



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI OLIVARINI ORGANIZER
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN CITRA**



SKRIPSI

**UNIVERSITAS
ANANDA PUTRI OKTAFIANI
MERCU BUANA
44220010223**

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Putri Oktafiani
NIM : 44220010223
Program Stud : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Oliviarini Organizer
Melalui Media Sosial Instagram Dalam
Membangun Citra

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, 5 Juli 2024



UNIVERSIT
MERCU BUANA
Ananda Putri Oktafiani

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ananda Putri Oktafiani
NIM : 44220010223
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Oliviari Organizer
Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun
Citra

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 : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom ()
NIDN : 0308018703
Ketua Penguji : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom ()
NIDN : 0330019002
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D ()
NIDN : 0324128202

MERCU BUANA

Jakarta, 5 Juli 2024

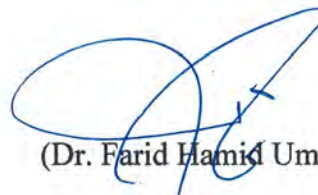
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid Umarella, 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 : Ananda Putri Oktafiani
NIM : 44220010223
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Oliviarini Organizer
Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun
Citra

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 5 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Ananda Putri Oktafiani)



Nama : Ananda Putri Oktafiani
NIM : 44220010223
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Oliviarini Organizer Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra
Pembimbing : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom

ABSTRAK

Dilansir melalui palingmenarik.nikah, terdapat enam puluh jasa Wedding Organizer yang ada di Kota Jakarta Barat. Data tersebut menunjukkan bahwa jasa Wedding Organizer di Jakarta Barat memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi. Citra menjadi hal krusial yang harus dibangun dan dibentuk oleh Oliviarini Organizer agar dapat bersaing dengan pelaku usaha sama melalui implementasi komunikasi dalam membangun citra melalui media sosial Instagram. Menurut Thomas L. Harris secara garis besarnya terdapat tiga strategi (*Three Ways Strategy*) yaitu *pull strategy*, *push strategy* dan *pass strategy*. Oliviarini Organizer menjalankan *Three Ways Strategy* dalam membangun citra melalui media sosial Instagram dengan melibatkan tahap strategi *public relations*, yakni *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi Oliviarini Organizer melalui media sosial Instagram dalam membangun citra.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme, dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui data primer dan data sekunder, dengan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara kepada narasumber, *pull strategy* dijalankan oleh Oliviarini Organizer dengan penggunaan media sosial Instagram melalui dengan pengelolaan konten, serta penggunaan *caption* di setiap postingan, dan keikutsertaan dalam kegiatan event pameran atau wedding festival. *Push strategy* dijalankan dengan menunjukkan kualitas pelayanan jasa yang mereka miliki. *Pass strategy* dijalankan dengan mengadakan kegiatan promo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Oliviarini Organizer telah menjalankan *Three Ways Strategy* dalam membangun citra melalui media sosial Instagram, yakni *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy*. Berdasarkan hasil tersebut, Oliviarini Organizer berhasil mendapatkan pandangan positif yang diberikan oleh *client*, maupun *followers* Instagram mereka.

Kata Kunci: Implementasi Komunikasi, Media Sosial, Instagram, Membangun Citra



Name : Ananda Putri Oktafiani
NIM : 44220010223
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Implementasi Komunikasi Oliviarini Organizer Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra
Counselor : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom

ABSTRACT

Reported by palingmenarik.nikah, there are sixty wedding organizer services in the city of West Jakarta. This data shows that Wedding Organizer services in West Jakarta have a fairly high level of competition. Image is a crucial thing that must be built and shaped by Oliviarini Organizer so that it can compete with similar business actors through the implementation of communication in building an image through Instagram social media. According to Thomas L. Harris, in general there are three strategies (Three Ways Strategy), namely pull strategy, push strategy and pass strategy. Oliviarini Organizer carries out a Three Ways Strategy in building an image through Instagram social media by involving the public relations strategy stages, namely fact finding, planning, communicating and evaluating. This research aims to determine the implementation of Oliviarini Organizer's communication via Instagram social media in building an image.

This research uses a post positivism paradigm, with a qualitative descriptive research approach. Data collection techniques were obtained through primary data and secondary data, with data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The data validity technique uses source triangulation.

Based on the results of research through interviews with sources, the pull strategy was implemented by Oliviarini Organizer using social media Instagram through content management, as well as the use of captions in each post, and participation in exhibition events or wedding festivals. The push strategy is carried out by showing the quality of the services they have. Pass strategy is implemented by holding promotional activities.

The research results show that Oliviarini Organizer has implemented a Three Ways Strategy in building an image through Instagram social media, namely pull strategy, push strategy and pass strategy. Based on these results, Oliviarini Organizer succeeded in getting positive views from clients and their Instagram followers.

Kata Kunci: Implementation of Communication, Social Media, Instagram, Building Image

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim. Segala puji bagi Allah swt, Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah meridhoi perjalanan peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI KOMUNIKASI OLIVARINI ORGANIZER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA”**.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public Relations di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini tentunya melibatkan banyak pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sangat mendalam kepada:

1. Ibu Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom, selaku dosen pembimbing. Peneliti sangat berterima kasih atas bimbingan, bantuan, kesediaan waktu, ilmu, saran, dukungan, semangat, dan doa yang sudah diberikan oleh Bu Zulmi.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom, dan Ibu Siti Muslichatul M, S.Ikom, M.Ikom selaku Sektretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom selaku penguji ahli, dan Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku ketua penguji.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama penulis menjalankan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua tercinta (Bapak & Mama) yang sudah memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan, biaya, dan tenaga untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak-kakak peneliti (Robby Yusuf, Rizki Eriansyah, Ray Fahmi Azis, Nurmala Sari, dan Choirunnisa). Serta keempat keponakan peneliti (Abdullah, Azkiya, Hilyatu, dan Farhan) yang juga telah memberikan semangat, dan dukungan kepada peneliti.
9. Sahabat-sahabat peneliti di perkuliahan khususnya Odeta, Nina, Annika, Icha, Algina, Intan, Febriana, Fidelis, dan Michael yang sudah menemani peneliti dalam menjalankan perkuliahan, memberikan doa, semangat, saran, dan support untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat peneliti di SMP “*Hukum Nature*” yaitu Adethia, Kinan, Caca, Nana, Pinaw, Pees, Puja, dan Shinta yang sudah mendengarkan curhatan, memberikan dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh rekan Hima *Public Relations* dan OASE periode 2022/2023 yang telah mewarnai masa perkuliahan dalam lingkungan organisasi.
12. Ibu Prasetyarini selaku *owner* dan *founder* Oliviarini Organizer yang telah bersedia menjadikan usaha yang dimilikinya sebagai objek penelitian.

13. Ibu Nauralita Dwi selaku *Staf Public Relation* Oliviarini Organizer dan *key informan* dalam penelitian ini.

14. Seluruh informan yang telah bersedia menjadi narasumber.

15. *Last but not least*, terima kasih yang tidak terhingga peneliti ucapkan untuk diri sendiri yang sudah berjuang keras, semangat yang naik turun, kondisi yang baik dan buruk, serta dengan segala rintangan yang ada untuk bisa menyelesaikan dan menyusun syarat untuk mendapatkan gelar S1 ini.

Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat menghasilkan sebuah penelitian yang baik. Namun peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, dan jauh dari kata sempurna. Maka, dengan segala kerendahan hati, peneliti sangat menerima segala kritik atau saran yang diberikan oleh para pembaca yang dapat membuat penelitian ini menjadi lebih baik. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi siapapun yang membaca, dan juga dapat bermanfaat untuk Oliviarini Organizer yang menjadi objek pada penelitian ini.

Akhir kata, dengan kerendahan dan ketulusan hati, peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan-kesalahan atau kelemahan yang ada di dalam skripsi ini. Terima kasih, Wassalamualaikum wr.wb

Jakarta, 6 Juni 2024

Ananda Putri Oktafiani

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.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Kajian Teoritis	24
2.2.1 Public Relations	24
2.2.1.1 Tujuan Public Relations	25
2.2.1.2 Fungsi Public Relations.....	26
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	27
2.2.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi	27
2.2.2.2 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi.....	29

2.2.2.3 Tahap Strategi Public Relations	30
2.2.3 Media Baru.....	31
2.2.3.1 Pengertian Media Baru	31
2.2.3.2 Media Sosial	33
2.2.3.3 Instagram	33
2.2.4 Citra.....	36
2.2.4.1 Pengertian Citra	36
2.2.4.2 Jenis-Jenis Citra.....	37
2.2.4.3 Proses Membentuk Citra	38
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Pendekatan Penelitian.....	40
3.3 Subjek Penelitian	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Oliviarini Organizer	46
4.1.1 Profil Oliviarini Organizer	46
4.1.2 Visi Misi Oliviarini Organizer	47
4.1.3 Media Sosial Instagram Oliviarini Organizer	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Implementasi Komunikasi Oliviarini Organizer Dalam Membangun Citra	50
4.2.1.1 <i>Pull Strategy</i>	52
4.2.1.2 <i>Push Strategy</i>	63
4.2.1.3 <i>Pass Strategy</i>	69

4.3 Pembahasan	74
4.3.1 Pull Strategy	75
4.3.2 Push Strategy	78
4.3.3 Pass Strategy	80
BAB V	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Akademis	84
5.2.2 Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4. 1 Aktivitas Komunikasi Pull, Push, dan Pass Strategy	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Media Sosial Instagram @oliviarini_organizer.....	5
Gambar 1. 2 Postingan Feeds Media Sosial Instagram @oliviarini_organizer	6
Gambar 1. 3 Postingan Reels Instagram @oliviarini_organizer.....	7
Gambar 1. 4 Penawaran Jasa pada Highlights Instagram @oliviarini_organizer....	8
Gambar 1. 5 Penggunaan Fitur Kemitraan Berbayar (Paid Partnership) Pada Postingan Instagram @oliviarini_organizer	9
Gambar 2. 1 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan.....	39
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data Model Miles and Huberman.....	44
Gambar 4. 1 Logo Oliviarini Organizer	46
Gambar 4. 2 Media Sosial Instagram Oliviarini Organizer	48
Gambar 4. 3 Profil Instagram Oliviarini Organizer	54
Gambar 4. 4 Informasi Pada Caption Postingan Oliviarini Organizer.....	56
Gambar 4. 5 Unggahan Konten Oliviarini Organizer Pada Reels Instagram	59
Gambar 4. 6 Unggahan Konten Oliviarini Organizer Pada Feeds Instagram	59
Gambar 4. 7 Keikutsertaan Oliviarini Pada Event Wedding Festival.....	61
Gambar 4. 8 Postingan Testimoni Oliviarini Organizer	64
Gambar 4. 9 Postingan Oliviarini Organizer Atas Tugas Team WO.....	65
Gambar 4. 10 Penggunaan Fitur Paid Partnership Pada Postingan Feeds Oliviarini Organizer	68
Gambar 4. 11 Kenaikan Jumlah Followers Instagram @oliviarini_organizer.....	71
Gambar 4. 12 Promo Kolaberkah Oliviarini Organizer	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PERMOHONAN WAWANCARA	89
LAMPIRAN 2 PEDOMAN WAWANCARA.....	90
LAMPIRAN 3 TRANSKRIP WAWANCARA	93
LAMPIRAN 4 CURICULUM VITAE.....	113

