



**STRATEGI KOMUNIKASI MUSLIMAHDAILY.COM TAHUN 2023
DALAM PEMBENTUKAN CITRA SEBAGAI PORTAL MEDIA
MUSLIMAH INDONESIA**

LAPORAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Anisa Putri (44219010124)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Putri
NIM : 44219010124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com Tahun 2023 dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia

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, 14 Maret 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Anisa Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Anisa Putri
NIM : 44219010124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com Tahun 2023 dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si.

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 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo,
S.H. M.Si
NIDN : 0330077301
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M. Soc. Sc, Ph.D
NIDN : 0324128202
Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti, M.Ikom
NIDN : 0726067701



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2024

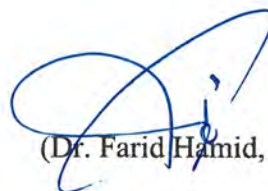
Mengetahui,

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 : Anisa Putri
NIM : 44219010124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com Tahun 2023 dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia

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, 14 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Anisa Putri)

ABSTRAK

Nama : Anisa Putri
NIM : 44219010124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com Tahun 2023 dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si.

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertiannya yaitu bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Internet menjadi salah satu bagian media massa yang paling berkembang secara pesat saat ini. Internet menjadi media komunikasi yang memiliki kecepatan serta jumlah penggunaan akses yang terus meningkat, sehingga banyak dari pengguna menjadikan internet sebagai media komunikasi.

Strategi komunikasi menurut Rojer, memberikan pengertian bahwa strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Strategi komunikasi dilakukan melalui empat langkah proses Public Relations menurut (Cutlip, Center, dan Broom) dan proses pembentukan citra Muslimahdaily.com yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi pada media sosial yang mencakup komunikasi verbal, nonverbal, dan komunikasi organisasi yang mencakup komunikasi internal dan eksternal Muslimahdaily.com.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu penelitian kualitatif dengan teknik analisis deksriptif yang menekankan kepada analisis data melalui dokumentasi dan wawancara mendalam dengan berpedoman pada teori yang ada dan sesuai sehingga menghasilkan data-data deskriptif. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Muslimahdaily.com dalam pembentukan citra sebagai portal media Muslimah Indonesia yaitu dengan menggunakan empat langkah atau tahapan yaitu dengan melakukan analisis perencanaan, pengembangan perencanaan, implementasi strategi komunikasi, dan evaluasi guna mengukur kesuksesan strategi komunikasi yang dilakukan. Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, Muslimahdaily.com sudah terbilang cukup efektif dalam penyampaian informasi melalui konten-konten media social yang diunggah. Namun, hal itu tidak terlepas dari adanya hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi yaitu masih adanya perbedaan pemahaman antara Muslimahdaily.com dengan pengikutnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pembentukan Citra, Media Sosial, Muslimahdaily.com, Muslimah Indonesia.

ABSTRACT

Name : Anisa Putri
NIM : 44219010124
Study Program : Communication Science
Title Thesis Report : Muslimahdaily.com Communications Strategy in 2023 to Building an Image as an Indonesian Muslimah Media Portal
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si.

Media is a tool used to transfer messages from the source to the recipient. Media in this sense can be mass media which includes newspapers, radio, films, television and the internet. The internet is one of the most rapidly developing parts of mass media today. The internet has become a communication medium that has speed and the number of access uses continues to increase, so that many users use the internet as a communication medium.

Communication strategy according to Rojer, provides the understanding that communication strategy is a design created to change human behavior on a larger scale through the transfer of new ideas. The communication strategy is carried out through the four steps of the Public Relations process according to (Cutlip, Center, and Broom) and the image formation process of Muslimahdaily.com, namely by using communication strategies on social media which include verbal, non-verbal communication and organizational communication which includes internal and external communication Muslimahdaily .com.

This research uses a constructivist paradigm with the research method used in the research, namely qualitative research with descriptive analysis techniques which emphasize data analysis through documentation and in-depth interviews guided by existing and appropriate theories to produce descriptive data. The data analysis techniques in this research are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. And, the technique for checking the validity of the data used in the research is the data triangulation technique.

From the results of this research, it can be seen that the communication strategy carried out by Muslimahdaily.com in building its image as an Indonesian Muslimah media portal is by using four steps or stages, namely by carrying out planning analysis, planning development, implementing communication strategies, and evaluation to measure the success of the communication strategy. In implementing the communication strategy, Muslimahdaily.com has been quite effective in conveying information through uploaded socialmedia content. However, this cannot be separated from the obstacles in implementing the communication strategy, namely that there are still differences in understanding between Muslimahdaily.com and its followers and this makes communication less effective.

Keywords: *Communication Strategy, Image, Social Media, Muslimahdaily.com, Indonesian Muslimah.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah S.W.T yang telah melimpahkan segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik dan lancar tanpa hambatan yang berarti. Karya tulis yang judul “Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia” merupakan buah usaha dan kerja keras penulis dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan dan juga karya tulis ini dibuat untuk dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Muslimahdaily.com dalam membentuk citra di media sosial sebagai portal media Muslimah Indonesia. Maka dari itu, saya selaku penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih saya atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, diantaranya:

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si. selaku dosen pembimbing sekaligus Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terima kasih peneliti ucapkan sebesar-besarnya atas waktu dan ilmu yang telah beliau berikan selama masa bimbingan skripsi berlangsung. Terima kasih saya kembali ucapkan atas kesabaran beliau dalam membimbing peneliti selama masa penelitian.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Terima kasih penulis ucapkan kepada jajaran Dewan Penguji pada sidang skripsi penulis yaitu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D. selaku ketua sidang, Dewi Sad Tanti, M.Ikom. selaku dosen penguji, serta Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si. selaku dosen pembimbing penulis.
4. Kepada kedua orangtua penulis yang sudah tiada, Alm. Nian dan Almh Maryati. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, karena telah menjadi orangtua yang senantiasa sayang kepada penulis. Karya tulis ini penulis persembahkan untuk mereka yang telah membesarkan penulis menjadi anak yang baik hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga mereka senantiasa berada di Surga-nya Allah S.W.T. Aamiin.
5. Kepada seluruh anggota keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral, emosi, serta finansial bagi penulis. Penulis ucapkan terima kasih karena sudah menjadi

keluarga yang selalu suportif dalam mendukung penulis untuk menyelesaikan Pendidikan.

6. Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh jajaran Pimpinan dari Muslimahdaily.com yaitu Pak Achmad Guffar Rosyidin, Ibu Rosyidah S.Psi, dan Saudari Irna Gitasmara selaku subjek penelitian yang telah bersedia memberikan banyak bantuan dan informasi terkait Muslimahdaily.com dalam membantu penulisan tugas akhir penulis.
7. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana yaitu Ale, Pute, dan Zahwa. Terima kasih peneliti ucapkan atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan. Terima kasih pula untuk segala kesabaran kalian dalam mendampingi peneliti selama masa penyusunan skripsi ini.
8. Kepada semua teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih penulis ucapkan kepada kalian semua yang telah memberi semangat dan dukungan yang tidak pernah putus untuk penulis.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having. I wanna thank myself for loving and always be grateful.*

Saya akui sebagai penulis saya masih memiliki banyak kekurangan dalam penulisan karya tulis ini, karena sejatinya tidak semua dapat saya uraikan dan deskripsikan dengan sempurna dalam karya tulis ini. Saya selaku penulis memohon maaf atas segala kesalahan dalam penulisan, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Oleh karena itu, saya sangat menerima kritik dan saran dari pembaca agar penulis dapat menulis lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis tugas akhir ini dapat diterima oleh banyak orang dan juga dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca dan mengkaji masalah yang ada pada karya tulis ini.

Jakarta, 22 September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
1.4.3. Manfaat Sosial.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIS	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Pustaka.....	15
2.2.1. Strategi Komunikasi.....	15
2.2.2. Komunikasi Organisasi	18
2.2.3. Pengertian Public Relations	20
2.2.4. Pembentukan Citra	22
2.3. Kerangka Berfikir	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	26
3.1. Paradigma Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Subjek Penelitian.....	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	31
3.6. Teknik Keabsahan Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1. Sejarah Perusahaan	34
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.1.3. Struktur Organisasi	35
4.1.4. Website dan Media Muslimahdaily.com.....	36
4.2. Hasil Penelitian	41
4.2.1. Analisis Perencanaan Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com.....	42
4.2.2. Pengembangan Rencana Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com Sebagai Portal media Muslimah Indonesia.....	45
4.2.3. Proses Implementasi Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com di Media Sosial..	49
4.2.4. Evaluasi Kesuksesan Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com dalam Pembentukan Citra Sebagai Portal Media Muslimah Indonesia.....	53
4.3. Pembahasan.....	55
4.3.1. Analisis Perencanaan Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com.....	56
4.3.2. Pengembangan Rencana Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com.....	58
4.3.3. Proses Implementasi Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com dalam Pembentukan Citra di Media Sosial	61
4.3.4. Evaluasi Strategi Komunikasi Muslimahdaily.com.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beranda Website Muslimahdaily.com	5
Gambar 4.1 Logo Muslimahdaily.com	34
Gambar 4.2 Beranda Website Muslimahdaily.com	38
Gambar 4.3 Beranda Youtube Muslimahdaily.com	39
Gambar 4.4 Beranda Instagram Muslimahdaily.com	40
Gambar 4.5 Beranda Tiktok Muslimahdaily.com	40
Gambar 4.6 Unggahan Inspiratif di Instagram Muslimahdaily.com	43
Gambar 4.7 Unggahan Instagram Muslimahdaily.com	50
Gambar 4.8 Konten Instagram Doa Harian Muslimahdaily.com	62
Gambar 4.9 Konten Instagram Muslimahdaily.com	65

