



**JUDUL SKRIPSI:**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA APLIKASI BIBIT SEBAGAI MEDIA BARU INVESTASI PILIHAN GENERASI MILENIAL**

**Tugas Akhir Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.**

**NAMA : FIORENTINA NOVELIA GORETTY**

**NIM : 1910411250**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
'VETERAN' JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar:

Nama : Fiorentina Novelia Goretty  
NIM : 1910411250  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Jakarta, 10 Juni 2024



Fiorentina Novelia Goretty

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Fiorentina Novelia Goretty

NIM : 1910411250

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra  
Aplikasi Bibit sebagai Media Baru Investasi Pilihan  
Generasi Milenial

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing

Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D

Penguji I

Dr. Aan Setiadinata, M.Si

Penguji II

Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM

Ketua Program Studi

Azwar, S.S, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 9 Juli 2024

**PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fiorentina Novelia Goretty  
NIM : 1910411250  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya dengan judul:

Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Aplikasi Bibit sebagai Media Baru Investasi Pilihan Generasi Milenial.

Berasa perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Juli 2024

Yang menyatakan,



Fiorentina Novelia Goretty

## KATA PENGANTAR

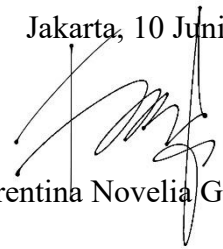
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala kebaikan dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi dengan judul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Aplikasi Bibit sebagai Media Baru Investasi Pilihan Generasi Milenial” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang sangat amat penulis cintai, Mama (Vera Sitanggang) dan Papa (Yulius Tambunan) yang senantiasa memberikan cinta dan dukungannya bagi penulis. Selain itu pula penulis ingin mengucapkan terima kasih bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Adapun pihak-pihak tersebut adalah:

1. Dr. S. Beki Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memfasilitasi melalui kebijakan-kebijakannya.
2. Azwar, S.S, M.Si selaku Kepala Program studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang memberikan kemudahan bagi mahasiswanya.
3. Yani Hendrayani, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa mendukung dan memberikan banyak sekali masukan untuk penyempurnaan dan penyelesaian tugas skripsi ini.
4. Drs. Aan Setiadarma, M.Si selaku Penguji 1 dan Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM selaku Penguji 2 yang memberikan masukan dan saran guna menyempurnakan penyusunan skripsi ini.
5. Informan penelitian kali ini yaitu Lucas Nugrahadhi, Oktavia Sagala, Sharon Lumoindong selaku pihak Bibit yang senantiasa memberikan informasi yang dibutuhkan demi keberhasilan penelitian.

Akhir kata saya ingin mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang terlibat dan mungkin tidak dapat disebutkan satu per-satu. Saya berharap skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi yang membutuhkan. Penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Jakarta, 10 Juni 2024



Fiorentina Novelia Goretty

# **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA APLIKASI BIBIT SEBAGAI MEDIA BARU INVESTASI PILIHAN GENERASI MILENIAL**

**Fiorentina Novelia Goretty**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya angka generasi milenial dari jumlah angka populasi keseluruhan yang ada saat ini, banyaknya kompetitor dalam bentuk aplikasi investasi digital, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah penerapan strategi *public relations* dalam membangun citra aplikasi bibit sebagai media baru investasi pilihan generasi milenial. Teori yang digunakan pada penelitian kali ini adalah *four step model of public relations*. Teori ini menjelaskan bahwa ada empat langkah yang dilakukan oleh *public relations* untuk melaksanakan kegiatannya, yaitu riset, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu menjelaskan hal yang diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara bebas terpimpin, di mana penulis menyiapkan poin-poin pertanyaan untuk diajukan kemudian informan diperbolehkan memberikan informasi dalam bentuk apapun selama berkaitan dengan konteks yang telah disiapkan. Dengan demikian informasi yang didapat bisa menjawab pertanyaan dari penelitian. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa *public relations* Bibit menjalankan strategi melalui tahapan-tahapan yang sama seperti teori *four step model*. Riset adalah tahap yang dilakukan Bibit untuk mendapatkan fakta bahwa tingginya angka generasi milenial dapat menjadi target sasaran untuk membangun citra aplikasi Bibit sebagai media baru investasi pilihan generasi milenial. Tahap berikutnya adalah perencanaan di mana Bibit mulai menentukan tokoh yang akan dijadikan *brand ambassador* serta pihak yang akan diajak untuk bekerja sama dengan Bibit dan memperluas promosi Bibit melalui media sosial untuk menjangkau generasi milenial. Tahap ketiga adalah pelaksanaan strategi yang dijalankan oleh Bibit yaitu berupa menjalin kerja sama berbagai pihak, baik pihak swasta maupun nasional, menjadikan Jerome Polin dan Deddy Corbuzier sebagai *brand ambassador* Bibit, serta memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk pembuatan konten promosi dengan tujuan mengedukasi dan menciptakan generasi milenial yang memiliki kesadaran untuk berinvestasi. Tahap akhir adalah evaluasi, tahap di mana Bibit melihat dan menilai seberapa efektif strategi yang telah dijalankan. Strategi yang dijalankan Bibit dapat dikatakan berhasil karena dapat dilihat dari peningkatan pengguna aplikasi Bibit dengan latar belakang generasi milenial.

**Kata Kunci:** Aplikasi Bibit, Citra, Generasi Milenial, Investasi, Media Baru, Strategi *Public Relations*

# **PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING BIBIT'S IMAGE AS THE PREFERRED INVESTMENT MEDIA FOR THE MILLENNIAL GENERATION**

***Fiorentina Novelia Goretty***

*This research is driven by the high number of millennials compared to the total population today, the large number of competitors in the form of digital investment applications, and the rapid development of technology. The aim of this research is to find out how the steps of implementation of public relations strategies in building an image of the seed application as a new medium of millennial generation choice investment. The theory used in this study is the four-step model of public relations. This theory explains that there are four steps that public relations take to carry out its activities, namely research, planning, implementation, and evaluation. This type of research is qualitative descriptive that explains what is being studied in a comprehensive, extensive, and in-depth manner. The data collection technique is conducted through an independently led interview, in which the author prepares the question points to be submitted then the informant is allowed to provide information in any form as long as it relates to the context that has been prepared. Thus the information obtained can answer questions from the research. The results of this study explain that public relations Bibit runs the strategy through the same phases as the four-step model theory. The next phase is planning where Bibit begins to determine who will be brand ambassadors as well as the parties to be invited to cooperate with Bibit and expand the promotion of Bibit through social media to reach the millennial generation. The third stage is the implementation of the strategy carried out by Bibit that is to engage various parties, both private and national, make Jerome Polin and Deddy Corbuzier as brand Ambassadors Bibit, and use social media such as Instagram and YouTube to create promotional content with the aim of educating and creating millennials who have a consciousness to invest. The final stage is the evaluation, the stage where Bibit sees and evaluates how effective the strategy has been implemented. The strategy that Bibit is implementing can be said to be successful because it can be seen from the increased users of the Bibit application with the millennial generation background.*

*Keywords: Bibit Applications, Image, Millennials, Investment, New Media, Public Relations Strategy*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Praktis.....	11
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Praktis.....	11
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Konsep Penelitian.....	23
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.2 Citra.....	28
2.2.3 Media Baru.....	30
2.2.4 Investasi.....	32
2.2.5 Generasi Milenial.....	35
2.3 Teori Penelitian.....	39

2.4 Kerangka Berpikir.....	40
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4 Sumber Data.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Pemanfaatan <i>Brand Ambassador</i> .....	49
4.2.2 Mengadakan Kerja sama dengan Berbagai Pihak.....	57
4.2.3 Optimalisasi Kegiatan Publikasi dan Promosi.....	62
4.3 Pembahasan Penelitian.....	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dominasi Penduduk Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Perilaku Milenial Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Persentase Platform Pembelian Reksa Dana.....	4
Gambar 1.4 Alasan Anak Muda Memilih Investasi.....	4
Gambar 1.5 Aplikasi Kompetitor Bibit.....	10
Gambar 4.1 Durasi <i>Screen Time</i> Masyarakat Indonesia.....	50
Gambar 4.2 Deddy Corbuzier sebagai <i>Brand Ambassador</i> Bibit.....	53
Gambar 4.3 Jerome Polin sebagai <i>Brand Ambassador</i> Bibit.....	54
Gambar 4.4 Raditya Dika sebagai <i>Brand Ambassador</i> Bibit.....	56
Gambar 4.5 Bibit pada Acara Kemenpora.....	58
Gambar 4.6 Investasi Bibit di Shopee.....	59
Gambar 4.7 Bibit x Common Grounds.....	60
Gambar 4.8 Bibit x ART Jakarta pada Februari 2023.....	61
Gambar 4.9 Bibit x ART Jakarta pada Agustus 2023.....	61
Gambar 4.10 Bibit x ART Jakarta pada November 2023.....	62
Gambar 4.11 Akun Instagram Bibit.....	63
Gambar 4.12 Konten Instagram Bibit.....	64
Gambar 4.13 Konten Instagram Bibit.....	65
Gambar 4.14 Konten <i>Reels</i> .....	66
Gambar 4.15 Konten <i>Reels</i> .....	66
Gambar 4.16 <i>Channel</i> YouTube Bibit.....	67
Gambar 4.17 Marketing Bibit pada <i>Channel</i> Raditya Dika.....	60
Gambar 4.18 Marketing Bibit pada <i>Channel</i> Raymond Chin.....	68
Gambar 4.19 Model Pembentukan Citra.....	70
Gambar 4.20 Contoh Pengaturan Portofolio Pada Aplikasi Bibit.....	75
Gambar 4.21 Tampilan UI/UX Aplikasi Bibit.....	77
Gambar 4.22 Contoh <i>Feedback</i> pada Instagram Bibit.....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Public Relations Transfer Process Model</i> .....	27
Tabel 2.2 Perbedaan Generasi Menurut Beberapa Peneliti.....	35
Tabel 2.3 Nama Lain Generasi Milenial.....	36
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrak Penulisan Skripsi dan Kartu Bimbingan Skripsi.....	83
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang.....	84
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dan Dokumentasi.....	85
Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin.....	97
Lampiran 5 Lembar Perbaikan.....	99
Lampiran 6 Sertifikat TOEFL.....	102
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	103