

**MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPROMOSIKAN PROGRAM GARUDA TV DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh :

SYADIVA NAULA FAWWAZ

210900047

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2025**

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN PROMOTING GARUDA TV
PROGRAMS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA***

THESIS

***Submitted as one of the requirements for the final
assignment Bachelor of Communication Science***



Arranged by :

SYADIVA NAULA FAWWAZ

210900047

***UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES***

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 29 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Syadiva Naula Fawwaz

210900047

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITA SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Syadiva Naula Fawwaz

NIM : 210900047

JUDUL : Marketing Public Relations dalam Mempromosikan
Program Garuda TV di Media Sosial Instagram

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 29 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I



(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)

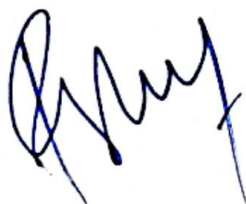


(Risqi Inayah Dwijayanti M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Risqi Inayah Dwijayanti M.I.Kom)



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph.D)

UNIVERSITA SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Syadiva Naula Fawwaz
NIM : 200900044
JUDUL : Marketing Public Relations dalam Mempromosikan Program
Garuda TV di Media Sosial Instagram

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 29 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Anggota Penguji I

(Dr.Rustono Farady Marta, M.Med.Kom)

Anggota Penguji II

(Fitri Sarasati, M.Sc)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Risqi Inayah Dwijayanti S.Ikom, M.Ikom)

Dekan FISIP

(Fahlesa Munabari, M. A., Ph.D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Syadiva Naula Fawwaz

NIM : 210900047

PROGAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Public Relation

Marketing Public Relations dalam Mempromosikan Program Garuda TV di Media Sosial Instagram

Jumlah Halaman : 96 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 25 buku + 14 jurnal + 3 internet

ABSTRAK

Instagram kini menjadi media strategis dalam promosi program siaran karena kemampuannya membangun keterlibatan audiens secara visual dan interaktif. Garuda TV memanfaatkan platform ini untuk menjangkau publik digital dan memperkuat citra di tengah persaingan media.

Penelitian ini menggunakan teori Manajemen Public Relations dari Frank Jefkins dan konsep AIDA untuk menganalisis tahapan komunikasi, dari perencanaan hingga tindakan audiens. Instagram diposisikan sebagai sarana PR digital yang mendukung komunikasi dua arah.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi akun Instagram @garudatv.official, dan dokumentasi konten promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR dijalankan tim promo dan digital melalui konten visual, fitur interaktif, serta evaluasi rutin. Meski tanpa struktur PR formal, strategi tetap berjalan sistematis dan responsif terhadap audiens.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram efektif mendukung kegiatan PR digital Garuda TV. Temuan ini bermanfaat bagi media lain dalam menyusun strategi komunikasi yang adaptif di era digital.

Kata Kunci : Marketing Public Relation, Instagram

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

Pembimbing II: Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Syadiva Naula Fawwaz

STUDENT ID : 210900047

STUDY PROGRAM : Communication Science

CONCENTRATION : Public Relations

Public Relations Strategy in Promoting Garuda TV Programs on Instagram Social Media

Total Pages : 96 pages + Appendices

Bibliography : 25 books + 14 journals + 3 internet sources

ABSTRACT

Instagram has become a strategic medium for program promotion due to its visual and interactive nature. Garuda TV utilizes this platform to engage digital audiences and strengthen its image amid media competition.

This study applies Frank Jefkins' Public Relations Management Theory and the AIDA concept to analyze communication stages, from planning to audience response. Instagram is viewed as a digital PR tool enabling two-way communication.

The research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation of @garudatv.official, and content documentation.

Findings show that the promo and digital teams implement PR strategies through visual content, interactive features, and ongoing evaluation. Despite lacking a formal PR division, the process is systematic and audience-responsive.

The study concludes that Instagram is effective in supporting Garuda TV's digital PR efforts. The results offer practical insights for other media institutions in developing adaptive communication strategies.

Keywords : Public Relations Marketing, Instagram

Advisor I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

Advisor II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom