	63
4.2.5. Konten Pesan.....	71
4.2.6. Umpan Balik	82
4.2.7. Evaluasi	85
4.2.8. Reputasi	89
4.3. Pembahasan	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Daftar Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. Tabel Perbandingan media massa dengan media sosial	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cuplikan Artikel majalah Fortune Indonesia.....	5
Gambar 2. Model Pembangunan Reputasi Perusahaan	38
Gambar 3. Struktur Organisasi PT. Jaya Real Property	50
Gambar 4. Struktur Organisasi Departmen Pemasaran Unit Perumahan Graha Raya	51
Gambar 5. Konten Instagram: event Launching Unit.....	57
Gambar 6. Konten Instagram: event Customer Gathering	58
Gambar 7. Konten Instagram: Serah Terima Rumah Massal.....	58
Gambar 8. Konten Instagram: event Serah Terima Sertifikat	59
Gambar 9. Konten Instagram: Kegiatan senam bersama warga.....	59
Gambar 10. Grafik Rentang Usia Target Market Graha Raya	60
Gambar 11. Konten Instagram: Program Promosi DP 0%	63
Gambar 12. Pemberitaan media massa: Peluncuran Cluster Hyra	66
Gambar 13. Pemberitaan media massa: Peluncuran ruko Graha Raya.....	68
Gambar 14. Tampilan laman muka akun sosial media resmi Graha Raya	69
Gambar 15. Media Outdoor Graha Raya	69
Gambar 16. Tampilan iklan soft sale dengan hard sale.....	72
Gambar 17. Pemberitaan media massa: konsep perumahan Graha Raya.....	73
Gambar 18. Pemberitaan media massa: peluncuran ruko Fortune Folks	74
Gambar 19. Konten bersponsor pada instagram Graha Raya	75
Gambar 20. Konten Instagram: wahana hiburan terdekat	76
Gambar 21. Konten Instagram: produk baru Graha Raya	78
Gambar 22. Tampilan konten yang melibatkan influencer.....	79
Gambar 23. Tampilan konten testimoni warga.....	79
Gambar 24. Konten Instagram: event serah terima rumah dan sertifikat.....	80
Gambar 25. Konten Instagram: event show unit baru	80
Gambar 26. Konten Instagram: event customer gathering	81
Gambar 27. Konten Instagram: event olah raga warga	81
Gambar 28. Penggunaan saluran komunikasi audience via media	82

Gambar 29. Grafik feedback dari audience	83
Gambar 30. Grafik feedback pada parameter whatsapp	85
Gambar 31. Grafik feedback pada parameter direct message instagram.....	86
Gambar 32. Grafik feedback pada parameter walk in.....	87
Gambar 33. Grafik feedback pada parameter call in	88
Gambar 34. Artikel majalah Fortune Indonesia.....	92
Gambar 35. Artikel koran online Kontan	93
Gambar 36. Artikel koran online IDXChanel	94
Gambar 37. Artikel koran online Bisnis.com	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Key Informan (Informan 1).....	116
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 2.....	125
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 3.....	135
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 4.....	147
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan 5.....	147
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 6.....	151
Lampiran 7. Surat Keterangan Penelitian	153
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....	154
Lampiran 9. Riwayat Hidup Penulis.....	156



UNIVERSITAS
MERCU BUANA