



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

ANALISIS PEMANFAATAN TOOLS DIGITAL PR DALAM AKTIVITAS DIGITAL BRAND ACTIVATION CEWEKBANGET.ID SETELAH REBRANDING DARI MAJALAH KAWANKU

(Periode: Januari – Desember 2017)

SKRIPSI



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

Veronica

14140110092

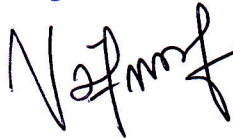
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juli 2018



Veronica

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

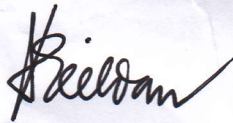
**“Analisis Pemanfaatan Tools Digital PR dalam Aktivitas Digital Brand Activation
Cewekbanget.id Setelah Rebranding dari Majalah KaWanku”**

oleh

Veronica

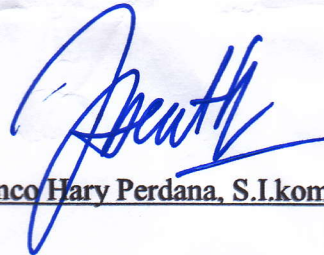
telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 24 Juli 2018, pukul 08.00 s.d. 09.30 dan
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Wildan Hakim, S.sos, M.Si

Penguji Ahli



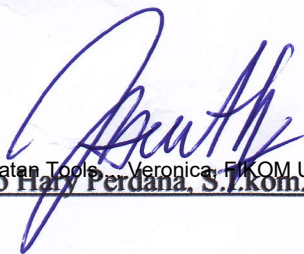
Inco Hary Perdana, S.I.kom, M.Si

Dosen Pembimbing



Tarrence Karmelia Kontessa, S.Kom, M.Si

**Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



KATA PENGANTAR

Limpahan inspirasi dan berkah dari Tuhan Yang Maha Kasih menjadi sumber kekuatan dan pengetahuan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana komunikasi pada fakultas ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti menyadari tanpa bantuan dan dukungan beragam pihak dari proses perkuliahan hingga penulisan skripsi, akan sulit bagi peneliti melaluinya hingga selesai. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tarrence Karmelia Kontessa, S.Kom, M.Si, yang telah membimbing peneliti hingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Selalu kangen masa-masa bimbingan yang asik dengan beliau
2. Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si, ketua progam studi ilmu komunikasi yang memberi inspirasi bagi peneliti untuk berprestasi
3. Wildan Hakim, S.sos, M.Si yang memberikan masukan dan saran untuk perbaikan skripsi ini agar lebih baik ke depannya
4. Orang tua dan keluarga besar, yang tak pernah lelah memberi doa dan dukungan baik moral maupun materil pada peneliti dalam segala hal
5. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu mendorong dan memotivasi peneliti agar sama-sama bertoga 2018, serta kerap percaya jika peneliti pasti bisa melalui ini semua denggan akhir bahagia

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa bisa membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat baik sebagai sumber pengembangan ilmu, serta sumber inspirasi bagi pembaca kalangan akademis, praktis, serta masyarakat umum.

Tangerang, 10 Juli 2018

Penulis

ANALISIS PEMANFAATAN TOOLS DIGITAL PR DALAM AKTIVITAS DIGITAL BRAND ACTIVATION CEWEKBANGET.ID SETELAH REBRANDING DARI MAJALAH KAWANKU

ABSTRAK

Oleh : Veronica

Perubahan pola konsumsi media di zaman serba digital sekarang ini membuat banyak media berbondong-bondong melakukan transformasi, termasuk unit media Kompas Gramedia Majalah yakni KaWanku Magazine yang bertransformasi sekaligus rebranding menjadi media online CeweKBanget.id. Proses ini diikuti dengan aktivitas digital brand activation. Penelitian pun difokuskan pada proses tersebut dengan tujuan untuk mengetahui tools digital PR yang dimanfaatkan, strategi pemanfaatan tools digital PR, serta tools digital PR paling kontributif. Metode penelitian studi kasus yang diterapkan bersifat deksriptif dengan jenis data kualitatif. Dalam pengumpulan datanya dilakukan dengan cara studi literatur, dan wawancara mendalam terhadap redaktur pelaksana, brand communication manajer, marketing communication staff, serta pihak pembaca (loyal and new readers).

Hasil penelitian didapat bahwa aktivitas digital brand activation CeweKBanget.id memanfaatkan sebelas tools digital PR, antara lain web/situs, blog, aplikasi pesan instan/chat, layanan jejaring sosial Facebook, layanan jejaring sosial Instagram, video sharing Youtube, konferensi online Facebook dan Instagram Live, mikroblog Twitter, game/permainan, survei online Google Form, surel/email, internet mobile, dan new media release. Strategi pemanfaatan yang dipakai adalah optimalisasi masing-masing tools digital PR dengan tahapan riset-eksekusi-evaluasi, hingga ditemukan tools digital PR paling kontributif yaitu web/situs, layanan jejaring sosial Instagram, dan aplikasi tukar pesan instan Line.

Kata Kunci: *online PR, digital brand activation, cyberbranding, tools digital PR*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN/TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	14
Bab II KERANGKA TEORI	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Teori dan Konsep	19
2.3 Alur Penelitian	51
Bab III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Paradigma Penelitian.....	53
3.2 Sifat dan Jenis Penelitian	55
3.3 Metode Penelitian.....	57
3.4 Key Informan dan Informan.....	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6 Keabsahan Data.....	65
3.7 Teknik Analisis Data.....	68

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	70
4.2 Hasil Penelitian	78
4.3 Pembahasan.....	125
 Bab V SIMPULAN DAN SARAN.....	 142
5.1 SIMPULAN	142
5.2 SARAN	144
 DAFTAR PUSTAKA	 147
 LAMPIRAN.....	 151
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL/BAGAN

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	19
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Cewekbanget.id	76
Gambar 4.2 Posisi Cewekbanget dalam Struktur Kompas Gramedia	77
Gambar 4.3 Struktur Perusahaan Cewekbanget.id	78
Gambar 4.4 Contoh Konten Involve Berbasis Advertorial.....	87
Gambar 4.5 Contoh Web Cewekbanget.id Sebelum Optimasi	88
Gambar 4.6 Contoh Web Cewekbanget.id Setelah Optimasi	88
Gambar 4.7 Contoh Kustomisasi Pesan Multimedia Line Cewekbanget.id	98
Gambar 4.8 Contoh Tampilan Linktree Cewekbanget.id	105