



MANAJEMEN MEDIA SOSIAL

PT LIZA MAKMUR MANDIRI

(Studi Deskriptif pada Akun

Media Sosial @house_of_liza)

LAPORAN SKRIPSI

(Tugas Akhir)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nabila Putri Astri

44218110077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

TAHUN 2024

HALAMAN PENGESAHAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Putri Astri
NIM : 44218110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif Pada Akun @house_of_liza)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar adanya. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang diberlakukan oleh Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 2 Agustus 2024



(Nabila Putri Astri)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nabila Putri Astri
NIM : 44218110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif Pada Akun @house_of_liza)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

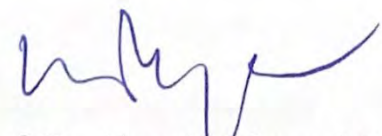
Pembimbing 1 : Riki Arswendi, M.Ikom ()
NIDN : 0316088503
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.IKom ()
NIDN : 0330019002


Jakarta, 2 Agustus 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 civitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Putri Astri
NIM : 44218110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif Pada Akun @house_of_liza)

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, mengalimmedia/formatkan, 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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 2 Agustus 2024



(Nabila Putri Astri)

ABTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Putri Astri
NIM : 44218110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif Pada Akun @house_of_liza)
Pembimbing : Riki Arswendi, M.Ikom

Media sosial menjadi sarana untuk banyak brand melakukan promosi, salah satu perusahaan yang melakukan hal tersebut adalah PT. Liza Indah Makmur Mandiri yang bergerak di bidang jasa pernikahan, perusahaan tersebut menggunakan platform Instagram dan mengelola akun @house_of_liza. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara mengelola akun media sosial sebuah brand sehingga tetap disukai oleh para pengikutnya serta menjaga target pasar dari brand House of Liza. Konsep New Media menunjukkan bahwa saat ini informasi sudah banyak diakses melalui media digital, digabung dengan *marketing public relation*, timbullah manajemen media sosial yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan konsumen.

Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam pada orang-orang yang terlibat dalam manajemen media sosial House of Liza dan pengikut instagramnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan khusus dari tim penjualan PT Liza Makmur Mandiri untuk mencapai target penjualannya didukung oleh divisi *Digital Marketing* melalui publikasi informasi mengenai semua layanan dan jasa yang diberikan oleh PT. Liza Makmur Mandiri melalui merek dagangnya House of Liza. Informasi promo atau program terkait juga disampaikan untuk menarik perhatian calon customers dari *brand* House of Liza di *Instagram*. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah aktivitas media sosial Instagram House of Liza dapat menimbulkan sebuah efek yang terbentuk karena postingan-postingannya di media sosial, dimana hal ini juga dapat menonjolkan karakteristik dari akun instagram House of Liza itu sendiri, serta menghasilkan perilaku tertentu dari para pengikut akun Instagram House of Liza seperti berinteraksi dengan akun media sosialnya.

Kata Kunci: Manajemen Media Sosial, Instagram, Digital Marketing, House of Liza, Jasa Pernikahan

ABSTRACT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Putri Astri
NIM : 44218110077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif Pada Akun @house_of_liza)
Pembimbing : Riki Arswendi, M.Ikom

Social media has become a means for many brands to promote, one of the companies that does this is PT. Liza Indah Makmur Mandiri which is engaged in the wedding services sector, the company uses the Instagram platform and manages the @house_of_liza account. This study aims to find out how to manage a brand's social media account so that it remains liked by its followers and maintains the target market of the House of Liza brand. The New Media concept shows that currently information is widely accessed through digital media, combined with marketing public relations, social media management arises which aims to maintain relationships with consumers. The approach taken in this study is a qualitative approach with a descriptive type of research. The method used is in-depth interviews with people involved in the management of House of Liza's social media and its Instagram followers.

The results of the study show that the specific objectives of the PT Liza Makmur Mandiri sales team to achieve their sales targets are supported by the Digital Marketing division through the publication of information about all services and services provided by PT. Liza Makmur Mandiri through its trademark House of Liza. Information on promos or related programs is also conveyed to attract the attention of potential customers of the House of Liza brand on Instagram. The conclusion that can be drawn from this study is that the social media activity of House of Liza's Instagram can cause an effect that is formed because of its posts on social media, where this can also highlight the characteristics of the House of Liza Instagram account itself, and produce certain behaviors from the followers of the House of Liza Instagram account such as interacting with its social media account.

Keywords: Social Media Management, Instagram, Digital Marketing, House of Liza, Wedding Services

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat, Karunia serta Hidayah Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penelitian Tugas Akhir ini yang berjudul: “Manajemen Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri (Studi Deskriptif pada akun @house_of_liza)” ini dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Prodi Public Relation.

Dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini tidak luput dari peranan yang sangat berarti serta bantuan berharga dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, dari lubuk hati yang paling dalam peneliti ingin menyampaikan rasa hormat serta ungkapan syukur terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing saya yang tidak hentinya memberikan banyak dukungan moral dan akademis serta arahnya kepada peneliti selama proses penyusunan proposal sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah menjadi teladan yang baik sehingga kami sebagai mahasiswa bisa belajar dengan nyaman di area kampus Mercubuana Jakarta
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomoharjo, SH, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang juga telah melaksanakan kewajibannya sebagai pemimpin yang amanah.

4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ketua Sidang atas bimbingannya di dalam mata kuliah Riset hingga Tugas Akhir.
5. Bapak Kurniawan Prasetyo, S. Ikom, M.Ikom selaku Sekprodi Public Relation.
6. Ibu Diah Wardhani, Dra. M.Si. sebagai Pembimbing Akademik yang memberikan arahan dan bimbingannya terkait mata kuliah peneliti
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengempu Mata Kuliah Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu yang bermanfaat mengenai Ilmu Komunikasi
8. Bapak Wiyanto Hidayatullah M.Ikom selaku Penguji
9. Ibu Fitri Liza, selaku Direktur Divisi Marketing PT. Liza Makmur Mandiri, beserta Divisi terkait yaitu *Digital Marketing, Customer Service dan Marcomm & Public Relation* yang telah bersedia meluangkan waktunya dan tenaganya dalam membantu proses penelitian baik wawancara dan pengambilan data.
10. Ibu Trismayenti dan Bapak Asrul Basri selaku orang tua peneliti yang tanpa henti memanjatkan doanya untuk peneliti, mendukung dan menjadi contoh sehingga peneliti mampu melalui semua halang rintang dalam menempuh pendidikan ini. Tanpa mereka, peneliti tidak hadir disini dan mendapatkan banyak pelajaran hidup. Terlebih kepada Bunda yang telah memberikan dukungan serta kasih sayangnya kepada peneliti. Semoga dengan

tercapainya Skripsi ini juga bisa menjadi kebahagiaan serta kebanggaan bagi Bunda dan Ayah.

11. Bernad Eza Hidayah, pria yang senantiasa telah menemani perjalanan panjang peneliti dari awal hingga akhir perjuangan menempuh pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi rumah terbaik bagi peneliti sehingga salah satunya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Ibu Titin Vera Kartini beserta Keluarga yang telah menjadi keluarga kedua bagi peneliti sehingga dapat menjalani masa perkuliahan dengan baik karna beliau sudah mengurus dan menyayangi saya seperti anak kandungnya sendiri.
13. Dewita Valeri L dan Hanzalah Thalib rekan seperjuangan UMB yang selalu memberikan support dan doa kepada peneliti selama proses pendidikan dan tugas akhir. Terutama Dewita yang sudah sangat baik hati selalu memberikan afirmasi positif, informasi dan saling membantu terkait proses penyusunan tugas akhir skripsi.
14. Ersal Lulu, Tasya, Bella, Eno, Nada, Putri Huang, Rifky, Fauliza, Dwik, Daulayi, Maria, Muthyara & Widya serta rekan-rekan besto besto besmen selaku sahabat, kakak, kerabat penulis yang tidak pernah bosan memberikan dukungan serta doa di masa-masa sulit penulis.
15. Dan semua pihak yang telah ikut serta memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini yang tidak dapat disampaikan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karen

itu peneliti sangat berterima kasih serta berharap atas kritik dan saran yang membangun untuk penulis bisa memperbaiki Tugas Akhir Skripsi selanjutnya. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, mohon maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini banyak terdapat kesalahan. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa/i.

Jakarta, 10 Juli 2024



Nabila Putri Astri

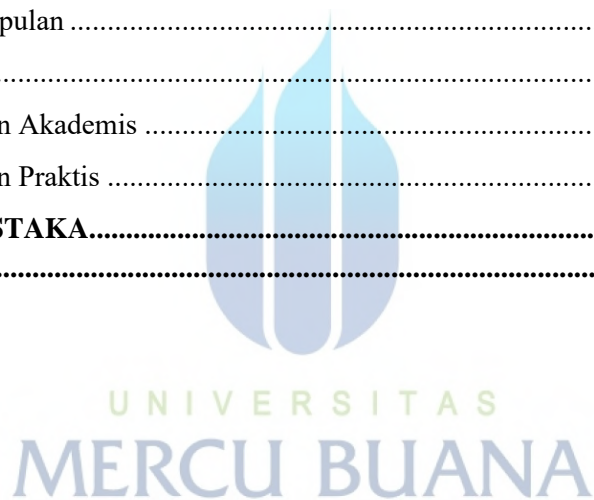


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Manfaat Akademis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	15
BAB II.....	16
PENELITIAN TERDAHULU.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Komunikasi	21
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	21
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi	22
2.2.2 New Media.....	23
2.2.3 Media Sosial.....	24
2.2.3 Instagram.....	26
2.2.4 Manajemen <i>Social Media</i>	30
2.2.5 Marketing <i>Public Relation</i>	33

BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Sejarah House of Liza	41
4.1.1 Visi dan Misi.....	43
4.1.2 Logo Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi.....	45
4.1.4 Tugas dan Fungsi Masing-masing Struktur	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Pengelolaan Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun instagram @house_of_liza.....	49
4.2.2 Penentuan Tujuan Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun instagram @house_of_liza	50
4.2.3 Identifikasi Audiens Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun instagram @house_of_liza	52
4.2.4 Pemilihan Platform Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri	53
4.2.5 Penjadwalan Konten Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	53
4.2.6 Pengembangan Konten Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	55
4.2.7 Interaksi Audiens di Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri	58
4.2.8 Analisis Kinerja Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	61
4.2.9 Marketing Public Relation.....	64
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Pengelolaan Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun Instagram @house_of_liza.....	68
4.3.2 Penentuan Tujuan Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun instagram @house_of_liza	71

4.3.3 Identifikasi Audiens Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri melalui akun instagram @house_of_liza	73
4.3.4 Pemilihan Platform Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri	74
4.3.5 Penjadwalan Konten Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	76
4.3.6 Pengembangan Konten Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	78
4.3.7 Interaksi Audiens di Akun Media Soaial PT. Liza Makmur Mandiri	81
4.3.8 Analisis Kinerja Akun Media Sosial PT. Liza Makmur Mandiri.....	83
4.3.9 Marketing <i>Public Relation</i> PT. Liza Makmur Mandiri Melalui Akun Media Sosial Instagram.....	86
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis	91
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 List Kompetitor Sanggar Liza.....	12
Tabel 2.1 Kajian Literatur Penelitian Terdahulu.....	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Pernikahan di Indonesia Tahun 2021 sampai dengan 2023.....	4
Gambar 1.2 Website House of Liza.....	6
Gambar 1.3 Komentar pada video unggahan Sanggar Liza saat merias Mantan Putri Indonesia tahun 2022, Ayu Maulida untuk prosesi Midodoreni dan Akad Nikah.....	7
Gambar 1.4 Komentar Netizen dan Testimoni Client.....	8
Gambar 1.5 Profile Akun Instagram Sanggar Liza (@sanggar_liza).....	9
Gambar 1.6 Tampilan dari Konten-Konten Reels Sanggar Liza.....	10
Gambar 1.7 Unggahan Instagram Sanggar Liza Merilis Nama Barunya.....	13
Gambar 4.1 Acara relaunching The New Liza.....	42
Gambar 4.2 Logo Lama Sanggar Liza dari Tahun 1996.....	44
Gambar 4.3 Logo Baru House of Liza Sejak Tahun 2024.....	44
Gambar 4.4 Bagan Struktur Organisasi PT. Liza Makmur Mandiri.....	45
Gambar 4.5 Perpaduan Visual Hasil Foto dengan Desain Grafis.....	57
Gambar 4.6 Konten Koleksi Busana Liza Boutique.....	58
Gambar 4.7 Testimoni Klien House of Liza.....	61