



ABSTRAK

POLA KOMUNIKASI *HEAD OFFICE* DI SUPER DAZZLE DALAM MEMPRODUKSI KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM @PROMODAZZLE

Zahwa Juniarto
5201711040

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang pola komunikasi yang digunakan oleh *Head Office* Super Dazzle dalam memproduksi konten pada akun Instagram @promodazzle. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan triangulasi sumber. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan pada penelitian ini adalah Vice President 1, Manajer Marketing, PIC Smartphone, dan PIC Aksesoris. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan analisis data dengan menggunakan model Miles & Huberman dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi Head Office di Super Dazzle dalam memproduksi konten pada akun Instagram @promodazzle sebagai berikut: 1) Pola Komunikasi All Channel *Head Office* di Super Dazzle dilakukan pada tahap pra produksi karena arus informasi melibatkan semua anggota tanpa terkecuali dan semua dapat berpartisipasi secara adil. Melibatkan juga komunikasi organisasi vertikal dan diagonal. 2) Pola Komunikasi Huruf Y *Head Office* di Super Dazzle dilakukan pada tahap produksi karena Vice Presiden 1 memberikan wewenang yang sama kepada Manajer Marketing dan PIC untuk berkoordinasi. Melibatkan juga komunikasi organisasi diagonal. 3) Pola Komunikasi Roda *Head Office* di Super Dazzle dilakukan pada tahap pasca produksi dan menunjukkan bahwa adanya sebuah titik kontrol yang di pimpin oleh Vice President 1 yang bertujuan untuk memastikan bahwa semua konten sudah sesuai dengan standar perusahaan. Melibatkan juga komunikasi organisasi vertikal, baik dari atasan kebawahan ataupun sebaliknya.

Kata kunci: Pola Komunikasi, Head Office, Produksi Konten, Super Dazzle

ABSTRACT

HEAD OFFICE COMMUNICATION PATTERNS IN SUPER DAZZLE IN PRODUCING CONTENT ON @PROMODAZZLE INSTAGRAM ACCOUNT

Zahwa Juniarto
5201711040

This research aims to describe the communication patterns the Super Dazzle Head Office uses in producing content on the @promodazzle Instagram account. Data validity checks in this study using source triangulation. This research is descriptive research with a qualitative approach. The informants in this research are Vice President 1, Marketing Manager, Smartphone PIC, and Accessories PIC. Data collection was done by interview and data analysis using the Miles & Huberman model in this study, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the communication pattern of the Head Office at Super Dazzle in producing content on the @promodazzle Instagram account is as follows: 1) All Channel Head Office Communication Pattern in Super Dazzle is carried out at the pre-production stage because the flow of information involves all members without exception and all can participate equally. It also involves vertical and diagonal organizational communication. 2) Letter Y Communication Pattern Head Office communication in Super Dazzle is carried out at the production stage because Vice President 1 gives the Marketing Manager and PIC equal authority to coordinate. It also involves diagonal organizational communication. 3) The Head Office Wheel Communication Pattern in Super Dazzle is carried out in the post-production stage and shows that there is a control point led by Vice President 1, which aims to control point led by Vice President 1 aims to ensure that all content follows company standards. It also involves vertical organizational communication from superiors to subordinates.

Keywords: *Communication Patterns, Head Office, Content Production, Super Dazzle*