



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI BRANDING ALMIRA TRAVEL OFFICIAL
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

**AHMAD DEL PIERO
NPM.193516516414**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2023**



UNIVERSITAS NASIONAL

**ALMIRA'S TRAVEL OFFICIAL BRANDING STRATEGY ON
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**

THESIS

**Submitted as One to Obtain a
Bachelor's Degree in Communication (S.I.Kom)**

**AHMAD DEL PIERO
NPM.193516516414**

**FACULTY OF POLITICAL AND SOSIAL SCIENCE
DEPARTMENT COMMUNICATION SCIENCE
2023**

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Del Piero

Npm : 193516516414

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram

Diajukan untuk: Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 3 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Del Piero
Npm : 193516516414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 27 Februari 2023

Dosen Pembimbing Dekan FISIP


Nursatyo, S.Sos, M.Si.


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Del Piero
Npm : 193516516414
Judul Skripsi : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 3 Februari 2023
Yang membuat pernyataan

Ahmad Del Piero

UNIVERSITAS NASIONAL

Dipindai dengan CamScanner



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Ahmad Del Piero

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram

<p>Kata kunci</p> <p>Strategi Branding, instagram dan media sosial</p>	<p>Fenomena persebaran teknologi digital kini sangat mengubah cara masyarakat, cara komunikasi dapat berbentuk individu maupun kelompok di ranah sosial, budaya dan juga ekonomi. Di era globalisasi yang ini dapat menjanjikan dalam mewujudkan bisnis baru. Kemajuan teknologi yang semakin besar kini tidak adanya batasan yaitu bisa mencakup khalayak tanpa adanya batas atau waktu tertentu, melainkan bebas kapan pun dan dimana pun kita berada. Dalam hal ini, terdapat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Branding Almira Travel Official di Media Sosial Instagram. Landasan teori yang digunakan adalah Strategi Branding dan new media. Metode pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Narasumber dalam penelitian ini merupakan Team Kreatif, Adversiter Almira Travel dan Salah satu jamaah dari Almira Travel. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi branding yang digunakan adalah menunjukkan bagaimana proses perencanaan, perorganisasian, Pergerakan, Pengasawan, dan Kelanda atau hambatan dari strategi branding yang dilakukan sehingga dapat berhasil dari strategi branding yang dilakukan di media sosial instagram</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Nursatyo, S,Sos., M.Si.</p>



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Ahmad Del Piero
Study Program: Ilmu Komunikasi
Title : Almira'S Travel Official Branding Strategy On Social Media Instagram

<p>Keyword:</p> <p><i>Strategy, Branding and Social media</i></p>	<p><i>The phenomenon of the spread of digital technology today has changed many people's perspectives, how to communicate can take the form of individuals or groups in the social, cultural and economic fields. In this era of globalization that can be promising in realizing new businesses. Advances in technology are now getting bigger and there are no restrictions, that is, it can reach audiences without a certain limit or time, but is free whenever and wherever we are. In this case, the formulation of the problem in this study is to find out how Almira Travel's Official Branding strategy is on Instagram Social Media. The theoretical basis used is Branding Strategy and new media. The approach method used is descriptive qualitative. The resource persons in this study were the Creative Team, Almira Travel Advertisers and one of the congregation from Almira Travel. The results of this study indicate that the branding strategy used is to show how the planning, organizing, movement, monitoring, and constraints or obstacles of the branding strategy are carried out so that the branding strategy can be successful on Instagram social media.</i></p>
<p>Thesis Adviser</p>	<p>Nursatyo, S.Sos., M.Si.</p>

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin, berkah, rizky, serta rahmatnya lah, penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan juga tepat waktu pada proposal skripsi yang berjudul “STRATEGI BRANDING ALMIRATRAVEL OFFICIAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” yang dijadikan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis memiliki ketertarikan dengan permasalahan yang diangkat pada skripsi ini karena untuk mengetahui peran bagaimana strategi *branding* Almira Travel di media sosial instagram.

Penulis menyadari betul, tanpa dukungan, bantuan, dan juga bimbingan dari berbagai pihak semasa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah tidak mudah bagi penulis untuk menyelesaikan tahap akhir masa perkuliahan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terma kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawy Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

4. Dr. Aos Yuli Firdaus S.I.P., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan masukan, arahan, pendidikan, serta pandangan semasa perkuliahan dan juga sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, memberikan tenaga, pikiran, saran, masukan, serta membimbing, dan juga mengarahkan penulis dengan penuh ketelitian dan juga kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M. selaku dosen ketua sidang saya
8. Swastiningsih, S.E., M.Si. selaku penguji 1 pada sidang skripsi saya
9. Azizah Des Derivanti, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis seputar kegiatan akademik sejak awal perkuliahan.
10. Segenap Dosen Universitas Nasional, terutama Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa kegiatan perkuliahan di Universitas Nasional.

11. Almira Travel, selaku perusahaan tempat penulis melakukan penelitian dan memperoleh data terkait judul skripsi penulis, yakni Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram.
12. Muhammad Rafi Akbar selaku informan kunci penulis yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan saran, dan memberikan data-data yang diperlukan dalam penelitian yang sedang digarap oleh penulis.
13. Anri Darusalam selaku informan utama penulis yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan saran, dan memberikan data-data yang diperlukan dalam penelitian yang sedang digarap oleh penulis.
14. Yoeliastuti, S.Pd., M.M. Selaku informan pendukung yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi.
15. Kedua Orang tua, Bapak mashur dan Ibu Amsanah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, dan memotivasi penulis baik secara moril dan materil selama masa pengerjaan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
16. Keluarga yang selalu memberikan dorongan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat segera terselesaikan.
17. Kepada rekan seperjuangan skripsi Bunga Putri Handayana, Tulus Gunjales, Muhammad Rafli Ramadhan, Ahmad Supriadi, Ivana Untari, Farhan Chuzairy Ishaya, Sean Anggiatheda, Rizki Nuzul, dan Rizky Oscar Pangestu.

18. Kepada teman-teman semasa sekolah menengah atas yaitu Muhammad Rizki Kurniawan, dan Wisnu Handika yang telah memberikan semangat, serta dorongan agar terselesainya penulisan skripsi ini

19. Serta untuk semua pihak yang turut terlibat, namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terima kasih atas semua bantuannya pada proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT, memberikan balasan terbaik untuk segala bentuk kebaikan yang diberikan pada penulis. Semoga juga, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan juga pengembangan ilmu.

Jakarta, 3 Februari 2023



Ahmad Del Piero



DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10

1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademik	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Teori Penelitian.....	33
2.2.1 Teori Strategi Branding	33
2.2.2 Teori New Media.....	34
2.3 Landasan Konseptual.....	35
2.3.1 Media Sosial	35
2.3.2 Media Branding.....	39
2.4 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Penentuan Informan.....	42
3.2.1 Informan Kunci (<i>key Informan</i>)	42

3.2.2 Informan 1	43
3.2.3 Informan Pendukung.....	44
3.3 Sumber Data.....	44
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Wawancara.....	46
3.4.2 Dokumentasi.....	47
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	48
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
3.6.1 <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	49
3.6.2 <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	49
3.6.3 <i>Conslusin Drawing/Verification</i> (Pengarikan kesimpulan).....	50
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Almira Travel	53
4.1.1 Dasar Pembentukan Almira Travel.....	53

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	56
4.1.3 Logo dan Makna Logo.....	57
4.1.4 Struktur Kepengurusan Almira travel.....	60
4.2 Pengelolaan Media Sosial Instagram	61
4.2.1 Proses Perencanaan.....	63
4.2.2 Proses Pengorganisasian.....	66
4.2.3 Proses Pergerakan.....	68
4.2.4 Proses Pengawasan.....	71
4.2.5 Kendala atau Hambatan.....	73
4.3 Strategi Branding.....	74
4.3.1 <i>Mind</i> (Konsep).....	77
4.3.2 <i>Behavior</i> (Perilaku dalam mengelola).....	78
4.3.3 <i>Visual</i> (Desain atau pengemasan).....	79
4.4 Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA87

LAMPIRAN.....91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Surat Persetujuan Skripsi	92
Lampiran II: Hasil Turnitin.....	93
Lampiran III: Surat Ketersediaan Pembimbing	94
Lampiran IV: Lembar Konsultasi Bimbingan.....	95
Lampiran V: Lembar Perbaikan Skripsi	97
Lampiran VI : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Muhammad Rafi Akbar.....	98
Lampiran VII: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan utama, Anri Darusalam	105
Lampiran VIII: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Pendukung, Yoelistuti, S.Pd., M.M	111
Lampiran IX : Dokumentasi Wawancara.....	114
Lampiran X : Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Logo Almira Travel	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia pada Januari 2021	5
Gambar 1.2 Profil <i>instagram</i> Almira Travel pada 2 Februari 2023.....	6
Gambar 1.3 Contoh Kasus Penggelapan Dana Umroh	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Logo Almira Travel.....	53
Gambar 4.2 Ruang Depan Kantor Almira Travel	54
Gambar 4.3 Ruang Kerja.....	55
Gambar 4.4 Logo Almira Travel 2011-2022	57
Gambar 4.5 Logo Almira Travel 2022 – Sekarang.....	58
Gambar 4.6 Logo Official Instagram Almira Travel 2022 – Sekarang	58
Gambar 4.7 Profil Instagram Almira Travel pada 2 Februari 2023	62
Gambar 4.8 Proses Desain untuk Postingan	65
Gambar 4.9 Jenis Huruf dan Warna.....	68
Gambar 4.10 Postingan <i>instagram</i> Almira travel	70
Gambar 4.11 Postingan <i>instagram</i> Almira Travel	71

Gambar 4.12 Tampilan Postingan *instagram* Almira Travel..... 75

Gambar 4.13 Profil *instagram* Almira travel pada 2 Februari 2023 76

