



KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
Nomor : 1643/A.31.04/2023

Tentang

PENGANGKATAN DAN PENETAPAN
DOSEN PEMBIMBING

Bismillahirrahmanirrahim,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

- Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan kegiatan akademik dikalangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA, dipandang perlu untuk mengangkat dan menetapkan dosen-dosen Pembimbing Skripsi (PS) bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
- b. bahwa demi kelancaran demi kelancaran proses belajar mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 tahun 2003, tanggal 8 Juli 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 tahun 2012 tanggal 10 Agustus 2012, tentang pendidikan tinggi
3. Peraturan pemerintah RI Nomor 4 tahun 2014 tanggal 30 Januari 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2022 tanggal 8 Februari 2022 tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi,, Gelar dan Kesetaraan Ijazah Perguruan Tinggi Negara Lain;
5. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 2763/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/S/VII/2023 tanggal 11 Juli 2023, tentang Akreditasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Kota Jakarta Selatan
6. Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud Nomor 138/DIKTI/Kep/1997 tanggal 31 Mei 1997 tentang Perubahan Bentuk Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Jakarta menjadi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA;
7. SK Dirjen Dikti tentang Izin Operasional Program Studi Nomor 163/Dikti/Kep 1998;

8. Pedoman PP Muhammadiyah Nomor 02/PED/1.0/B/2012 tgl 16 April 2012, tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah;
9. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Nomor 1244/A.01.01/2019 tanggal 6 Rabiul Akhir 1441 H / 3 Desember 2019 M tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Masa Jabatan 2019 – 2023;
10. Statuta Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA tahun 2013.

Memperhatikan : Hasil Keputusan Rapat Pimpinan Fakultas tanggal 4 November 2023

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama : Mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi (PS) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA seperti terlampir dalam surat keputusan ini
Kedua : Dosen Pembimbing Skripsi berhak mendapatkan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang pembayarannya berdasarkan jumlah mahasiswa aktif setiap semester dan sesuai dengan lampiran surat keputusan ini.
Ketiga : Kepada yang bersangkutan diwajibkan melaksanakan tugas sebagai Pembimbing Skripsi sampai 2 (dua) semester, Gasal dan Genap 2023/2024
Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan apabila dikemudian hari terdapat kesalahan atau kekeliruan maka akan di perbaiki sebagaimana mestinya
Kelima : Hal-hal yang bertentangan dengan surat keputusan ini dinyatakan tidak berlaku
Keenam : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebaik-baiknya amanah.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Rabiul Akhir 1445 H

10 November 2023 M

Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tembusan :

Yth. 1. Rektor (sebagai laporan)

2. Wakil Dekan I dan II FISIP UHAMKA

Lampiran : SK Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Nomor : 1643/A.31.04/2023
Tanggal : 26 Rabiul Akhir 1445 H
10 November 2023 M
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Skripsi (PS)
Program Studi Jenjang Pendidikan : Ilmu Komunikasi/Strata Satu (S1)
Fakultas/PTS : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

1. Dra. Tellys Corliana, M.Hum.
2. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
3. Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.
4. Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom.
5. Dr. Hj. Novi Andayani P, M.Si.
6. Dr. Sri Mustika, M.Si.
7. Dr. Said Romadlan,, M.Si.
8. Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.
9. Dr. Syaiful Rohim, M.Si.
10. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.
11. Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom.
12. Abdul Kohar, S.Sos., M.I.Kom.
13. Rita Pranawati, SS., MA.
14. Mukhlis Muhammad Maududi, S.Sos., SH.,M.H.
15. Wininda Qusnul Khotimah, M.A.
16. Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I, M.IP.
17. Dr. Maryono Basuki, M.Si.
18. Husnan Nurjuman, S.Sg., M.Si.
19. Yulia Rahmawati, S.Sos.I., M.I.Kom
20. Vilya Dwi Agustini, S.Sos., M.I.Kom
21. Mustiawan, M.I.Kom
22. Titin Setiawati, S.I.P., M.I.Kom.
23. Dr. Hendri Prasetya, M.Si.
24. Andhika Pamungkas, M.I.Kom.

Dekan,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama : Adella Rahma Putri

NIM : 2006015290

Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2024

ABSTRAK

Judul	: Kampanye Komunikasi Kemendag Mengenai Larangan Menggunakan Pakaian Bekas Impor dalam Upaya Eksistensi Produk Lokal
Nama	: Adella Rahma Putri
NIM	: 2006015290
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Halaman	: 128 Halaman
Kata Kunci	: Eksistensi Produk Lokal, Kampanye Komunikasi, Kemendag

Kampanye komunikasi mengenai pakaian bekas impor ini dilakukan oleh Kemendag (Kementerian Perdagangan). Tujuannya untuk mengedukasi masyarakat bahwa menggunakan pakaian bekas impor adalah hal yang merugikan pribadi maupun negara dengan pesan-pesan yang disampaikan melalui kampanye guna mendukung produk lokal atau industri fashion dalam negeri. Kampanye ini berhubungan dengan menjalani kebijakan.

Penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi. Dalam kampanye komunikasi, teori ini bekerja dengan 3 tahap komponen utama yakni, informasi (*information*), individu (*person*), dan sikap (*attitude*). Dimana informasi diakumulasikan dengan individu untuk perubahan sikap, hal ini berkaitan kampanye komunikasi Kemendag mengenai larangan pakaian bekas impor.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Paradigma dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye komunikasi yang dilakukan Kemendag untuk mendukung produk lokal tercapai meskipun mendapati tantangan dalam menjalankannya. Saluran kampanye komunikasi yang digunakan yaitu, saluran media sosial, saluran media massa, dan saluran langsung.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Kampanye Komunikasi Kemendag Mengenai Larangan Menggunakan Pakaian Bekas Impor dalam Upaya Eksistensi Produk Lokal
Nama : Adella Rahma Putri
NIM : 2006015290
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

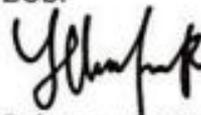
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Januari 2024, dan dinyatakan LULUS.



Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.

Penguji I

Tanggal: 15 Februari 2024



Yulia Rahmawati, M.I.Kom

Penguji II

Tanggal: 15 Februari 2024



Dr. Hj. Novi Andayani P, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 15 Feb 2024



Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I., M.IP.

Pembimbing II

Tanggal: 15. Feb. 2024.



Mengetahui,

Dean,

Prastetya Corliana, M.Hum

**NILAI TOLERANSI PADA SERIAL ANAK “KELUARGA
SOMAT” EPISODE “SEMUA SAYANG PAK SOMAT”.**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Audie Zahra Rossa

NIM : 2006015407

Peminatan : Penyiaran



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2024

ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Judul : Nilai Toleransi Pada Serial Anak “Keluarga Somat” Episode “Semua Sayang Pak Somat”
Nama : Audie Zahra Rossa
NIM : 2006015407
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 96 Halaman + 4 Tabel + 4 Gambar

Toleransi merupakan suatu nilai moral kehidupan yang menjadi faktor pendukung kehidupan bermasyarakat di Indonesia. Dari berbagai kasus yang terjadi di Indonesia membuktikan bahwa masyarakat Indonesia mengalami krisis moral terutama nilai toleransi. Salah satu cara untuk menanamkan dan mengedukasi masyarakat Indonesia akan pentingnya nilai toleransi adalah dengan memberikan informasi akan hal tersebut. Media sebagai sarana untuk menyampaikan dan mengedukasi masyarakat dapat berperan penting dalam meningkatkan kesadaran akan nilai toleransi. Salah satunya adalah media youtube pada Channel Keluarga Somat Animasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai toleransi yang digambarkan pada channel Keluarga Somat episode Semua Sayang Pak Somat dengan menggunakan teori isi media dan analisis isi kualitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dapat menjelaskan pesan toleransi yang terdapat pada episode tersebut. Dengan model komunikasi David K. Berlo, penelitian ini dapat menganalisis sumber dan isi pesan yang disampaikan oleh konten Keluarga Somat melalui akun youtube dan disampaikan kepada penerima pesan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat nilai toleransi yang terdapat pada konten Keluarga Somat episode Semua Sayang Pak Somat berupa adegan dan percakapan dalam episode tersebut. Dengan adanya konten tersebut dapat mengedukasi masyarakat Indonesia akan pentingnya nilai toleransi untuk terciptanya kehidupan bermasyarakat yang damai dan sejahtera.

Terdapat 10 adegan yang menggambarkan nilai toleransi pada penelitian ini. Nilai toleransi yang terdapat pada adegan tersebut adalah toleransi dalam menghormati sesama, dan yang terakhir toleransi dalam bermasyarakat. Pada setiap adegannya sangat menggambarkan kehidupan bermasyarakat yang damai dan sejahtera. Tayangan pada episode tersebut menunjukkan bahwa lingkungan di keluarga Pak Somat sangat mengedepankan nilai-nilai kebermasyarakatan demi kesejahteraan bersama warganya.

Kata Kunci : Toleransi, Serial Anak, Keluarga Somat.

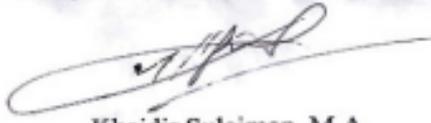
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Nilai Toleransi Pada Serial Anak "Keluarga Somat" Episode "Semua Sayang Pak Somat".
Nama : Audie Zahra Rossa
NIM : 2006015407
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Januari 2024, dan dinyatakan LULUS.


Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si
Penguji I
Tanggal : *Kamis, 15 februari 2024*


Khaidir Sulaiman, M.A
Penguji II
Tanggal : *Selasa, 20 februari 2024.*


Dr. Novi Andayani P., M. Si
Pembimbing I
Tanggal : *Selasa, 20 februari 2024 .*


Dra. Tellys Corliana, M.Hum.
Pembimbing II
Tanggal : *Rabu, 21 februari 2024*

Mengetahui
FISIP UHAMKA



Dra. Tellys Corliana, M.Hum
Tanggal : *Rabu, 21 februari 2024.*

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DEKOR LAMARAN
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI
INSTAGRAM @DEKORLAMARAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh:

Nama : Cinse Insani Tiara Nesya
NIM : 1906015139
Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2024**

ABSTRAK

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dekor Lamaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Instagram @dekorlamaran
Nama : Cinse Insani Tiara Nesya
NIM : 1906015139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 85 Halaman + XVII Halaman + 3 Tabel + 16 Gambar + 27 Bibliografi

Persaingan usaha jasa *wedding organizer* saat ini sangatlah ketat sehingga muncul banyak kompetitor sejenis. Disinilah dibutuhkan sebuah strategi *brand awareness* agar bisnis yang dijalankan tetap bisa bersaing. Akun instagram @dekorlamaran yang memanfaatkan Instagram melakukan komunikasi pemasaran terhadap produk jasa *wedding organizer*, sekaligus meningkatkan *brand awareness* agar lebih dikenal masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dekor Lamaran dalam meningkatkan *brand awareness* melalui Instagram. Teori Informasi Organisasi yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran untuk mendeskripsikan hasil penelitian. Jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* Dekor Lamaran melalui bauran komunikasi pemasaran 4P produk, harga, tempat, promosi sebagian besar telah dilakukan dengan baik. Keberadaan akun Instagram @dekorlamaran dapat dikenal oleh masyarakat sebagai *wedding organizer* yang memiliki keunggulan produk yang beragam, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, dan promosi di acara pameran. Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* agar tetap eksis, pihak Dekor Lamaran tetap harus melakukan promosi dan peningkatan agar produknya terus berkembang dan semakin luas serta tetap diminati oleh konsumen. Peneliti menyarankan untuk metode yang berbeda dan variatif seperti studi kuantitatif dan campuran dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

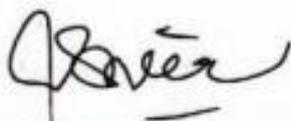
Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, Dekor Lamaran, Instagram.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dekor Lamaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Instagram @dekorlamaran
Nama : Cinse Insani Tiara Nesya
NIM : 1906015139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

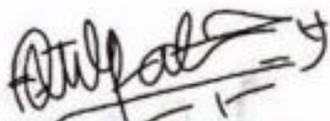
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2024 dan dinyatakan LULUS.



Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji I

Tanggal: 20 Februari 2024



Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I.,

M.IP.

Penguji II

Tanggal: 21 Februari 2024

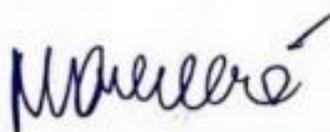


Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih,

M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 21 Februari 2024



Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si.

Pembimbing II

Tanggal: 21 Februari 2024

**Mengetahui,
Dekan**



Dr. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal: 23 Februari 2024

**MANAJEMEN KRISIS HUMAS POLRES METRO JAKARTA SELATAN DALAM
MEMBANGUN *RECOVERY IMAGE* DI MASYARAKAT PADA KASUS FERDY**

SAMBO

SKRIPSI

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial

Politik Peminatan Humas

Disusun Oleh:

Nama: Daffa Arden

NIM: 1906015298

Peminatan: Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

JAKARTA

2024

ABSTRAK

Judul Skripsi : “Manajemen Krisis Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Pada Kasus Ferdy Sambo”

Nama : Daffa Arden

NIM : 1906015298

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Kehumasan

Halaman : 71 + xii halaman

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Humas Polres Metro Jakarta Selatan, Kepercayaan Masyarakat

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Manajemen Krisis Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Membangun Recovery Image Di Masyarakat Pada Kasus Ferdy Sambo. Adanya kasus Ferdy Sambo ini membawa dampak negatif sehingga citra Polres Metro Jakarta Selatan menurun. Bahkan, gara-gara kasus ini juga citra Kepolisian Negara Republik Indonesia di mata masyarakat banyak terlihat buruk.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa serta memahami langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Polres Metro Jakarta Selatan dalam mengelola manajemen krisis yang timbul akibat kasus Ferdy Sambo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, serta menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, observasi dan studi pustaka.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Polres Metro Jakarta Selatan secara garis besar sudah melaksanakan konsep manajemen krisis berdasarkan tahapan manajemen krisis oleh *Steven Fink* yakni: prodromal, akut, kronik, dan resolusi. Namun, peneliti masih menemukan beberapa pengimplementasian yang belum dilakukan secara optimal.

Hasil temuan penelitian, Humas Polres Metro Jakarta Selatan melakukan berbagai upaya manajemen krisis dalam menyelesaikan masalah untuk mengembalikan kembali kepercayaan masyarakat. Peneliti menyarankan kepada Humas Polres Metro Jakarta Selatan untuk membuat tim khusus krisis yang bisa dengan cepat menganalisa dan mengatasi krisis bila terjadim lagi. Selain itu juga peneliti berharap agar manajemen krisismyang dilakukan Humas Polres Metro Jakarta Selatan dapat lebih di optimalkan.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

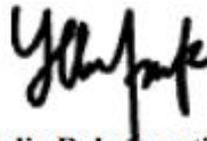
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Manajemen Krisis Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Membangun *Recovery Image* Di Masyarakat Pada Kasus Ferdy Sambo
Nama : Daffa Arden
NIM : 1906015298
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2024 dan dinyatakan LULUS.



**Gilang Kumari Putra, S.Sos.,
M.IKom.**
Penguji I
Tanggal: 23 Februari 2024



Yulia Rahmawati, M.IKom
Penguji II
Tanggal: 23 Februari 2024



**Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih,
M.Si.**
Pembimbing I
Tanggal: 23 Februari 2024



Mustiawan, M.IKom.
Pembimbing II
Tanggal: 23 Februari 2024

**Mengetahui,
Dekan**



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

***PERSONAL BRANDING BEAUTY INFLUENCER GABRIELLA
KEISHA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK @KEYIUIU***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Risa Ummayah
NIM : 1906015169
Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2024**

ABSTRAK

Judul Skripsi : Personal Branding *Beauty Influencer* Gabriella Keisha melalui Media Sosial Tiktok @keyiuiu
Nama : Risa Ummayah
NIM : 1906015169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 92 halaman + xxxvi halaman + 10 tabel + 21 bibliografi

Media sosial Tiktok dapat menjadi wadah bagi *influencer*, salah satunya Gabriella Keisha. Dikenal sebagai *beauty influencer* dengan akun Tiktok @keyiuiu, ia kerap menuangkan ide kreatifnya dan mengemasnya menjadi konten menarik. Aktivitas yang dilakukan keisha sebagai upaya bagaimana membangun *personal branding*. Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan *Personal Branding* Gabriella Keisha melalui 6 konten pada media Sosial Tiktok @keyiuiu. Penelitian ini menggunakan teori *Personal Branding* Peter Montoya, bahwasanya terdapat delapan karakteristik *personal branding* yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan dan maksud baik. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif yang dikemukakan oleh Philip Mayring dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukan setiap konten yang diunggah pada akun Tiktok @keyiuiu ditemukan beberapa karakteristik *personal branding*. Gabriella Keisha memiliki spesialisasi yang mampu memperkuat *branding* dirinya dengan konten kecantikan *korean* dan *douyin make up*, yang menjadi hal menonjol dan membedakannya dari *influencer* lain. Saran pada penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya lebih memperluas kajian tentang *personal branding* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda khususnya studi kasus untuk mengembangkan pembahasan yang lebih luas, serta diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan bagi *influencer* yang berkarya dan memanfaatkan media sosial sebagai alat *personal branding*.

Kata Kunci: Personal Branding, Analisis Isi Kualitatif, Tiktok

ABSTRAK

Judul Skripsi	: Personal Branding <i>Beauty Influencer</i> Gabriella Keisha melalui Media Sosial Tiktok @keyiuiu
Nama	: Risa Ummayah
NIM	: 1906015169
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Halaman	: 92 halaman + xxxvi halaman + 10 tabel + 21 bibliografi

Media sosial Tiktok dapat menjadi wadah bagi *influencer*, salah satunya Gabriella Keisha. Dikenal sebagai *beauty influencer* dengan akun Tiktok @keyiuiu, ia kerap menuangkan ide kreatifnya dan mengemasnya menjadi konten menarik. Aktivitas yang dilakukan keisha sebagai upaya bagaimana membangun *personal branding*. Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan *Personal Branding* Gabriella Keisha melalui 6 konten pada media Sosial Tiktok @keyiuiu. Penelitian ini menggunakan teori *Personal Branding* Peter Montoya, bahwasanya terdapat delapan karakteristik *personal branding* yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakkan, kesatuan, keteguhan dan maksud baik. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif yang dikemukakan oleh Philip Mayring dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukan setiap konten yang diunggah pada akun Tiktok @keyiuiu ditemukan beberapa karakteristik *personal branding*. Gabriella Keisha memiliki spesialisasi yang mampu memperkuat *branding* dirinya dengan konten kecantikan *korean* dan *douyin make up*, yang menjadi hal menonjol dan membedakannya dari *influencer* lain. Saran pada penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya lebih memperluas kajian tentang *personal branding* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda khususnya studi kasus untuk mengembangkan pembahasan yang lebih luas, serta diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan bagi *influencer* yang berkarya dan memanfaatkan media sosial sebagai alat *personal branding*.

Kata Kunci: Personal Branding, Analisis Isi Kualitatif, Tiktok

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

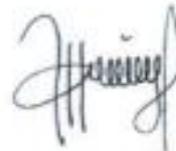
Judul Skripsi : Personal Branding *Beauty Influencer* Gabriella Keisha melalui Media Sosial Tiktok @keyiuu
Nama : Risa Ummayah
NIM : 1906015169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat



Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom.

Penguji I

Tanggal: 07 Februari 2024



Andys Tiara, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji II

Tanggal: 09 Februari 2024



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 09 Februari 2024



Gilang Kumari Putra, S.Sos.,

M.I.Kom. Pembimbing II

Tanggal: 12 Februari 2024



**Mengetahui,
Dekan**



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal: 13 Februari 2024

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RUMAH SANDAR DALAM
MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN VOLUNTEER MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RUMAH_SANDAR**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Syifa Salma Nazhifah

NIM : 1906015192

Peminatan : Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH PROF. DR HAMKA**

Jakarta, 2023

ABSTRAK

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komunitas Rumah Sandar Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Volunteer Melalui Media Sosial Instagram @Rumah_Sandar

Nama : Syifa Salma Nazhifah

NIM : 1906015192

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 107 halaman

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas rumah sandar dalam membina hubungan baik pada volunteer melalui media sosial instagram @rumah_sandar.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Paradigma dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Penelitian menggunakan Teori Strategi komunikasi Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan melakukan riset pada sumber data mulai dari pengamatan media, studi pustaka, dan berbagai informan yang berguna untuk menguatkan fakta pada penelitian ini. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam tahapan strategi komunikasi komunitas rumah sandar dalam membina hubungan baik dengan volunteer melalui media sosial instagram @rumah_sandar ini sebagai berikut : 1) penetapan komunikator melalui *paid promote* untuk menarik minat volunteer terhadap rumah sandar dan penggunaan instagram untuk membina hubungan baik dengan volunteer 2) penyusunan pesan 3) menetapkan audiens 4) pemilihan media 5) menganalisis efek komunikasi 6) pencapaian strategi komunikasi.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunitas, Membina hubungan baik, Volunteer, Instagram.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

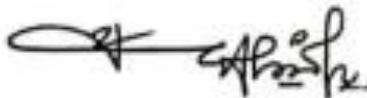
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komunitas Rumah Sandar
Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Volunteer
Melalui Media Sosial Instagram @Rumah_Sandar

Nama : Syifa Salma Nazhifah
NIM : 1906015192
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari sabtu tanggal 11 November 2023 dan dinyatakan LULUS.

Penguji 1

Penguji 2



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Tanggal: 24 November 2023

Pembimbing 1



Drs. Khaidir Sulaiman, MA.

Tanggal : 26 November 2023

Pembimbing 2



Dr. Hj. Novi Andayani P.M.Si

Tanggal: 26 November 2023



Wininda Qusnul Khotimah, MA.

Tanggal: 28 November 2023

Mengetahui,



Dekan FISIP Uhamka

Tellys Corliana, M.Hum.

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @DKIJAKARTA DALAM
MENINGKATKAN *AWARENESS* PADA PELAKSANAAN
KICK OFF KEKETUAAN ASEAN INDONESIA 2023**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Ghina Sabilla Lesmana

NIM : 1906015193

Peminatan : Hubungan Masyarakat



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2023**

ABSTRAK

Judul	: Pemanfaatan Instagram @dkijakarta Dalam Meningkatkan Awareness Pada Pelaksanaan Kick Off Keketuaan ASEAN Indonesia 2023.
Nama	: Ghina Sabilla Lesmana
NIM	: 1906015193
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Halaman	: 125 Halaman

Pesatnya perkembangan media khususnya media sosial saat ini difasilitasi oleh teknologi yang semakin maju. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh hampir seluruh lapisan generasi. Hal ini dimanfaatkan oleh Humas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam menjalankan tugas dan fungsinya yaitu sosialisasi dan publikasi terkait kebijakan dan hasil kinerja Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Dalam hal ini Humas Pemprov DKI Jakarta mensosialisasikan mengenai *Kick Off* Keketuaan ASEAN Indonesia 2023 dengan memanfaatkan *Instagram* dan fitur-fitur didalamnya, baik sebelum dan sesudah pelaksanaan dengan tujuan meningkatkan *awareness* yaitu pengetahuan, urgensi, ketertarikan, dan partisipasi aktif terhadap pelaksanaan *Kick Off* Keketuaan Indonesia di ASEAN 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram* @dkijakarta dalam meningkatkan *awareness* pada pelaksanaan oleh Humas Pemprov DKI Jakarta dalam pelaksanaan *Kick Off* Keketuaan ASEAN Indonesia 2023. Teori yang digunakan adalah teori *new media*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* @dkijakarta dalam pelaksanaan *Kick Off* Keketuaan ASEAN Indonesia berhasil meningkatkan *awareness*. Dinilai dengan antusiasme masyarakat yang hadir, tanggapan yang positif dan masyarakat merepost kembali konten yang telah diposting oleh @dkijakarta dalam rangka ikut mempromosikan rangkaian KTT ASEAN 2023 yang dilaksanakan di Indonesia.

Kata Kunci : Pemanfaatan, *Instagram*, *Awareness*, *Kick Off*, Keketuaan ASEAN Indonesia 2023.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram @dkijakarta Dalam Meningkatkan Awareness Pada Pelaksanaan Kick Off Keketuaan ASEAN Indonesia 2023.

Nama : Ghina Sabilla Lesmana

NIM : 1906015193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada Sabtu, 11 November 2023, dan dinyatakan **LULUS**.

Penguji I

Penguji II



Dini Wahdiyati S.Sos.M.I.Kom
Tanggal : 2 Desember 2023



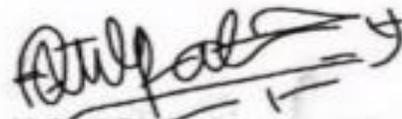
Vilya Dwi Agustin, S.Sos., M.I.Kom
Tanggal : 3 Desember 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Tanggal : 3 Desember 2023



Zulfahmi Yasir Yunan, S.Sos.I., M.IP
Tanggal : 3 Desember 2023

Mengetahui,
Dekan



Dra. Jellys Corliana, M.Hum

