

UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SEINAA
HIJAB DALAM MENINGKATKAN CITRA MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Desmi Erika Afriani

183112351650374

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITY NASIONAL

**SEINAA HIJAB'S PUBLIC RELATION MARKETING
STRATEGY in IMPROVING IMAGE THROUGH
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA
THESIS**

Submitted as one Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

**Desmi Erika Afriani
183112351650374**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTEMENT OF COMMUNICATION SCIENCE**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Desmi Erika Afriani
NPM : 183112351650374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION
SEINAA HIJAB DALAM MENINGKATKAN CITRA
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu gelar dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan Jakarta, Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desmi Erika Afriani
NPM : 183112351650374
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Seinaa Hijab Dalam Meningkatkan citra Melalui 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

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M. Si

Dekan

Dr. Erna Hermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Desmi Erika Afriani

NPM : 183112351650374

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC

RELATION SEINAA HIJAB

DALAM MENINGKATKAN CITRA

MELALUI 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 dikemudian 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, 08 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,

Desmi Erika Afriani






UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh : Desmi Erika Afriani
NPM : 183112351650374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING
PUBLIC RELATION SEINAA
HIJAB DALAM
MENINGKATKAN CITRA
MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagaibagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada ProgramStudi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Drs. Hari Zamharir, M.SE	Ttd 
Pembimbing I/Penguji I	Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom	Ttd 
Pembimbing II/Penguji II	Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si	Ttd 

Ditetapkan di : Jakarta Tanggal : 01/03/2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Desmi Erika Afriani
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relation Seinaa Hijab Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Instagram

Kata Kunci: Strategi, Marketing, Publik Relation, Instagram.	Instagram merupakan media sosial yang saat ini banyak di gunakan oleh masyarakat untuk dapat mengetahui informasi atau menggunakan Instagram sebagai ruang untuk menjual dan membeli produk yang di unggah di akun Instagram milik pribadi oleh karena itu banyaknya pemilik usaha yang memanfaatkan Instagram sebagai media dalam menyiarkan produk-produk yang akan dijual dalam bentuk foto maupun video hal tersebut juga dilakukan agar terciptanya sebuah peningkatan dalam membangun sebuah citra perusahaan ataupun citra produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Tujuan Mengetahui bagaimana strategi public relations dalam meningkatkan citra melalui media sosial Instagram. Teori Marketing Public Relation. Konsep Publik Relation, Segmenting, Targeting, Positioning, Citra Merek, Media Sosial. Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan menyimpulkan hasil wawancara terstruktur dengan key informan dan informan. Kesimpulan dalam <i>Marketing Public Relations</i> untuk dapat meningkatkan citra melalui media sosial Instagram. Seinaa Hijab membuat sebuah tantangan kepada para followers untuk mendapatkan sebuah secara gratis. Pada strategi <i>Marketing Public Relation</i> untuk dapat meningkatkan citra positif melalui media sosial Instagram, Seinaa Hijab melakukan Endorse kepada Influencer untuk mempromosikan produk Seinaa Hijab. Strategi <i>Marketing Public Relation</i> yang diterapkan oleh Seinaa Hijab dalam meningkatkan citra yaitu dengan menggunakan model yang secara umum terlihat cantik, untuk dilakukan sebuah unggahan berbentuk foto dan video ke dalam media sosial Instagram milik Seinaa Hijab.
Pembimbing	Dr. Nurhasanah Haspiaini M. Si



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRACT

Name : Desmi Erika Afriani

Study Program : Communication Science

Title : Seinaa Hijab's Public Relations Marketing Strategy in Improving Image Through Instagram Social Media

<p>Keywords: Strategy, Marketing, Pulic Relation, Instagram.</p>	<p>Instagram is a social media that is currently widely used by the public to be able to find information or use Instagram as a space to sell and buy products that are uploaded on personal Instagram accounts. Therefore, many business owners use Instagram as a medium for broadcasting products. which will be sold in the form of photos and videos this is also done in order to create an increase in building a corporate image or product image owned by a company. Purpose Knowing how the public relations strategy is in improving the image through social media, namely Instagram. Theory Marketing Public Relation. Draft public relations, segmenting, targeting, positioning, brand image, social media. Method qualitative descriptive with a qualitative approach to describe the research results by concluding the results of structured interviews with key informants and informants. Conclusion in Marketing Public Relations to be able to improve image through Instagram social media. Seinaa Hijab makes a challenge to its followers to get one for free. In the Marketing Public Relations strategy to be able to increase a positive image through Instagram social media, Seinaa Hijab endorsed Influencers to promote Seinaa Hijab products. The Marketing Public Relations strategy implemented by Seinaa Hijab in improving its image is by using models that generally look beautiful, to upload photos and videos to Seinaa Hijab's Instagram social media.</p>
<p>Advisor</p>	<p>Dr. Nurhasanah Haspiaini M. Si</p>

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Marketing Public Relation Seinaa Hijab Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Instagram”. Dalam penelitian yang penulis lakukan pada judul tersebut bahwa Seinaa Hijab menggunakan media sosial Instagramnya dalam mempertahankan citranya dengan dilakukannya strategi Marketing Public

Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Tentunya selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta do’a dari banyak pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan Terimakasih tak terhingga kepada:

1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional dan seluruh jajarannya.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.AP, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Wakil Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan terimakasih atas segala motivasi

dan saran-saran dalam konsultasi terkait rancangan akademik dan dalam pengerjaan skripsi.

6. Nursatyo S.Sos., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasiona.
7. Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas Motivasi dan masukan-masukannya dalam konsultasi perihal rancangan Skripsi selama melakukan penelitian.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
9. Staff Sekretariat terutama Ibu Nila yang senantiasa melayani Administrasi dengan sabar terhadap perkuliahan penulis dan seluruh staff Universitas Nasional.
10. Key Informan dan Informan yang telah meluangkan waktunya untuk dapat wawancara dengan penulis yaitu Septi Dwi Okana, Ira Mawarni, Yosi Fitriani, Ervina dan Bakri Hadi terimakasih telah senantiasa membantu penulis dalam mendapatkan data pada penelitian penulis.
11. Keluarga besar penulis, terutama orang tua penulis yaitu Bapak Rusly dan Ibu Nina Dwi Hartini serta tidak lupa kakak Bobby Kurniawan, Septi Dwi Okana, Selvi Ice Trisnawati, Refly Rama Dona, dan adik Indera Kurniawan. Terimakasih karena selalu memberikan semangat serta motivasi kepada penulis.

12. Indah Permata Sari, Yosep Anggara, Femy Marta Dewi, Feny Myzeonita, Recha Marchella, Yenda Alvio, Metri Hidayati, Maratul Hasanah, Dirima Oktami dan teman-teman Angkatan 2018 yang telah menemani penulis dalam menyusun Skripsi dan juga berjuang bersama dalam penulisan Skripsi

13. Tidak lupa kepada sahabat terkasih Kenzo Richard Wongso dan bapak Puji Wijayanto yang sudah membantu baik secara materi dan senantiasa menemani serta memberikan semangat juang yang tinggi.

14. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.

Akhir kata, penulis berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 08 Maret 2023



Desmi Erika Afriani

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistem Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan ...	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengertian Kajian Kepustakaan	Error! Bookmark not defined.

2.2.1 Konsep Strategi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Publik Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.1 Marketing Public Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.2 Konsep Publik Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.3 Fungsi dan Tujuan Publik Relations (Humas).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.4 Proses Publik Relations	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.5 Peran Publik Relations...	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Segmenting, Targeting, Positioning.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.1 Konsep Segmenting	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.2 Konsep <i>Targeting</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.3 Konsep <i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.1 Konsep Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.2 Indikator Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.3 Faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 <i>Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.1 Definisi <i>Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.2 Keterkaitan antara <i>Marketing dan Public Relation</i>	Error! Bookmark not defined.

2.2.6 Media Sosial Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.1 Konsep Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.2 Konsep Media Sosial Instagram ..	Error! Bookmark not defined.
defined.	
2.3 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Penentuan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.1 Sejarah Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Strategi Marketing Public Relation Seinaa Hijab Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Intagram....	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.3 Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.

5.2

Saran.....**Error**

! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKAError! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRANError! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Lembar Konsultasi Pembimbing.....107

Lampiran II: Surat Ketersediaan Pembimbing.....108

Lampiran III: Surat Keterangan Wawancara Seinaa Hijab.....109

Lampiran IV: Wawancara.....110

Lampiran V: Dokumentasi Wawancara.....126

Lampiran VI: Daftar Riwayat Hidup.....131



DAFTAR TABLE

Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Table 4.1 Analisis SWOT.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	55
Gambar 3.1 Diagram Matrik SWOT.....	61
Gambar 4.1 Strategi Tantangan Seinaa Hijab.....	74
Gambar 4.2 Komentar Followers.....	75
Gambar 4.3 Instagram Seinaa Hijab.....	83
Gambar 4.4 Postingan Seinaa Hijab.....	84
Gambar 4.5 Postingan Model Seinaa Hijab.....	88
Gambar 4.6 Nama Seinaa Hijab masuk kedalam beberapa portal berita media online Indonesia.....	95
Gambar 4.7 Seinna Hijab tembus majalah New York.....	96

