



**PENGARUH PROGRAM KESEJAHTERAAN KARYAWAN
PARAGON CORP DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MUTIARA DANIYA PUTRI
44222010132**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PENGARUH PROGRAM KESEJAHTERAAN KARYAWAN
PARAGON CORP DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MUTIARA DANIYA PUTRI
44222010132**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Daniya Putri
NIM : 44222010132
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“ Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp di Media Sosial
TikTok Terhadap Citra Perusahaan”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025



Mutiara Daniya Putri

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Mutiara Daniya Putri

NIM : 44222010132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp di Media Sosial TikTok terhadap Citra Perusahaan” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 28%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting) Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mutiara Daniya Putri
NIM : 44222010132
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan
Paragon Corp di Media Sosial TikTok Terhadap
Citra Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



UNIVERSITAS

Dr. A. Rahman H I M. Si

NIDN/NUPTK: 0330126403

MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp di Media Sosial TikTok Terhadap Citra Perusahaan” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan penelitian ini penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini juga tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, nasehat, hingga bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. A. Rahman, HI, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing penulis dalam penulisan proposal tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membimbing selama 7 semester saya berkuliah.
5. Bapak Endang Suryana dan Ibu Hayani orang tua saya yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, fasilitas dan dukungan sehingga saya dapat melaksanakan serta menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
6. Saudara kandung saya Dendy Aditya Prayoga dan keluarga besar saya yang telah memberikan semangat selama pengerjaan tugas akhir ini.
7. Sahabat saya selama berkuliah, Amanda Ayuning tyas, Rahmadanti Islami, Bilqis Nur Syifa, Sifana Aulia, Marisha Andjanie, Talitha Nur Elok yang telah menemani dan memberi dukungan selama perkuliahan ini.
8. Safadilla Apsari selaku sahabat saya yang turut mendukung saya selama ini dan selama menyusun proposal skripsi ini.

9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu sudah turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penelitian dan penyusunan proposal skripsi ini.

Oleh karenanya, penulis bersikap sangat terbuka atas saran dan kritik yang membangun guna tercapainya kesempurnaan serta dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, Maret 2025



Mutiara Daniya Putri

44222010132

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Daniya Putri
NIM : 44222010132
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Public Relations
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan
Paragon Corp di Media Sosial TikTok Terhadap
Citra Perusahaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025

Yang menyatakan,



Mutiara Daniya Putri

ABSTRAK

Nama : Mutiara Daniya Putri
NIM : 44222010132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp di Media Sosial TikTok Terhadap Citra Perusahaan
Pembimbing : Dr. A. Rahman, HI, M.Si

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin intensifnya pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana komunikasi bagi perusahaan dalam membangun citranya di era digital. PT Paragon Technology and Innovation melalui TikTok Paragon Corp secara aktif mengomunikasikan program kesejahteraan karyawan melalui konten TikTok, seperti fasilitas kerja, tunjangan, dan aktivitas internal perusahaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena program kesejahteraan karyawan yang sebelumnya bersifat internal kini disampaikan secara terbuka kepada publik dan berpotensi memengaruhi citra perusahaan.

Penelitian ini didasarkan pada Teori Komunikasi Organisasi yang memandang komunikasi internal sebagai bagian dari pembentukan citra perusahaan, serta Teori Penerimaan Pesan (*Audience Reception Theory*) oleh Stuart Hall yang menjelaskan bagaimana audiens memaknai pesan yang disampaikan melalui media. Program kesejahteraan karyawan ini diposisikan sebagai pesan komunikasi yang disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh audiens melalui konten visual dan naratif di TikTok.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok dan mengetahui konten program kesejahteraan karyawan Paragon Corp. Data dianalisis menggunakan statistik parametrik dengan bantuan SPSS versi 27 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Kesejahteraan Karyawan yang dikomunikasikan melalui media sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.

Hasil uji regresi linear sederhana menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,779 dengan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$). Uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 13,367 lebih besar dari t tabel 1,984, sehingga hipotesis alternatif diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 64,6% menunjukkan bahwa Program Kesejahteraan Karyawan mampu menjelaskan perubahan Citra Perusahaan secara signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi program kesejahteraan karyawan melalui TikTok berperan penting dalam membentuk citra positif PT Paragon Technology and Innovation. Konten yang menampilkan kepedulian perusahaan terhadap karyawan mampu membangun persepsi publik yang positif dan memperkuat citra perusahaan di era digital.

Kata kunci: Program Kesejahteraan Karyawan, TikTok, Citra Perusahaan, Komunikasi Organisasi, Media Sosial.

ABSTRACT

Name : Mutiara Daniya Putri
NIM : 44222010132
Study Program : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp
di Media Sosial TikTok Terhadap Citra Perusahaan
Consellor : Dr. A. Rahman, HI, M.Si

This study is motivated by the increasing use of TikTok as a corporate communication platform in building corporate image in the digital era. PT Paragon Technology and Innovation, through Paragon Corp, actively communicates its employee welfare programs by TikTok content, including employee benefits, work facilities, and internal company activities. This phenomenon is important to examine because employee welfare programs, which were previously internal in nature, are now publicly communicated and potentially influence public perception of the company.

This research is grounded in Organizational Communication Theory, which views internal communication as an essential component in shaping corporate image, and Audience Reception Theory proposed by Stuart Hall, which explains how audiences interpret and give meaning to messages delivered through media. In this study, employee welfare programs are positioned as communication messages encoded by the company and decoded by audiences through visual and narrative content on TikTok.

The research employed a quantitative method using a survey approach. Data were collected through the distribution of questionnaires to 100 respondents who are active TikTok users and are familiar with Paragon Corp's employee welfare content. The data were analyzed using parametric statistical techniques with SPSS version 27, including validity testing, reliability testing, simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and t-test analysis.

The results indicate that the Employee Welfare Program communicated through TikTok has a positive and significant effect on Corporate Image. The simple linear regression analysis shows a regression coefficient of 0.779 with a significance value of 0.001 (<0.05). The t-test results show a t-value of 13.367, which is greater than the t-table value of 1.984, indicating that the alternative hypothesis is accepted. The coefficient of determination (R^2) of 64.6% demonstrates that the Employee Welfare Program significantly explains variations in Corporate Image.

Based on these findings, it can be concluded that communicating employee welfare programs through TikTok plays a significant role in shaping a positive corporate image of PT Paragon Technology and Innovation. Content that highlights the company's concern for employee welfare is effective in building positive public perceptions and strengthening corporate image in the digital era.

Keywords: Employee Welfare Program, TikTok, Corporate Image, Organizational Communication, Social Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Teori Komunikasi Organisasi	21
2.2.2 Teori Penerimaan Pesan (<i>Audience Reception</i>).....	24
2.2.3 Program Kesejahteraan Karyawan.....	25
2.2.4 Media Sosial TikTok	30
2.2.5 Citra	33

2.2.6 Teori Citra Perusahaan (Corporate Image).....	35
2.2.7 Hubungan Theory dengan Objek Penelitian.....	38
2.3 Hipotesis.....	39
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	43
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	44
3.4.1 Definisi Konsep	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1 Uji Validitas.....	51
3.5.2 Uji Reliabilitas	53
3.6 Teknik Analisa Data	55
3.6.1 Uji Normalitas.....	55
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	56
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	57
3.7 Uji T	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1. Paragon Corp	59
4.1.2 Nilai Perusahaan	61
4.1.3 Visi dan Misi	62
4.1.4 Akun TikTok ParagonCorp	64
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Identitas Responden.....	67

4.2.2 Hasil Variabel X Program Kesejahteraan Karyawan di Media Sosial TikTok	70
4.2.3. Hasil Variabel Y Citra Perusahaan	81
4.3 Analisis Data.....	91
4.3.1 Uji Normalitas	91
4.3.2 Uji Regresi Linier Sederhana	92
4.3.3 Koefisien Determinasi	93
4.3.4 Hasil Uji T	93
4.4 Pembahasan	94
BAB V	104
KESIMPULAN.....	104
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Akademis	105
5.2.2 Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	46
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X	51
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel X.....	54
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	54
Tabel 3.6 Skala Likert	55
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Pengguna TikTok.....	68
Tabel 4.3 Identitas Responden Yang Mengetahui Akun @Paragon.id.....	69
Tabel 4.4 Identitas Responden Yang Melihat Konten.....	69
Tabel 4.5 Pernyataan Dimensi Ekonomis.....	70
Tabel 4.6 Pernyataan Dimensi Ekonomis.....	71
Tabel 4.7 Pernyataan Dimensi Ekonomis.....	71
Tabel 4.8 Pernyataan Dimensi Ekonomis.....	72
Tabel 4.9 Rata Rata Pada Dimensi Ekonomis.....	72
Tabel 4.10 Pernyataan Dimensi Fasilitas.....	74
Tabel 4.11 Pernyataan Dimensi Fasilitas.....	74
Tabel 4.12 Pernyataan Dimensi Fasilitas.....	75
Tabel 4.13 Pernyataan Dimensi Fasilitas.....	76
Tabel 4.14 Rata Rata Pada Dimensi Fasilitas.....	76
Tabel 4.15 Pernyataan Dimensi Pelayanan.....	78
Tabel 4.16 Pernyataan Dimensi Pelayanan	78
Tabel 4.17 Pernyataan Dimensi Pelayanan.....	79
Tabel 4.18 Rata Rata Pada Dimensi Pelayanan	80
Tabel 4.19 Pernyataan Dimensi Persepsi.....	81
Tabel 4.20 Pernyataan Dimensi Persepsi	82
Tabel 4.21 Pernyataan Dimensi Persepsi	82
Tabel 4.22 Rata Rata Pada Dimensi Persepsi.....	83

Tabel 4.23 Pernyataan Dimensi Kognisisi.....	84
Tabel 4.24 Pernyataan Dimensi Kognisisi.....	84
Tabel 4.25 Pernyataan Dimensi Kognisisi.....	85
Tabel 4.26 Rata Rata Pada Dimensi Kognisi.....	85
Tabel 4.27 Pernyataan Dimensi Motif.....	86
Tabel 4.28 Pernyataan Dimensi Motif.....	87
Tabel 4.29 Pernyataan Dimensi Motif.....	87
Tabel 4.30 Rata Rata Pada Dimensi Motif.....	88
Tabel 4.31 Pernyataan Dimensi Sikap.....	89
Tabel 4.32 Pernyataan Dimensi Sikap.....	89
Tabel 4.33 Rata Rata Pada Dimensi Sikap.....	90
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas.....	91
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	92
Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	93
Tabel 4.37 Hasil Uji T.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna TikTok dunia.....	2
Gambar 1.2 Elemen Pendukung Program Kesejahteraan Karyawan.....	5
Gambar 1.3 Akun TikTok @Paragoncorp.id.....	7
Gambar 1.4 Konten Viral Karyawan Paragon	8
Gambar 1.5 Konten Paragon carter pesawat untuk corporate gathering.....	9
Gambar 1.6 Konten Umroh Paragon Corp.....	11
Gambar 1.7 Opini Netizen terhadap Paragon	11
Gambar 4. 1 Logo Paragon Corp.....	59
Gambar 4.2 Konten Kesejahteraan Karyawan Paragon Corp.....	65
Gambar 4.3 Konten bersama karyawan Paragon Corp	66
Gambar 4.4 Kedekatan owner dan karyawan Paragon Corp	66
Gambar 4.5 Konten Kesejahteraan Karyawan TikTok Paragon Corp.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	110
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	117
Lampiran 3 Tabulasi Data Instrumen Penelitian.....	119
Lampiran 4 Hasil Spss 27	123
Lampiran 5 CV Penulis.....	126

