

**IMPLEMENTASI DIGITAL *PUBLIC RELATIONS*
DALAM MEMBANGUN *BRAND* MELALUI MEDIA
SOSIAL (STUDI DESKRIPTIF IMPLEMENTASI DIGITAL
PUBLIC RELATIONS THR SHOP BEKASI DALAM
MEMBANGUN *BRAND* MELALUI MEDIA SOSIAL)**

SKRIPSI

Oleh :

Dian Rachmawulan

201710415013



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**IMPLEMENTASI DIGITAL *PUBLIC RELATIONS*
DALAM MEMBANGUN *BRAND* MELALUI MEDIA
SOSIAL (STUDI DESKRIPTIF IMPLEMENTASI DIGITAL
PUBLIC RELATIONS THR SHOP BEKASI DALAM
MEMBANGUN *BRAND* MELALUI MEDIA SOSIAL)**

SKRIPSI

Oleh :

Dian Rachmawulan

201710415013



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi *Digital Public Relations* dalam
Membangun *Brand* Melalui Media Sosial (Studi
Deskriptif Implementasi *Digital Public Relations*
THR Shop dalam Membangun *Brand* Melalui Media
Sosial)

Nama Mahasiswa : Dian Rachmawulan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415013

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 20 Januari 2022

Jakarta, 02 Februari 2022

MENYETUJUI,

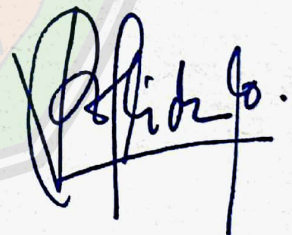
Pembimbing I



Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos, M.M, M.I.Kom

NIDN 0323127802

Pembimbing II



Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom

NIDN 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Digital *Public Relations* dalam
Membangun *Brand* Melalui Media Sosial
(Studi Deskriptif Implementasi Digital
Public Relations THR Shop dalam
Membangun *Brand* Melalui Media Sosial)

Nama Mahasiswa : Dian Rachmawulan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415013

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Januari 2022

Jakarta, 02 Februari 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rina Sovianti, S.I.P., M.Si

NIDN 0301047107

Penguji I : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom

NIDN 0323127802

Penguji II : Imaddudin, M.I.Kom

NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widdodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Implementasi Digital *Public Relations* dalam Membangun *Brand* Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Implementasi Digital *Public Relations* THR Shop Bekasi dalam Membangun *Brand* Melalui Media Soisal)” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,


Dian Rachmawulan

201710415013

ABSTRAK

Dian Rachmawulan, 201710415013. Implementasi Digital *Public Relations* dalam Membangun *Brand* Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Digital *Public Relations* THR Shop Bekasi dalam membangun *Brand* Melalui Media Sosial).

Pemanfaatan media sosial sebagai alat digital *public relations* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi manusia, namun yang termutakhir media sosial Instagram dan Tik-Tok di manfaatkan sebagai sarana komunikasi digital *public relations* oleh sebuah *Brand*/Merek, tak terkecuali THR Shop sebagai bentuk upaya memenuhi kebutuhan informasi yang terus dipublikasikan kepada masyarakat dengan tujuan membangun *brand*, memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai *skin care* dan kosmetik, sekaligus meningkatkan citra positif perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan fungsi digital *public relations* dari THR Shop. Penelitian ini dikaji konsep-konsep penting seperti fungsi digital *public relations* dalam membangun *brand* untuk menggambarkan hasil pengamatan berdasarkan wawancara serta observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Data yang diperoleh akan berbentuk deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara sebagai bentuk keabsahan data yang diperoleh baik berupa gambar maupun tulisan.

Hasil penelitian menunjukkan THR Shop mengelola digital *public relations* dengan baik, termasuk dalam mengelola interaksi atau komunikasi dua arah dengan masyarakat. Memberikan informasi yang beragam dan menjawab pertanyaan masyarakat. Dalam digital *public relations* juga menjalankan banyak fungsi dalam pembentukan *brand*, diantaranya fungsi dalam *Brand Popularization* dan *Brand Management* dalam pembentukan *brand*.

Kata Kunci: Digital *Public Relations*, *Brand*, Media Sosial

ABSTRACT

Implementation of Digital Public Relations in Building Brands Through Social Media (Descriptive Study of Digital Public Relations THR Shop Bekasi in building Brand Through Social Media).

The use of social media as a means of digital public relations to fulfill human information needs, but the latest social media Instagram and Tik-Tok are used as a means of digital public relations communication by a brand, including THR Shop as a form of effort to meet growing information needs. published to the public with the aim of building a brand, meeting the public's information needs regarding skin care and cosmetics, and increasing the company's positive image.

This study aims to determine the strategy and function of digital public relations from THR Shop. This study was studied using important concepts such as the function of digital public relations in building a brand to describe the results of observations based on interviews and observations made by researchers in the field. The data obtained will be in the form of qualitative descriptive by conducting observations and interviews as a form of the validity of the data obtained in the form of pictures and writing.

The results showed that THR Shop managed digital public relations well, including managing two-way interaction or communication with the public. Provide diverse information and answer community questions. Digital Public Relations also carries out many functions in brand formation, including functions in popularizing brands and brand management in brand formation.

Keywords: *Digital Public Relations, Brand, Social Media*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, serta karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas wajib yang merupakan syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi “Implementasi Digital *Public Relations* Dalam Membangun *Brand* Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Implementasi Digital *Public Relations* THR Shop Bekasi Dalam Membangun *Brand* Melalui Media Sosial)”.

Ucapan syukur kepada Allah SWT serta Kedua Orang Tua Penulis yang senantiasa selalu memberikan dukungan terbesar dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, baik dukungan moril maupun materil. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak lain, diantaranya:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan sebagai Pembimbing Akademik.
4. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom selaku Pembimbing I dan Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom selaku Pembimbing II Skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, meberi masukan dan memberi dukungan kepada penulis, sehingga tugas proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Jakarta, 02 Februari 2022

Penulis



Dian Rachmawulan
NPM 201701415013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Praktis Penelitian	8
1.5.2 Kegunaan Teoritis Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 <i>Public Relations</i>	12
2.2.2 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	12
2.2.3 Peran <i>Public Relations</i>	14
2.2.4 Implementasi <i>Public Relations</i>	15
2.2.5 Digital <i>Public Relations</i>	16
2.2.6 <i>Brand</i>	18
2.2.7 Unsur-Unsur <i>Brand</i>	19

2.2.8 Tujuan Membangun <i>Brand</i>	20
2.2.9 Media Sosial	21
2.3 Kerangka Berfikir.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Objek Penelitian.....	25
3.4 Subyek Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Triangulasi data.....	28
3.7 Teknik Analisi Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	30
4.1.2 Tentang PT. Tunas Harapan Raya	33
4.1.3 Logo Perusahaan	34
4.1.4 Visi dan Misi THR Shop.....	35
4.1.5 Profile Informan.....	35
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 Implementasi Digital <i>Public Relations</i> dalam Membangun <i>Brand</i> Melalui Media Soisal THR Shop Bekasi	37
4.2.2 Analisis Lima Tahap Implementasi fungsi <i>Public Relations</i>	38
4.3 Pembahasan.....	56
4.3.1 Lima Tahap Fungsi Digital <i>Public Relations</i>	57
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Jalan Menuju THR Shop	31
Gambar 4.2 Jalan Menuju THR Shop	32
Gambar 4.3 <i>Store</i> THR Shop	33
Gambar 4.4 Logo THR Shop	34
Gambar 4.5 <i>Request</i> Pelanggan THR Shop	60
Gambar 4.6 <i>Review</i> Pelanggan THR Shop	61
Gambar 4.7 <i>Media Partner</i> dan <i>Influencer</i>	62
Gambar 4.8 <i>Tour Team</i> THR Shop	63
Gambar 4.9 <i>Review Pelanggan</i>	65
Gambar 4.10 Pendapat Publik	66
Gambar 4.11 Tampak Luar THR Shop	67
Gambar 4.12 Tampak Dalam THR Shop	67
Gambar 4.13 <i>Selfie Mirror</i>	69
Gambar 4.14 <i>Media Partner</i>	70
Gambar 4.15 Konten Branding Perusahaan dan tips merawat kulit	71
Gambar 4.16 <i>Campaign #SayangiBumimu</i>	72
Gambar 4.17 Kegiatan <i>Co.Brand</i>	73
Gambar 4.18 <i>Give Away</i> THR Shop	75
Gambar 4.29 <i>Member Card</i>	76
Gambar 4.20 Permintaan Pelanggan	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Administrasi

LAMPIRAN 3: Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4: Dokumentasi

LAMPIRAN 5: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Infroman Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Profil Informan kunci	36
Tabel 4.2 Data Infroman Tambahan	37



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	23

