



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Pengelolaan Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia Dalam Membangun
*Corporate Image***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:
Agus Triwijayanto

44214010136

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGELOLAAN INSTAGRAMPT. MENDEKOR ANUGERAH
INDONESIA DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE

Nama : Agus Triwijayanto

NIM : 44214010136

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations



Jakarta, 10 Juni 2020

UNIVERSITAS Mengetahui, Pembimbing S

MERCU BUANA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ahmad Mulyana', is written over the text 'MERCU BUANA'.

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

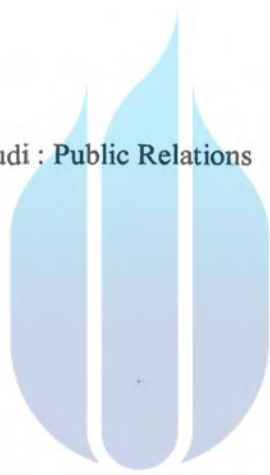
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PENGELOLAAN INSTAGRAMPT. MENDEKOR ANUGERAH INDONESIA
DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE

Nama : Agus Triwijayanto

NIM : 44214010136

Fakultas : Ilmu Komunikasi Bidang Studi : Public Relations



Jakarta, 10 Juni 2020

Ketua Sidang

Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

()

Penguji Ahli

Diah Wardhani, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

()

Pembimbing

Dr. Ahmad Mulayan, M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : PENGELOLAAN INSTAGRAM PT. MENDEKOR ANUGERAH
INDONESIA DALAM MENGELOLA *CORPORATE IMAGE*

Nama : Agus Triwijayanto

NIM : 44214010136

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Mei 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Dr. Elly Yuliawati, M.Si

Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid, M.Si

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah Ini :

Nama : Agus Triwijayanto

NIM : 44214010136

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Pengelolaan Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia Dalam Membangun Corporate Image adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 10 Juni 2020

Yan.  :aan,



(Agus Triwijayanto)

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Ahmad Mulayana, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengelolaan Instragram PT. Mendekor Anugerah Indonesia dalam Mengelola Corporate Image".

Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya hingga pada umatnya sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, dan dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis juga bermaksud menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Pembimbing yang selalu memberi bimbingan, masukan dan waktunya untuk membimbing penulis.
2. Ponco Budi Sulistyio, M..Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang memudahkan segala perijinan penelitian.
3. Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta yang memudahkan segala perijinan penelitian serta selalu memberikan motivasi agar penulis segera menyelesaikan skripsi.
4. Brian Karno Jan, selaku founder dan CEO PT. Mendekor Anugerah Indonesia yang mengizinkan penulis untuk meneliti kegiatan yang dilakukan dalam akun Instagram.
5. Muhammad Barly S.Ikom, selaku Marketing Communications PT. Mendekor Anugerah Indonesia yang banyak memberikan informasi mengenai kebutuhan peneliti.
6. Orang tua saya, Trinoto dan Marini yang tidak pernah berhenti memberi motivasi dan doa yang terbaik untuk penulisan skripsi ini.
7. Fadjrjn Arieza S.Ikom, sahabat saya yang telah banyak memberi masukan dan dorongan agar berjalan lancar skripsi yang sedang saya kerjakan.

8. Serta sahabat-sahabat yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberi balasan yang setimpal kepada semuanya.

Penulis berharap skripsi yang telah disusun ini bisa memberikan sumbangsih untuk menambah pengetahuan para pembaca, dan akhir kata, dalam rangka perbaikan selanjutnya, penulis akan terbuka terhadap saran dan masukan dari semua pihak karena penulis menyadari skripsi yang telah disusun ini memiliki banyak sekali kekurangan.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Hubungan Masyarakat.....	20
2.2.1 Pengertian Hubungan Masyarakat.....	20
2.2.2 Fungsi Hubungan Masyarakat.....	21
2.2.3 Peran Hubungan Masyarakat.....	22
2.3 Cyber Public Relations.....	23
2.3.1 Ciri dan karakteristik <i>Cyber PR</i>	24
2.3.2 Konsep <i>Cyber PR</i>	25
2.4 Media Sosial.....	29
2.4.1 Karakteristik Media Sosial.....	31
2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial.....	32
2.4.3 Ciri-Ciri Media Sosial.....	33

2.4.4 Peran Media Sosial.....	34
2.4.5 Pengelolaan Media Sosial	35
2.4.6 Dampak Positif dan Negatif dari Media Sosial.....	38
2.5 Citra.....	39
2.5.1 Citra Merek	42
2.5.2 Citra Perusahaan.....	44
2.6 Instagram	47
2.6.1 Fitur-fitur Instagram.....	48
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Tipe Penelitian	50
3.3 Metode Penelitian	51
3.4 Subjek Penelitian.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1 Data Primer	53
3.5.2 Data Sekunder.....	54
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	55
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.1.1 Visi.....	57
4.1.2 Misi.....	57
4.1.3 Moto.....	58
4.2.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia	59
4.2.1.1 Perencanaan Media Sosial Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia	61
4.2.1.2 Organizing dan Actuating Media Sosial Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia.....	64
4.2.2 Motif Penggunaan Media Sosial Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia	68
4.2.3 Manfaat Penggunaan Media Sosial Instagram @mendekorindonesia.....	70
4.2.4 Instagram @mendekorindonesia Menurut Publik	74

4.3 Pembahasan.....	77
BAB V.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Akademis.....	85
5.2.2 Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PenelitianTerdahulu	14
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentasi Penggunaan Internet di Indonesia.....	3
Gambar 2. Pertumbuhan Penggunaan Internet.....	4
Gambar3. Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi.....	5





Fakultas Ilmu komunikasi

Bidang Studi *Public Relations*

Agus Triwijayanto (44214010136)

Pengelolaan Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia dalam Membangun Corporate Image

Jumlah halaman : v +90 Halaman +10 Lampiran

Bibliografi: 22 Acuan Tahun 2009-2016

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial dewasa ini sangatlah berkembang pesat pada berbagai organisasi untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada khalayak luas atau public. Salah satu organisasi yang menggunakan instagram sebagai media informasi perusahaan kepada khalayak yaitu PT. Mendekor Anugerah Indonesia, instagram merupakan salah satu media sosial yang juga memberikan sejumlah peluang untuk organisasi dalam bentuk membangun hubungan baik dengan publik, mengembangkan komunikasi dengan public, dan lain sebagainya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan instagram oleh PT. Mendekor Anugerah Indonesia dalam mengelola *corporate image* melalui akun instagram @mendekorindonesia. Penelitian ini menggunakan landasan teori potensi-potensi besar yang dimanfaatkan oleh E-PR (Cyber PR) perusahaan, yaitu komunikasi konstan, respon cepat, pasar global, interaktif, komunikasi dua arah dan hemat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Peneliti mengamati akun media sosial instagram @mendekorindonesia dan melakukan wawancara mendalam kepada 3 narasumber, yaitu CEO PT. Mendekor Anugerah Indonesia, Head Marketing dan satu orang followers @mendekorindonesia. Peneliti melakukan teknik triangulasi sumber untuk memeriksakan keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Mendekor Anugerah Indonesia aktif dalam memanfaatkan akun media sosial instagram @mendekorindonesia, banyak informasi yang perusahaan berikan kepada khalayak. PT. Mendekor Anugerah Indonesia pun sering memberikan edukasi berupa tips dan trik merawat barang-barang di rumah, sering kali juga PT. Mendekor Anugerah Indonesia dalam akun instagramnya memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan mereka.

Kata kunci : *Media, Sosial, Instagram, Corporate, Image, Public, Cyber, Mendekor*

Field of Public Relations Studies

Agus Triwijayanto (44214010136)

Management of Instagram PT. Mendekor Anugerah Indonesia in Building a Corporate Image

Number of pages: v +90 Pages +10 Appendix

Bibliography: 22 References for 2009-2016

ABSTRACT

The use of social media today is very rapidly developing in various organizations to communicate and convey information to a wide audience or the public. One of the organizations that uses Instagram as a medium for corporate information to the public is PT. Mendekor Anugerah Indonesia, Instagram is one of the social media that also provides a number of opportunities for organizations in the form of building good relations with the public, developing communication with the public, and so on. This research was conducted to determine how the management of Instagram by PT. Mendekor Anugerah Indonesia in managing corporate image via Instagram @mendekorindonesia. This research uses the theoretical basis of the great potentials utilized by E-PR (Cyber PR) companies, namely constant communication, fast response, global markets, interactive, two-way communication and frugal.

The method used in this research is a qualitative descriptive study with a constructivist paradigm. The researcher observed the Instagram @mendekorindonesia social media account and conducted in-depth interviews with 3 sources, namely the CEO of PT. Mendekor Anugerah Indonesia, Head of Marketing and one @mendekorindonesia follower. Researchers performed source triangulation techniques to check the validity of the data.

Based on the research results, PT. Mendekor Anugerah Indonesia is active in utilizing the Instagram @mendekorindonesia social media account, a lot of information is provided by the company to the public. PT. Mendekor Anugerah Indonesia often provides education in the form of tips and tricks on caring for items at home, often PT. Mendekor Anugerah Indonesia in her Instagram account provides information about their activities.

Keywords: Media, Social, Instagram, Corporate, Image, Public, Cyber, Mendekor