

**CORPORATE BRANDING CELTIC
CREATIVE DALAM MEMBANGUN CITRA
WEDDING ORGANIZER MULTI KONSEP**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Progam Studi Ilmu Komunikasi*



OLEH :
FISELLA FRANCIS TOSIFANANDA
NBL. 1151600080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

**CORPORATE BRANDING CELTIC
CREATIVE DALAM MEMBANGUN CITRA
WEDDING ORGANIZER MULTI KONSEP**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Progam Studi Ilmu Komunikasi*



OLEH :

FISELLA FRANCIS TOSIFANANDA

NBI. 1151600080

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fisella Francis Tosifananda

NPM : 1151600080

Judul : *Corporate Branding Celtic Creative Dalam Membangun Citra Wedding Organizer Multi Konsep*

Surabaya, 9 Juli 2020

Mengetahui:

Ekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM.

Mohammad Insan
Romadhan,S.I.Kom.,M.Med.Kom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 9 Juli 2020

Dewan Pengaji

1. Mohammad Insan Romadhan,S.I.Kom.,M.Med.Kom.

Ketua

2. Drs. Widiyatmo Ekoputro,MA.

Anggota

3. Drs. Edy Sudaryanto,M.I.Kom.

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : **Fisella Francis Tosifananda**
NBI : **1151600080**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul : ***Corporate Branding Celtic Creative Dalam Membangun Citra Wedding Organizer Multi Konsep***

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Surabaya, 09 Juli 2020

Yang Menvatakan,



Fisella Francis Tosifananda

NBI : 1151600080



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fisella.Francis.Tosifananda.....
NBI : 1151600080.....
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi.....
Program Studi : Ilmu Komunikasi.....
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Dissertasi/Laporan Penelitian/Makalah.....

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

"CORPORATE BRANDING CELTIC CREATIVE DALAM MEMBANGUN CITRA WEDDING ORGANIZER MULTI KONSEP"

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 09 Juli 2020.....

Yang Menyatakan,



(.....) FISELLA FRANCIS T.....
NBI: 1151600080

**CORPORATE BRANDING CELTIC CREATIVE DALAM
MEMBANGUN CITRA WEDDING ORGANIZER MULTI
KONSEP**

Fisella Francis Tosifananda
(NBI. 1151600080)

ABSTRAK

Celtic Creative sebagai organisasi yang bergerak di bidang jasa menyadari pentingnya *corporate branding* guna meningkatkan citra sebuah *brand*. Persepsi yang telah terbentuk sebagai *wedding organizer* spesialis *traditional wedding* dirasakan perlu menyesuaikan dengan perkembangan pada industri pernikahan yang terus berkembang. Perkembangan terjadi pada konsep pernikahan, Celtic Creative sebagai *wedding organizer* mengikuti perubahan tersebut dengan ditanganinya konsep pernikahan selain *traditional wedding* yaitu *international wedding* hingga *thematic wedding*. Sehingga Celtic Creative yang dahulunya dikenal sebagai *wedding organizer* berkonsep *traditional wedding*, ingin diimpresikan sebagai *wedding organizer* multi konsep yang dapat menangani berbagai macam konsep pernikahan. Untuk mendukung penelitian, peneliti menggunakan teori *Impression Management* serta menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Celtic Creative sebagai organisasi pada bidang jasa menerapkan tiga tipologi dari teori *Impression Management* yaitu menggunakan Strategi *Ingratiation, Self-Promotion* dan *Exemplification*.

Kata Kunci:Wedding Organizer, Corporate Branding, Impression Management, Ingratiation, Self-Promotion, Exemplification.

CORPORATE BRANDING CELTIC CREATIVE IN BUILDING A MULTI CONCEPT WEDDING ORGANIZER IMAGE

Fisella Francis Tosifananda

(NBI. 1151600080)

ABSTRACT

Celtic Creative as an organization engaged in services recognizes the importance of corporate branding to enhance the image of a brand. The perception that has been formed as a wedding organizer specialist in traditional wedding is felt to need to adjust to developments in the growing wedding industry. Developments occur in the concept of marriage, Celtic Creative as a wedding organizer to follow these changes with the handling of the concept of marriage other than traditional wedding, namely international wedding to thematic wedding. So Celtic Creative, which used to be known as a wedding organizer with a traditional wedding concept, wants to be impressed as a multi-concept wedding organizer that can handle a variety of wedding concepts. To support research, researchers use the Impression Management theory and use qualitative research types using descriptive case study research methods. Data collection techniques used in this study by conducting interviews, observation and documentation. The results of this study are Celtic Creative as an organization in the service sector applying three typologies of Impression Management theory, namely using Ingratiation, Self-Promotion and Exemplification Strategies.

Keywords: Wedding Organizer, Corporate Branding, Impression Management, Ingratiation, Self-Promotion, Exemplification.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sebagai penulis ucapkan kehadiran Allah atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Corporate Branding Celtic Creative Dalam Membangun Citra Wedding Organizer Multi Konsep*”. Awal mula kebahagiaan dimulai, peneliti bersyukur atas dukungan yang tak terkira dari orang-orang baik. Dengan segala kerendahan hati dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang besar kepada:

1. Empat orang tua yang mendukung, terutama untuk Papa selaku pemberi dukungan semangat luar biasa, doa dan material selama berkuliah dan untuk Mama yang peneliti selalu meminta doa dan keridhoan agar Skripsi ini segera dapat terselesaikan.
2. Kaprodi Ilmu Komunikasi Ibu A.A.I Prihandari Satvika dewi, S.Sos., M.Med.Kom., juga sebagai dosen pembimbing kedua yang memberikan saran, referensi serta koreksi agar peneliti menjadi lebih baik lagi.
3. Dosen pembimbing pertama Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom., yang selalu memberikan ilmu beserta ide, pencerahan, motivasi dan kemudahan pada saat pengerjaan skripsi maupun saat perkuliahan.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Untag Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
5. Celtic Creative yang membantu *support* serta menjadi pelengkap dalam pengerjaan skripsi.
6. Sahabat seperjuangan yang menyemangati serta membantu proses pembuatan skripsi: Loren, Fajar, Ronald, Gaby, Mamat, Reff, Adit, dan masih banyak lagi.
7. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-satu, telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap pengerjaan skripsi.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Malam angkatan 2016 yang mewarnai hari selama perkuliahan.
9. Terima kasih kepada penulis sendiri yang telah bekerja keras menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk diri, *you're great!*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined. ii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. PenelitianTerdahulu	9
2.1.1. Strategi <i>Corporate Branding</i> dalam Mensosialisasikan <i>Brand Image</i> “Excellent School” pada SMA Muhammadiyah 1 Taman, Wahyu Bimas Kurniasandi (2019)	9

2.1.2. <i>Corporate Branding Coworking Space</i> di Bandung, Dewi Damayanti (2017).....	10
2.1.3. Festival Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya di Sumenep, Mohammad Insan Romadhan (2019)	10
2.1.4. Strategi Komunikasi Pemasaran Patron <i>Wedding Organizer</i> Melalui Media Sosial Instagram, Anugerah TesaAulia (2018)	11
2.1.5. <i>Critical Review</i>	11
2.2.Landasan Teori	13
2.2.1. <i>Corporate Branding</i>	13
2.2.2. Teori <i>Impression Management</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Citra.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. <i>Wedding Organizer</i> Multi Konsep ..	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Dasar Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Tipe Penelitian.....	21
3.2. Peran Peneliti	22
3.3. Lokasi Penelitian	22
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.5. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8. Teknik Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA, DAN PEMBAHASAN	29

4.1.	Deskripsi Objek.....	29
4.2.1.	Sejarah singkat Celtic Creative	29
4.2.2.	Struktur Organisasi Celtic Creative.....	32
4.2.3.	Logo Celtic Creative	32
4.2.	Penyajian Data	33
4.2.1.	Strategi <i>Ingratiation</i>	38
4.3.1.	Strategi <i>Self-Promotion</i>	43
4.2.1.	Strategi <i>Exemplification</i>	46
4.2.1.	Strategi <i>Supplication</i>	50
4.2.1.	Strategi <i>Intimidation</i>	52
4.3.	Pembahasan	56
BAB V PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
5.1.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Anggaran Pernikahan	2
Tabel 1.2 Daftar Urut dan Jumlah <i>Followers Wedding Organizer</i> “Mitra Pernikahan Indonesia”.....	3
Tabel 3.1 Kriteria Informan	22
Tabel 3.2 Daftar Informan.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	20
Gambar4.1 Proyek “Buil to Last” Celtic Creative.....	30
Gambar 4.2 Celtic Schooling	31
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Celtic Creative.....	32
Gambar 4.4 Logo Celtic Creative	32
Gambar 4.5 Celtic Creative “Wedding Garage” Premium Wedding Fair....	35
Gambar 4.6 Tim Celtic Creative Bertemu dengan Klien	36
Gambar 4.7 Instagram Celtic Creative	37
Gambar 4.8 Thematic Wedding Celtic Creative dimuat Koran Jawa Pos	38
Gambar 4.9 Tim Celtic Creative pada Hari Batik Nasional	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.10 Celtic Creative “Heritage Wedding Showcase”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.11 Celtic Creative “Gang of Surabaya”	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN

Lampiran	1:	Pedoman
Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 2: Transkrip hasil wawancara dengan <i>Management Director</i>	66	
Lampiran 3: Transkrip hasil wawancara dengan <i>Creative Director</i>	Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 4: Transkrip hasil wawancara dengan <i>Project Manager</i>	74	
Lampiran 5: Transkrip hasil wawancara dengan Klien.....	77	
Lampiran 6: Dokumentasi hasil wawancara dan observasi.....	Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 7: Hasil Jurnal Turnitin.....	84	