



**STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PARTNERSHIP BINUS
ONLINE PADA KEGIATAN WEBINAR BOLD SERIES
MELALUI MEDIA SOSIAL**

TESIS

Tesis Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Strata Dua (S2) Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

MOCHAMMAD HARI FEBRIANSYAH

NIM: 55221120004

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Moch. Hari Febriansyah
NIM : 55221120004
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri Dan Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS
ONLINE Pada Kegiatan Webinar BOLD Series
Melalui Media Sosial

Jakarta, 27 Februari 2024

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE Pada
Kegiatan Webinar BOLD Series Melalui Media Sosial
Nama : Moch. Hari Febriansyah
NIM : 55221120004
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Manajemen Industri Dan Bisnis Media
Tanggal : 27 Februari 2024

Jakarta, 27 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE Pada
Kegiatan Webinar BOLD Series Melalui Media Sosial
Nama : Moch. Hari Febriansyah
NIM : 55221120004
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Manajemen Industri Dan Bisnis Media
Tanggal : 27 Februari 2024

Jakarta, 27 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)



(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



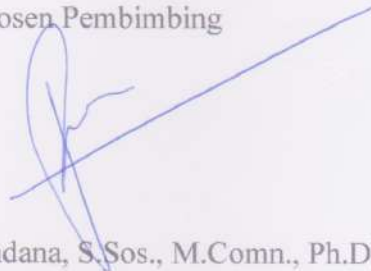
(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Moch. Hari Febriansyah
NIM : 55221120004
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri Dan Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE
Pada Kegiatan Webinar BOLD Series Melalui Media
Sosial

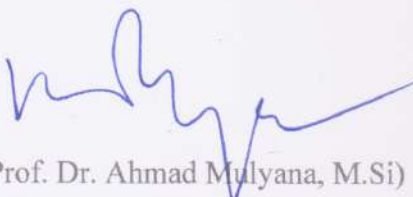
Jakarta, 27 Februari 2024

Dosen Pembimbing



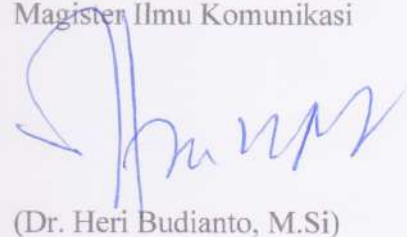
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : MOCH. HARI FEBRIANSYAH
NIM : 55221120004
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “**Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE Pada Kegiatan Webinar *BOLD Series Melalui Media Sosial***”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 21 Februari 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Februari 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE Pada
Kegiatan Webinar BOLD Series Melalui Media Sosial

Nama : Moch. Hari Febriansyah

N I M : 55221120004

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 27 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 27 Februari 2024



(Moch. Hari Febriansyah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan, atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini dengan judul “**Strategi Komunikasi Unit Partnership BINUS ONLINE Pada Kegiatan Webinar *BOLD Series Melalui Media Sosial***”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus, pada kesempatan ini Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rizki Briandana, S.Sos, M.Comm., Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan tambahan ilmu, masukan dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga saat ini.
2. Bapak Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan juga tambahan referensi sehingga penulis mendapatkan banyak ilmu yang berguna.
3. Bapak Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si selaku Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi UMB
4. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM., M.Si. selaku Sekretaris Program Magister Ilmu Komunikasi UMB

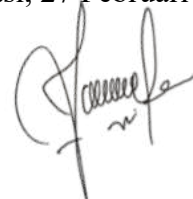
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Magister Ilmu Komunikasi UMB yang sudah memberikan banyak Ilmu kepada penulis.
6. Istri tercinta Mangesti Yunianti, S.Psi yang berperan besar baik secara moril dan materiil serta selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Terima kasih atas segala dukungan, cinta dan semangat yang diberikan.
7. Kedua orang tua saya Ayahanda Hariyono (Alm), dan Ibunda Marhaya yang saya sayangi dan selalu memberikan dukungan, motivasi serta doanya sepanjang waktu khususnya untuk keberhasilan studi saya.
8. Kedua orang tua saya Bapak Drs. Wijono Pribadi, M.Pd dan Ibu Yayuk Endang Yuliati yang saya sayangi dan selalu memberikan dukungan, masukan, motivasi dan doa untuk keberhasilan studi saya.
9. Adik-Adik saya, Siva Dwi Harum, S.Si dan M. Sefti Fajri, S.Sos terimakasih karena selalu memberikan dukungan selama menyelesaikan tesis ini.
10. Mas Sulaksono Yunianto, S.I.Kom dan Mbak Sari Anggilia P, S.Kom serta Gendis Anindyaswari Sulaksono tersayang. Terimakasih karena sudah mendukung penulis agar segera menyelesaikan tesis ini.
11. Rekan-rekan seperjuangan Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi 2021 yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyelesaian tesis ini.
12. Bapak Dr. Ir. Budi Yulianto, S.Kom., M.M., CBA., IPM dan Bapak Titan, S.Kom., MMSI., CDMS sebagai Pimpinan Center Education Development BINUS ONLINE yang telah membantu izin penelitian ini.

13. Tidak lupa, rasa terimakasih kepada Unit Partnership BINUS ONLINE (Ibu Reza, Sdr. Joshua, Sdr. Reagen, dan Sdr. Fauzan) dan seluruh rekan kerja di BINUS ONLINE yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan bantuan datanya selama penyelesaian tesis ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang selalu mendukung dalam proses penyelesaian tesis.

Kiranya hasil penelitian ini menjadi sumbangsih dalam pengembangan ilmu khususnya komunikasi media kedepannya.



Bekasi, 27 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Moch. Hari Febriansyah', with a small flourish at the end.

Moch. Hari Febriansyah
55221120004

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi unit Partnership pada kegiatan webinar BOLD Series di BINUS ONLINE melalui media sosial. Kegiatan webinar BOLD Series ini bertujuan sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi peserta yaitu mahasiswa yang mengikutinya, membantu mereka meraih tujuan akademik dan profesional dengan semangat yang lebih tinggi dan tantangan yang dihadapi kedepannya. Diskusi para ahli atau praktisi yang disajikan dalam acara ini mengundang para praktisi industri, akademisi ternama, atau praktisi berpengalaman untuk berbicara tentang topik-topik yang relevan. Diskusi ini memberikan wawasan mendalam dan pandangan beragam tentang perkembangan terbaru dalam bidang tersebut.

Dalam kajian teori determinisme teknologi menekankan bahwa teknologi berperan penting sebagai medium dalam mencapai tujuan strategis, strategi komunikasi *A Pull Positioning* digunakan untuk menjangkau mahasiswa dan untuk meningkatkan publikasi informasi tentang acara webinar yang diselenggarakan dalam bentuk desain informasi poster dan e-flayer. Didistribusikan melalui media sosial yaitu Instagram, WhatsApp group, Web, LMS Mahasiswa. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada kegiatan webinar BOLD Series. Triangulasi sumber digunakan untuk memeriksa keabsahan data, menggabungkan hasil wawancara dan dokumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberi gambaran komprehensif tentang strategi komunikasi yang digunakan unit Partnership di BINUS ONLINE dalam kegiatan BOLD Series.

Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, Metode studi kasus yang digunakan bertujuan untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas. Dalam penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan unit *Partnership* BINUS ONLINE dalam mempublikasikan informasi kegiatan melalui media sosial yang ada, beserta proses produksi yang dijalankan pada kegiatan webinar BOLD Series. Subjek penelitian yaitu Karyawan pada unit Partnership BINUS ONLINE, dan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung.

Hasil penelitian memahami fenomena yang kompleks dan mendalam tentang bagaimana teori dan strategi diterapkan pada unit partnership BINUS ONLINE dalam kegiatan BOLD Series di media sosial yang merupakan strategi penting yang dijalankan yaitu strategi *A Pull Positioning* dalam webinar BOLD Series. Teknologi berperan penting sebagai medium dalam mencapai tujuan strategis yaitu memberikan kemudahan dalam mempromosikan acara webinar, mengundang narasumber, serta menjangkau *audience* yang lebih luas melalui platform online.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *A Pull Positioning Strategy*, Teori Determinisme Teknologi.

ABSTRACT

This research analyses the communication strategy of the Partnership unit in the BOLD Series webinar activity at BINUS ONLINE through social media. This BOLD Series webinar activity aims to be a source of inspiration and motivation for participants, namely students who take part, helping them achieve academic and professional goals with higher enthusiasm and challenges faced in the future. The discussion of experts or practitioners presented in this event invites industry practitioners, renowned academics, or experienced practitioners to speak on relevant topics. These discussions provide in-depth insights and diverse views on the latest developments in the field.

The study of the theory of technological determinism emphasizes that technology plays an important role as a medium in achieving strategic goals, A Pull Positioning communication strategy is used to reach students and to increase the publication of information about webinar events held in the form of posters information design and e-flyer and distributed through social media, namely Instagram, WhatsApp group, Web, Student LMS. This research uses the constructivism paradigm and uses qualitative research methods with a case study approach in the BOLD Series webinar activities. Source triangulation is used to check the validity of data, and combine interview results and documents. The results of the study are expected to provide a comprehensive picture of the communication strategy used by the Partnership unit at BINUS ONLINE in the BOLD Series activities.

The research method applied is qualitative descriptive with a case study approach, the case study method used aims to obtain a complete and in-depth description of an entity. This study focuses on describing the communication strategy used by the BINUS ONLINE Partnership unit in publishing activity information through existing social media, along with the production process carried out in the BOLD Series webinar activities. The research subjects were employees of the BINUS ONLINE Partnership unit, and data were obtained through in-depth interviews and direct observation.

The results of the study understand the complex and in-depth phenomenon of how theories and strategies are applied to the BINUS ONLINE partnership unit in the BOLD Series activities on social media which is an important strategy carried out, namely the A Pull Positioning strategy in the BOLD Series webinar. Technology plays an important role as a medium in achieving strategic goals, namely providing convenience in promoting webinar events, inviting speakers, and reaching a wider audience through online platforms.

Keywords: *Communication Strategy, A Pull Positioning Strategy, Theory of Technological Determinism.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	28
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	28
2.2.2 Jenis Strategi Komunikasi.....	29
2.2.3 Media Massa	30
2.2.4 Media Sosial.....	31
2.2.5 Teori Determinisme Teknologi.....	32
2.3 Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian.....	37

3.2 Paradigma Penelitian.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder.....	41
3.4 Teknik Analisis Data	41
3.4.1 Reduksi Data.....	42
3.4.2 Penyajian Data	42
3.4.3 Penarikan Kesimpulan	42
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	43
3.6 Keabsahan Data	48
3.7 Lokasi Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil BINUS ONLINE.....	50
4.1.2 Struktur Organisasi	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 BOLD Series Collaboration Partnership.....	53
4.2.2 Event BOLD Series Januari – Juni 2023	55
4.2.3 Proses Perencanaan Informasi BOLD Series.....	63
4.3 Pembahasan.....	69
4.3.1 Analisis Strategi Komunikasi Pada Kegiatan Webinar BOLD Series Melalui Media Sosial.....	69
4.3.2 Strategi Komunikasi <i>A Pull Positioning</i> pada Webinar BOLD Series	73
4.3.3 Determinisme Teknologi dalam Kegiatan BOLD Series.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Subjek Penelitian	44
Tabel 4.2.2.1 Event BOLD Series Periode Januari – Juni 2023.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Demografi Mahasiswa BINUS ONLINE	5
Gambar 2.3 Gambar/ Bagan Kerangka Berfikir	36
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber	48
Gambar 4.1.3.1 Struktur Organisasi BINUS ONLINE	52
Gambar 4.2.3.1 Alur Proses Perencanaan Informasi BOLD Series	69
Gambar 4.3.1.1 Informasi BOLD Series Melalui WAG	71
Gambar 4.3.1.2 Informasi BOLD Series Melalui Instagram Prodi	71
Gambar 4.3.1.3 Informasi BOLD Series Melalui Website Prodi	73

