

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THREE WAYS
STRATEGY INSTAGRAM @REVIVALTVID DALAM
MEMBANGUN BRAND IMAGE**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Yisraeli Miracle Djaya

00000027819

PROGRAM STUDI STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THREE WAYS
STRATEGY INSTAGRAM @REVIVALTVID DALAM
MEMBANGUN BRAND IMAGE**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Yisraeli Miracle Djaya

00000027819

PROGRAM STUDI STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yisraeli Miracle Djaya

Nomor Induk Mahasiswa 00000027819

Program studi : Strategi Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THREE WAYS STRATEGY
INSTAGRAM @REVIVALTVID DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

UMN

Tangerang, 21 Desember 2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Yisraeli Miracle Djaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THREE WAYS STRATEGY INSTAGRAM @REVIVALTVID DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE

Oleh

Nama : Yisraeli Miracle Djaya
NIM : 00000027819
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 21 Desember 2023
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN : 0331077503



Digitally signed by Eko
Hadi Saputro
Reason: I am approving
this document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2024-01-19
16:00+07:00

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN : 0303056102

Dosen Pembimbing



Digitally signed by
Fakhriy Dinansyah
Date: 2024.01.22
07:50:20 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN: 0304039001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.01.24
09:31:16 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yisraeli Miracle Djaya
NIM : 00000027819
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : *Tesis/Skripsi/~~Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

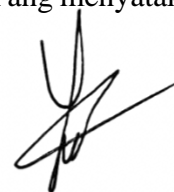
Strategi Marketing Public Relations Three Ways Strategy Instagram @revivaltvid dalam Membangun Brand Image

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 8 Desember 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Yisraeli Miracle Djaya)

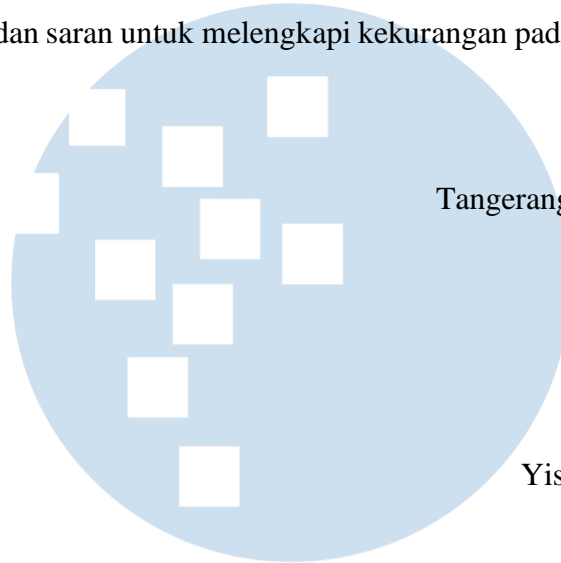
KATA PENGANTAR

Pertama-tama, puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah memberi saya berkat dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Strategi *Marketing Public Relations Three Ways Strategy* Instagram @revivaltvind dalam Membangun *Brand Image*” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Jurusan Strategi Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan skripsi ini tidak akan terjadi tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara merupakan Dosen Akademis saya juga.
4. Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat atas tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yaitu Papi, Mami, dan Cece yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Narasumber atau partisipan wawancara penelitian ini yaitu Irlie, Adam, Fadjrinn, dan Cing yang sudah menyediakan waktunya untuk diwawancarai. Pavel yang sudah membantu dan mengarahkan penulis agar bisa mewawancarai partisipan yang telah disebutkan.
7. Informan Ahli penelitian ini yaitu Kevin Sanly Putera, S.Ikom, M.I.Kom, yang sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.

8. Teman-teman saya yaitu Fiona, Ryan, Malvin, dan lain-lain yang selalu ada untuk membantu, dan memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi referensi untuk orang-orang yang membacanya. Karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan, sehingga saya terbuka akan adanya kritik dan saran untuk melengkapi kekurangan pada karya ilmiah ini.



Tangerang, 8 Desember 2023

Yisraeli Miracle Djaya

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THREE WAYS STRATEGY INSTAGRAM @REVIVALTVID DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE

(Yisraeli Miracle Djaya)

ABSTRAK

Perkembangan media teknologi, komunikasi serta informasi membuat pergeseran terjadi di seluruh aspek kehidupan manusia, bahkan cabang olahraga pun menjadi salah satu aktivitas yang saat ini bisa dilakukan secara *online*. Selain sebagai olahraga berbasis digital, *E-Sports* bahkan dapat dikategorikan sebagai salah satu dari peluang karir. Salah satu media online yang berkecimpung membuat konten khusus *E-Sports* Indonesia adalah PT Garuda Muthia Shandy yang dikenal RevivaLTV dengan akun Instagram @revivaltvid. Platform ini menyediakan informasi terbaru dan komprehensif mengenai dunia *E-Sports* di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Revival TV sebagai media penyedia informasi *E-Sports* dalam membangun *brand image* melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang bersifat kualitatif deskriptif, dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara kepada empat informan yang memahami penyusunan strategi komunikasi dan mengelola akun Instagram @revivaltvid. Data dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RevivaLTV dalam Instagram @revivaltvid menerapkan strategi *push*, *pull* dan *pass* yang dikombinasikan secara bersamaan sesuai dengan konsep *three ways strategy marketing public relation* oleh Harris dalam Ruslan (2020). Faktor penghambat tidak menjadi penghalang yang besar karena RevivaLTV memiliki solusi untuk menyelesaikan hambatan tersebut.

Kata kunci: E-Sports, *three ways strategy*, *brand image*, Instagram

**PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGIES: THREE WAYS
STRATEGY ON INSTAGRAM @REVIVALTVID IN BUILDING BRAND**

IMAGE

(Yisraeli Miracle Djaya)

ABSTRACT

The development of media technology, communication, and information has led to shifts in all aspects of human life, including sports, which has become an activity that can now be done online. In addition to being a digitally-based sport, E-Sports can even be categorized as one of the career opportunities. One online media platform that specializes in creating content for Indonesian E-Sports is PT Garuda Muthia Shandy, known as RevivaLTV with the Instagram account @revivaltvid. This platform provides the latest and comprehensive information about the E-Sports world in Indonesia. This research aims to find out the communication strategies employed by RevivaLTV as an E-Sports information provider in building brand image through Instagram. The research uses a constructivist paradigm, which is qualitatively descriptive, with a case study method. Data were collected through interviews with four informants who understand communication strategy development and manage the @revivaltvid Instagram account. Data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing stages. The research results indicate that RevivaLTV, on Instagram @revivaltvid, implements a combination of push, pull, and pass strategies simultaneously, in accordance with the three ways strategy marketing public relation concept by Harris in Ruslan (2020). Obstacles do not pose a significant barrier, as RevivaLTV has solutions to overcome them.)

Keywords: *E-Sports, three ways strategy, brand image Instagram*

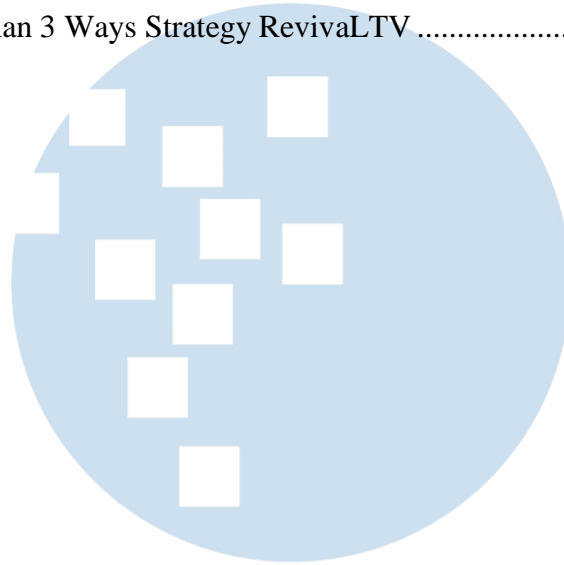
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	18
2.2.1 Strategi dan Public Relations	18
2.2.2 Marketing Public Relations	19
2.2.3 Konsep Three Ways Strategy	20
2.2.4 Brand Image	23
2.3 Alur Penelitian.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	26
3.3 Metode Penelitian	27
3.4 Partisipan.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Keabsahan Data	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Three Ways Strategy Marketing Public Relations oleh RevivaLTV di Instagram @revivaltvid.....	38
4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Three Ways Strategy Marketing Public Relations.....	77
4.3 Pembahasan	88
4.3.1 Three Ways Strategy Marketing Public Relations dalam Instagram @revivaltvid.....	89
4.2.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Three Ways Marketing PR Strategy Instagram @revivaltvid guna Membangun Brand Image	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran	102
5.2.1 Saran Akademis.....	102
5.2.2 Saran Praktis.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108
A. Formulir Konsultasi Skripsi	109
B. Uji Turnitin	111
C. Transkrip Wawancara.....	112
D. Dokumentasi Wawancara.....	159

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	12
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	16
Tabel 2.3 Penerapan three ways strategy marketing public relations.....	22
Tabel 4.1 Kesimpulan 3 Ways Strategy RevivalTV.....	84

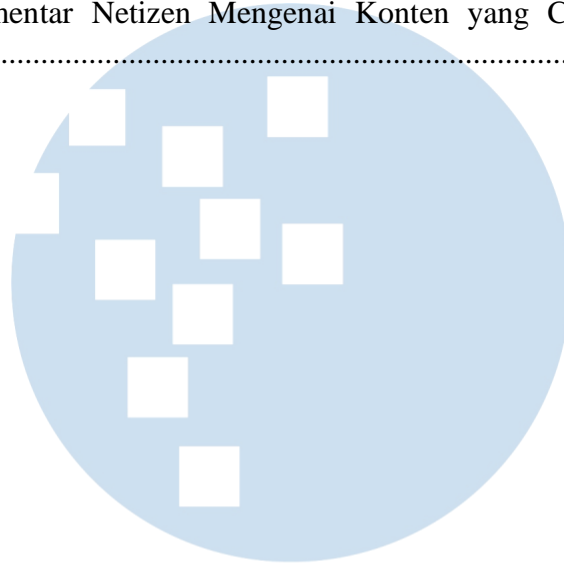


UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Genre E-Sports Indonesia	3
Gambar 1.2 Profil Instagram @revivaltv	5
Gambar 4.1 Logo Perusahaan RevivaLTV	36
Gambar 4.2 Profile dan Konten IG @revivaltv.....	37
Gambar 4.3 Total Engagement Instagram @revivaltv.....	40
Gambar 4.4 Instagram Report Perkembangan Followers tahun 2021	41
Gambar 4.5 Instagram Report Perkembangan Followers tahun 2023.....	41
Gambar 4.6 Total Reach akun Instagram @revivaltv	43
Gambar 4.7 Insight Top Reach di akun @revivaltv	45
Gambar 4.8 Perbandingan Konten PUBG & MLBB di IG @revivaltv	46
Gambar 4.9 Top Engaged Content di @revivaltv	48
Gambar 4.10 Konten Insta Story & Feeds mengenai Anime AOT pada IG @revivaltv.....	49
Gambar 4.11 Konten @revivaltv berkunjung ke One Piece Exhibition	50
Gambar 4.12 Unggahan Instagram @revivaltv tentang Tournament World Champion League of Legends.....	52
Gambar 4.13 Postingan POV di @revivaltv	54
Gambar 4.14 Unggahan Instagram @revivaltv mengenai Official Statement LCS	56
Gambar 4.15 Konten RevivaL News di Instagram @revivaltv	57
Gambar 4.16 Konten Game Ragnarok di Instagram @revivaltv	58
Gambar 4.17 Konten RevivaL Cekrek & RevivaL Games di Instagram @revivaltv.....	61
Gambar 4.18 Konten RevivaL Ask di Instagram @revivaltv	62
Gambar 4.19 Posting-an Instagram terkait Point Arena.....	63
Gambar 4.20 Unggahan @revivaltv mengenai business class with Irlie	64
Gambar 4.21 Competitor Analisis RevivaLTV	67
Gambar 4.22 Kolaborasi RevivaLTV dengan beberapa brand dalam digital campaign #pejuangesports	71

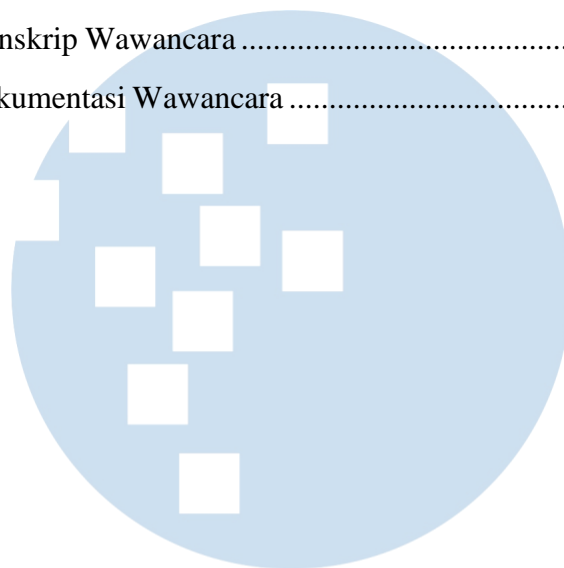
Gambar 4.23 Unggahan Instagram @revivaltvid yang kolaborasi dengan WEGG Indonesia untuk Motiom Ime Festival 2023	73
Gambar 4.24 Event E-sports Fashion and Game Wear di Indonesia Fashion Week 2020.....	74
Gambar 4.25 Konten Cut To Cut Planet E-Sports di IG @revivaltvid	76
Gambar 4.26 Komentar Netizen Mengenai Konten yang Cukup Kontroversial.....	78



UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Formulir Konsultasi Skripsi.....	109
LAMPIRAN B Uji Turnitin	111
LAMPIRAN C Transkrip Wawancara	112
LAMPIRAN D Dokumentasi Wawancara	159



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA