



STRATEGI MEMBANGUN CITRA MEREK *AMAZING FARM*

PRODUCT JUICE & SALAD HYDROPONIC PT.MOMENTA

AGRIKULTURA MELALUI *FANPAGE SOCIAL MEDIA*

FACEBOOK

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Program Studi Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

Fani Ramadhanti 44212120025

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Membangun Citra Merek *Amazing Farm Product Juice dan Salad Hydroponic* PT. Momenta Agrikultura Melalui *Fanpage Social Media Facebook*

Nama : Fani Ramadhanti

NIM : 44212120025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 14 Agustus 2017

Mengetahui,

Pembimbing,

(Ira Purwitasari S.Sos M.Ikom)



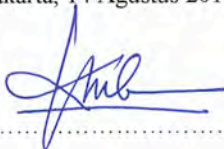
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

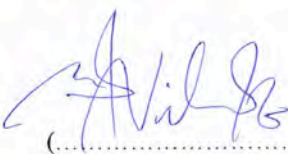
Judul : Strategi Membangun Citra Merek *Amazing Farm Product Juice dan Salad Hydroponic* PT. Momenta Agrikultura Melalui *Fanpage Social Media Facebook*
Nama : Fani Ramadhanti
NIM : 44212120025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 14 Agustus 2017


Ketua Sidang,
Dr. A. Rahman., M.Si


(.....)

Penguji Ahli,
Sm Niken Restaty., M.Si


(.....)

Pembimbing I,
Ira Purwitasari., S.Sos.M.IKom


(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Strategi Membangun Citra Merek *Amazing Farm Product Juice dan Salad Hydroponic* PT. Momenta Agrikultura Melalui *Fanpage Social Media Facebook*
Nama : Fani Ramadhanti
NIM : 44212120025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 14 Agustus 2017

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing,

(Ira Purwitasari., S.Sos.M.IKom)

Ketua Bidang Studi *Public Relations*,

(Dr.Elly Yuliawati,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

(Dr.Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

(Ponco Budi Sulistyono, M. Comn.,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'alla, atas rahmat dan karunia-Nya maka proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Proposal skripsi yang berjudul “Strategi Membangun Citra Merek *Amazing Farm Product Juice & Salad Hydroponic* PT.Momenta Agrikultura melalui *Fan Page Social Media Facebook*”. Tujuan pembuatan skripsi ini dibuat adalah sebagai salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi bidang studi *Public Relations*.

Sebagai bahan penulisan skripsi ini diambil berdasarkan hasil wawancara, dan beberapa sumber literatur yang mendukung pembuatan skripsi ini. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembimbing dan semua rekan pelajar dan dosen pengajar. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ira Purwitasari S.Sos M. Ikom sebagai pembimbing skripsi saya yang dengan sabar membimbing serta memberikan saran selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
3. Orang Tua (Ibu Umi Inowiyah dan Bapak Muhamad Idrus), Suami (Dedi Triono), dan Rekan-rekan FIKOM Reguler 2 Meruya jurusan *Public Relations* Universitas Mercu Buana angkatan 2012 : Nesia, Sisca, Stevani, Angel, Sheba, Nirma, Reni dan rekan – rekan seangkatan lainnya yang telah berbagi informasi selama masa perkuliahan dan memberikan masukan-masukkan demi kelancaran skripsi ini.
4. Para narasumber dari PT. Momenta Agrikultura : Bapak Martinus Dwi Cahyo, dari Bewei Agency : Bapak Hanny Setiawan dan fans like facebook Amazing

Farm Mas Radit dan Mbak Berrty. Terima kasih atas waktu luang dan segala informasi yang diberikan .

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan proposal skripsi ini. Semoga Allah Subhanahu Wata'alla selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 2017

Peneliti

Fani Ramadhanti

NIM: 44212120025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	III
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 FOKUS PENELITIAN.....	8
1.3 IDENTIFIKASI MASALAH.....	9
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.5.1 Akademis.....	10
1.5.2 Praktis.....	11
1.5.3 Sosial.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 KOMUNIKASI.....	12
2.1.1 Proses Komunikasi.....	13
2.1.2 Strategi Komunikasi.....	15
2.2 PUBLIC RELATIONS.....	17
2.2.1 Fungsi dan Aktivitas Public Relations.....	19
2.2.2 Peran Public Relations (PR).....	20
2.2.3 Public Relations Online.....	22

2.3 MEDIA BARU.....	23
2.4 SOCIAL MEDIA.....	26
2.4.1 Peran Social Media.....	28
2.4.2 Karakteristik Social Media.....	30
2.4.3 Jenis – Jenis Social Media.....	31
2.4.4 Facebook.....	33
2.5 CITRA MEREK.....	34
2.5.1 Definisi Citra Merek.....	34
2.5.2 Komponen Citra Merek.....	37
2.5.3 Faktor – Faktor yang Membentuk Citra Merek.....	41
2.5.4 Strategi Citra Merek.....	42
BAB III.....	45
METEDOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 PARADIGMA.....	45
3.2 TIPE PENELITIAN.....	46
3.3 METODE PENELITIAN.....	47
3.4 SUBYEK PENELITIAN.....	47
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	49
3.5.1 Data Premier.....	49
3.5.2 Data Sekunder.....	50
3.6 TEKNIK ANALISA DATA.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53

4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	53
4.1.1 Profile Perusahaan PT.Momenta Agrikultura (Amazing Farm).....	53
4.1.2 Visi dan Misi PT.Momenta Agrikultura (Amazing Farm).....	56
4.1.3 Struktur Dividi Online Marketining Communionation PT.Momenta Agrikultura (Amazing Farm).....	57
4.1.4 Logo Perusahaan PT. Momenta Agrikultura (Amazing Farm).....	58
4.1.5 Bidang Usaha	58
4.1.6 Lokasi Perusahaan	59
4.2 HASIL PENELITIAN	59
4.2.1 Deskripsi Profil Key Informan dan Informan	61
4.2.2 Latar Belakang Membangun Citra Merek Juice dan Salad Amazing Farm di Facebook.....	63
4.2.3 Memiliki Positioning yang Tepat	65
4.2.4 Memiliki Brand Value	69
4.2.5 Memiliki Konsep yang Tepat	71
4.3 PEMBAHASAN.....	81
BAB V.....	89
SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 SIMPULAN.....	89
5.2 SARAN.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN 2 : Hasil Transkrip Wawancara
- LAMPIRAN 3 : Gambar Fanpage, Market Amazing Farm, Kebun Amazing Farm

