



**STRATEGI PUBLIC RELATION DAPUR SOLO DALAM MEMBANGUN
RELASI CUSTOMER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus PT Dapur Solo Mustika Nusantara)**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

**Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relation**

Lucita Nara Adela

44220010087

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lucita Nara Adela
NIM : 44220010087
Program Studi : ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dapur Solo Dalam Membangun Relasi Customer Melalui Media Sosial Instagram

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 dikemudian hari ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademik yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 08 Juni 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Lucita Nara Adela

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Lucita Nara Adela
NIM : 44220010087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dapur Solo Dalam Membangun Relasi Customer Melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Zulmi Safitri, M.Ikom ()
NIDN : 0308018703
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Sandy Permata, M.Ikom ()
NIDN : 0323128306

Jakarta, 22 Juni 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 : Lucita Nara Adela
NIM : 44220010087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations Dapur Solo Dalam Membangun Relasi Customer Melalui Media Sosial Instagram

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, 22 Juni 2024



Lucita Nara Adela

ABSTRAK

Nama : Lucita Nara Adela
NIM : 44220010087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relation Dapur Solo Dalam Membangun Relasi Customer Melalui Media Sosial (Studi Kasus PT. Dapur Solo Mustika Nusantra)
Pembimbing : Zulmi Safitri M.lkom

Media sosial biasanya digunakan untuk sekedar menunjukkan eksistensi diri, sebagai media informasi, bahkan tidak jarang juga digunakan sebagai platform berjualan yang memasarkan produk secara online, seperti halnya pada akun Dapur Solo, saat ini Dapur Solo sudah memiliki *followers* sebanyak 62,4 ribu, dimana pada akun tersebut adalah sebuah wadah media Dapur Solo untuk membangun relasi agar dapat berinteraksi dengan customer

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi public relations Dapur Solo dalam membangun relasi customer melalui media sosial . Penelitian ini menggunakan teori Cutlip Center & Broom serta menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi dalam memperoleh data .

Hasil penelitian menunjukkan strategi yang dilakukan oleh Dapur Solo dimulai dari mengetahui permasalahan, perencanaan komunikasi, dan implementasi perencanaan dalam ranah online strateginya berhasil dalam memperluas jangkauan customer Dapur Solo yang dilihat melalui pengukuran keberhasilan yang dilihat melalui traffic dan metriks pada Instagram Dapur Solo dan juga antusias followers di media sosial melalui komentar dan saran yang diterima.

Kata Kunci: Strategi Public Relation, Media Sosial, Relasi Customer

ABSTRACT

Name : Lucita Nara Adela
NIM :44220010087
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title of Thesis Report : Dapur Solo's Public Relations Strategy In
Building Customer Relationships Through
Social Media
Counsellor : Zulmi Safitri M.lkom

Social media is usually used to simply show one's existence, as an information medium, and it is often also used as a sales platform that markets products online, as is the case with the Dapur Solo account, currently Dapur Solo already has 62.4 thousand followers, where at This account is a Solo Kitchen media platform for building relationships so you can interact with customers

This research aims to find out what Dapur Solo's public relations strategy is in building customer relationships through social media. This research uses the Cutlip Center & Broom theory and uses a case study method with a qualitative approach, data collection techniques through in-depth interviews and observation in obtaining data.

The research results show that the strategy carried out by Dapur Solo starts from identifying problems, planning communications, and implementing planning in the online realm. The strategy is successful in expanding the reach of Dapur Solo customers as seen through measuring success as seen through traffic and metrics on Dapur Solo's Instagram and also enthusiastic followers. on social media through comments and suggestions received.

Keywords: Strategy Public Relations, Social Media, Relationship Customer

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunianya sehingga Skripsi dengan judul “ **STRATEGI PUBLIC RELATION AKUN DAPUR SOLO DALAM MEMBANGUN RELASI CUSTOMER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus PT Dapur Solo Mustika Nusantara)**” dapat tersusun dengan baik.

Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sastra 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relation pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Zulmi Savitri, S.IKOM, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr.Farid Hamid.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Kurniawan Prasetyo,S.lkom, M.lkom. Selaku Sekretaris Program Studi I Public Relations Universitas Mercu Buana
5. Seluruh dosen pengajar selama berkuliah di Universitas Mercu Buana
6. Bapak Sulistyو Budi & Ibu Eni Wuryanti selaku kedua orang tua saya telah mendukung dan membiayai kuliah sampai saat ini
7. Elisa Dian Marantika & Yonas Jovanka Alfaredo selaku kakak dan adik kandung yang telah setia mendukung dan memberikan masukan
8. Teman-teman seperjuangan saya di Universitas Mercu Buana atas kerja samanya dan support selama kurang lebih 3 tahun
9. Rekan-rekan saya seperti Carolin, Bima, Nathan, Kevin, Rifal, Faris, Ruty, Angel, Ghifari yang sudah memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan tulisan ini dengan keadaan sehat jasmani maupun rohani

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Sehingga proposal ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Jakarta, 08 Juni 2024

Lucita Nara Adela



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Focus 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 social	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian terdahulu	9
2.2. Kajian Teori	19
2.2.1. Komunikasi	19
2.2.2 Public Relations	19
2.2.3. Strategi Public Relation	20
2.2.4. New Media.....	21
2.2.4.1. Media Sosial.....	21
2.2.5. Customer Relation Management.....	23

2.2.6 Cyber Public Relations	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Paradigma Penelitian	26
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Subjek Penelitian	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1. Data Primer	29
3.4.2. Data Sekunder	30
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1. Reduksi Data.....	31
3.5.2. Penyajian Data	31
3.5.3. Penarikan kesimpulan	31
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1. Sejarah dan Profil Singkat Dapur Solo (PT Dapur Solo Mustika Nusantara).....	32
4.1.2. Lokasi Perusahaan	34
4.1.3. Visi Perusahaan.....	35
4.1.4. Misi Perusahaan	35
4.1.5. Structur Organisasi Perusahaan	35
4.1.6. Bentuk Kegiatan Dapur Solo	37
4.2. Hasil Penelitian.....	39
4.2.1. Peranan Public Relations di dalam Dapur Solo	40
4.2.2. Penerapan Strategi Public Relations Dapur Solo.....	41
4.2.3. Platform Media Sosial Sebagai Penyebaran Informasi.....	52
4.2.4. Penilaian Customer kepada Dapur Solo	55
4.3. Pembahasan	60
4.3.1. Penerapan Strategi Public Dapur Solo.....	60
4.3.2. Pandangan Customer Terhadap Strategi Public Relation Dapur Solo.....	65

4.3.3. Customer Relationship Management	69
BAB V KESIMPULAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
5.2.1 Saran Akademis	72
5.2.2 Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram Dapur Solo	2
Gambar 4. 1 Salah Satu Cabang Resto Dapur Solo	34
Gambar 4. 2 Logo Dapur Solo	34
Gambar 4. 3 Structur Digital Marketing Perusahaan Dapur Solo.....	35
Gambar 4. 4 Kegiatan Dapur Solo	38
Gambar 4. 5 Profil Instagram Dapur Solo	38
Gambar 4. 6 Gfom Kritik dan Saran Dapur Solo	44
Gambar 4. 7 Ide Konten Pelibatan Customer.....	48
Gambar 4. 8 Ide Konten Dengan Pelibatan Karyawan	49
Gambar 4. 9 Campaign Dapur Solo	50
Gambar 4. 10 Event Dapur Solo	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	13
---------------------------------------	----

