

**STRATEGI CORPORATE BRANDING LEMBAGA KURSUS
MANDARIN RAINBOW STAR MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA AKUN @rainbowstar_gs)**



SKRIPSI

Anderson Tanjaya

00000026980

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

2024

**STRATEGI CORPORATE BRANDING LEMBAGA KURSUS
MANDARIN RAINBOW STAR MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA AKUN @rainbowstar_gs)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Anderson Tanjung

000000 26980

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anderson Tanjung
NIM : 00000026980
Program studi : ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

STRATEGI CORPORATE BRANDING LEMBAGA KURSUS MANDARIN RAINBOW STAR MELALUI MEDIA SOSIAL UDAH

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28/05/2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anderson Tanjung', is written over a light blue rectangular background.

Anderson Tanjung

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
Strategi Corporate Branding Lembaga Kursus Mandarin Rainbow Star melalui
Media Sosial Instagram
(Studi Pada Akun @rainbowstar_gs)

Oleh

Nama : Anderson Tanjung
NIM : 00000026980
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Mei 2024

Pembimbing



Nuria Astagini, S.Sos.,M.Si.

NIDN: 0404038205

Ketua Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si,

NIDN: 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Strategi Corporate Branding Lembaga Kursus Mandarin Rainbow Star melalui
Media Sosial Instagram
(Studi Pada Akun @rainbowstar_gs)

Oleh

Nama : Anderson Tanjaya
NIM : 00000026980
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Cendera Rizky Anugrah Bangun,
M.Si.
NIDN: 0304078404

Penguji


Dr. Indiwati Seto Wahjuwibowo,
M.Si.
NIDN: 0308036601

Pembimbing


Nuria Astagini, S.Sos.,M.Si.
NIDN: 0404038205

**Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi**


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si,
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anderson Tanjaya
NIM : 00000026980
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : ~~D3~~/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : Strategi Corporate Branding Lembaga Kursus
Mandarin Rainbow Star melalui Media Sosial
Instagram (Studi Pada Akun @rainbowstar_gs)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

UMN

Tangerang, 28 Mei 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Anderson Tanjaya

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah senantiasa memberikan perlindungan dan karuniaNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Corporate Branding Lembaga Kursus Mandarin Rainbow Star Melalui Media Sosial Instagram” (Studi Pada Akun @rainbowstar_gs) dengan baik.

Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan motivasi dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nuria Astagini, S.Sos.,M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan atas terselesainya skripsi ini.
6. Orang tua dan adik saya yang telah mendukung saya tanpa henti sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Linda Ngoman, Jessica Celline, dan Jessica Irfanny yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral sekaligus narasumber, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai sumber informasi tambahan bagi pembaca.

Tangerang, 28 Mei 2024



Anderson Tanjaya



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI CORPORATE BRANDING LEMBAGA KURSUS
MANDARIN RAINBOW STAR MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA AKUN @rainbowstar_gs)**

Anderson Tanjaya

ABSTRAK

Dengan Bahasa mandarin yang banyak diminatu oleh khalayak, tempat kursus Rainbow Star menjadi salah satu pilihan konsumen. Tentunya Rainbow Star mempunyai strategi corporate branding sendiri dibalik tirainya. Penelitian yang diteliti dibuat bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang telah digunakan oleh tempat kursus Rainbow Star melalui media sosial Instagram. Di penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang akan menjabarkan penelitian dengan mendalam dan terstruktur. Konsep yang digunakan di penelitian ini adalah Strategi Corporate Branding yang menjadi tolak ukur dalam mengolah data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan strategi corporate branding yang membangun lingkungan dimana guru membimbing anak-anak. Dengan, menjadi mentor yang baik agar murid dapat membuahkan hasil nilai yang baik, tapi juga menjadi remaja yang mempunyai konsep diri yang positif.. Tidak menghakimi anak- anak saat berbuat salah, menjelaskan kepada mereka, jika berbuat salah merupakan hal yang biasa terjadi, sehingga menumbuhkan lingkungan dimana anak-anak tidak takut untuk mengekspresikan dirinya sendiri. Guru – guru bukan hanya mengajar tetapi juga menjadi mentor yang dapat memberikan masukan kepada anak-anak, hal apa yang baik dilakukan dan juga memilah hal yang apa yang tidak pantas dilakukan. Mempersiapkan anak-anak dengan ilmu untuk masa depan yang lebih baik.

Kata kunci: Strategi, Corporate Branding, Instagram

**RAINBOW STAR MANDARIN COURSE CORPORATE
BRANDING STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA
INSTAGRAM (STUDY CASE ON @rainbowstar_gs)**

Anderson Tanjaya

ABSTRACT

With the Mandarin language being popularized by the public, the Rainbow Star course is one of the consumer choices. Of course, Rainbow Star has its own corporate branding strategy behind it. The research is aimed at finding out what strategies have been used by the Rainbow Star course place through Instagram social media. In this research use descriptive qualitative research methods that will present research in depth and structured. The concept used in this research is the Corporate Branding Strategy which is a benchmark in the processing of research data. Research shows corporate branding strategies that build an environment where teachers guide children. By, being a good mentor so that students can produce good results, but also being a teenager who can cultivates a positive self-concept. Not judge children when they do wrong, explain to them, which is doing wrong is the usual thing to do, thus fostering an environment where children are not afraid to express themselves. Teachers are not only teachers but also mentors who can give input to children, what is good to do and also sort out what is not worth doing. Preparing them for a better future ahead.

Keywords: *Starategy, Corporate Branding, Instagram*

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA ...	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2..... Rumusan Masalah	8
1.4..... Tujuan Penelitian.....	9
1.5..... Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1. Kegunaan Akademis	9
1.5.2. Kegunaan Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	10
2.1..... Penelitian Terdahulu.....	10
2.2..... Konsep dan Teori yang diambil	29
2.2.1 Strategi	29
2.2.2 Strategi Corporate Branding	32
2.2.3 Social Media Branding	35
2.2.4 Penggunaan Fitur Instagran	37
2.3 Alur Penelitian.....	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	40
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Key Informan dan Informan.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.7 Keabsahan Data.....	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 47
4.1 Subjek/Objek Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Strategi Corporate Branding Rainbow Star	50
4.2.2 Social Media Branding	59
4.2.3 Penggunaan Fitur Instagram	63
4.3 Pembahasan	64
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 67
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Akademis.....	67
5.2.2 Saran Praktis	68
 DAFTAR PUSTAKA	 69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Hlm.
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Key Informan.....	45



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

	Hlm.
Gambar 1. 1 Data We Are Social.....	5
Gambar 1. 2 Sosial Media akun @rainbowstar_gs.....	7
Gambar 1. 3 Posting Resmi Rainbow Star.....	8
Gambar 2. 1 Alur Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Post Pertama Akun Rainbowstar_gs.....	48
Gambar 4. 2 Akun Instagram rainbowstar_gs.....	49
Gambar 4. 3 Komentar Postingan Akun Rainbow Star.....	51
Gambar 4. 4 Ethan Yang Sudah Belajar Bahasa Mandarin.....	54
Gambar 4. 5 Corporate Image.....	56
Gambar 4. 6 Identitas Merek.....	60
Gambar 4. 7 Konten.....	61
Gambar 4. 8 Penggunaan Fitur Instagram.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Hlm.
Lampiran A Bukti Turnitin.....	73
Lampiran B Narasumber 1.....	74
Lampiran C Narasumber 2.....	75
Lampiran D Narasumber 3.....	76
Lampiran E Bukti Foto Narasumber 1.....	77
Lampiran F Bukti Foto Narasumber 2.....	78
Lampiran G Bukti Foto Narasumber 3.....	79
Lampiran H Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	80
Lampiran I Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	84
Lampiran J Transkrip Wawancara Narasumber 3.....	87
Lampiran K Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir.....	89
Lampiran L CV.....	91

