

**IMPLEMENTASI STRATEGI *ONLINE PR*
TANAMERA *COFFEE* DALAM MENCIPTAKAN
BRAND IMAGE:
STUDI KASUS TERHADAP AKUN INSTAGRAM
TANAMERA COFFEE**

SKRIPSI



**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

**Ardelia Muliani
13140110146**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Implementasi Strategi *Online* PR Tanamera Coffee dalam
Menciptakan *Brand Image*”**

Oleh

Ardelia Muliani

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 30 Januari 2017 Pukul 10.00-11.30
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut,

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Dr. Novita Damayanti, M.Si.

Dr. Mochammad Kresna, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

Asep Sutresna, M.A.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat

Dengan ini saya,

Nama : Ardelia Muliani
NIM : 13140110146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan bahwa skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan skripsi maupun penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah skripsi yang sedang saya tempuh.

Tangerang 31 Januari 2017

Ardelia Muliani

If anything is worth doing

Do it with all your heart

-Buddha-

Skripsi ini dibuat dengan sepenuh hati dan dipersembahkan untuk orang-orang terkasih dalam hidupku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan tanpa hambatan yang berarti. Skripsi karya penulis ini berjudul “Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee dalam Menciptakan Brand Image di Mata Masyarakat”.

Penulis menyadari keberadaan orang-orang dan hal-hal yang mendukung dan membantu jalannya proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis, yakni kepada:

1. Bapak Asep Sutresna, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Magang yang telah berusaha membantu penulis dan memberikan bimbingan yang sangat bermakna dalam menyelesaikan skripsi serta laporan magang penulis.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan masukan dan motivasi kepada penulis.
3. Dr. Mochammad Kresna, S.Sos., M.Si. selaku penguji ahli yang sangat baik memberikan masukan dan kritikan yang membangun untuk penulis.
4. Dr. Novita Damayanti, M.Si. selaku ketua sidang yang sangat baik dalam memberikan perbaikan untuk penulis.
5. Kak Silvie selaku *Marketing Associate Manager* Tanamera Coffee yang bersedia untuk bertukar pikiran, berbagi pengalaman dan memberikan jawaban-jawaban yang detail dan berguna untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Arifadel Nurez selaku *Digital Marketing Executive* dari Tanamera Coffee yang bersedia berbagai pengalaman dan memberikan informasi yang berarti.
7. Ko David Agus Salim dan Ci Chaye Christalia yang bersedia menjadi informan dan membagikan pengalaman untuk membantu penulis menyusun skripsi ini.
8. Orangtua dan Adik penulis yang senantiasa mendukung dan memotivasi penulis.
9. Teman-teman tercinta, Vincent, Sonia, Livia, Magna, Topher, Lauren dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu ada untuk menyemangati penulis
10. Segenap tim Multimedia Solution yang selalu memahami kondisi penulis dan mendukung proses pembuatan skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca, agar penulis bisa melakukan yang lebih baik di masa mendatang. Demikian hal-hal yang bisa penulis sampaikan, terima kasih.

Tangerang 31 januari 2017

Ardelia Muliani

ABSTRAK

Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee dalam Menciptakan Brand Image di Mata Masyarakat

Oleh: Ardelia Muliani

Penelitian ini berangkat dari peningkatan pengguna internet di Indonesia yang akhirnya dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis salah satunya adalah Tanamera. Media sosial instagram menjadi alat baru bagi perusahaan untuk menciptakan sebuah strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemanfaatan media sosial instagram oleh Tanamera dalam menciptakan *brand image* dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Penelitian ini menggunakan model AISAS dan *social media strategy wheel* serta beberapa konsep lain seperti E-PR, *social media*, internet, *new media* dan lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif dan menggunakan metode studi kasus.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kali ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian diuji dengan teknik triangulasi dan diuji secara kualitatif. Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa media sosial instagram membawa pengaruh yang sangat signifikan bagi masyarakat dalam mengenal suatu perusahaan. Melalui instagram, perusahaan dapat membentuk strategi komunikasi yang akhirnya berdampak pada pembentukan persepsi di benak masyarakat.

Kata kunci: *Coffeeshop*, Media Sosial, Instagram, *Brand Image*, Komunikasi,

ABSTRACT

***Implementation of Online PR Strategy in Tanamera Coffee for
Creating Brand Image
By: Ardelia Muliani***

This research start from phenomena of internet utilizing which finally used by business people, Tanamera is one of them who take advantage of this era. Instagram has been a new tool for company to create a communication strategy. This research aimed at knowing utilizing of instagram by Tanamera for creating brand image and also what kind of factor that matter. This research uses AISAS Model and Social media Strategy Wheel with some concepts like E-PR, social media, internet, new media and more. This research used qualitative approach which has descriptive characteristic and also used case study method.

Writer used interview, observation and literature study for data accumulation technic. Research result tested by triangulation technic and experimented in qualitative. This research show that instagram bring up significant effect for public to knowing the company. Through instagram, company can make communication strategy which has the impact for perception process formation in public's mind.

Keyword: *Coffeeshop, Social Media, Instagram, Brand Image, Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR MATRIKS DAN GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	15
2.1. Kajian pustaka.....	15
2.2. Teori dan Konsep.....	18
2.2.1. Teori AISAS.....	18
2.2.2. Teori Media Baru.....	24
2.2.3. Model Komunikasi.....	25
2.2.4. Online Public Relations.....	27

2.2.5. Internet.....	29
2.2.6. Social Media.....	31
2.2.7. Photo Sharing.....	35
2.2.8. Social media Strategy Wheel.....	37
2.2.9. Brand Image.....	41
2.3. Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	
3.1. Jenis dan Sifat penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	51
3.3. Key Informan dan Informan.....	52
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	55
3.6. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Objek penelitian.....	60
4.2. Hasil Penelitian.....	69
4.2.1. Penggunaan Instagram oleh Tanamera.....	69
4.2.2. Pandangan Konsumen Mengenai Tanamera.....	75
4.3. Pembahasan.....	83
4.3.1. Online PR Tanamera.....	83
4.3.2. Penerapan Model AISAS dan Teori Media Baru.....	87
4.3.3. Proses Komunikasi Tanamera melalui Instagram.....	94
4.3.4. Penerapan Social Media Strategy Wheel.....	96

4.3.5. Proses Pembentukan Brand Image.....	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1. Simpulan.....	116
5.2. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR DAN MATRIKS

Daftar Gambar

Gambar 2.1. Model Komunikasi.....	26
Gambar 2.2. Social media Strategy Wheel.....	37
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1.1. Logo Tanamera.....	60
Gambar 4.1.2. Tanamera SDC.....	62
Gambar 4.1.3. Penghargaan Tanamera.....	62
Gambar 4.1.4. Barista Experience.....	66
Gambar 4.1.5. Barista Class.....	66
Gambar 4.1.6. Tanamera X Girls to Go.....	67
Gambar 4.1.7. Akun Instagram tanamera.....	69
Gambar 4.3.2.1. Christmas Hampers Tanamera.....	88
Gambar 4.3.2.2. Testimoni Konsumen Tanamera	90

Daftar Matriks

Matriks 2.1. Review Penelitian Sejenis Terdahulu.....	16
---	----