



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PT PRIMA WAHANA AUTO MOBIL DALAM MEMBANGUN
CITRA PERUSAHAAN**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S- 1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS

Disusun Oleh :

FATMARIA PERANGIN ANGIN

44216120010

MERCU BUANA

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fatmaria Perangin Angin
NIM : 44216120010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana Auto Mobil Dalam Membangun Citra Perusahaan** 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, 3 Maret 2022
Yar itaan,

(Fatmaria Perangin Angin)

Mengetahui,

Pembimbing

(Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom,
M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Fatmaria Perangin Angin
NIM : 44216120010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana
Auto Mobil Dalam Membangun Citra Perusahaan

Jakarta, 3 Maret 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Fatmaria Perangin Angin
NIM : 44216120010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana
Auto Mobil Dalam Membangun Citra Perusahaan

Jakarta, 3 Maret 2022

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

()

Penguji Ahli,
Sandy Permata, M.Ikom

()

Pembimbing,
Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana
Auto Mobil Dalam Membangun Citra Perusahaan

Nama : Fatmaria Perangin Angin
NIM : 44216120010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 Maret 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Pembimbing

(Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fatmaria Perangin Angin
44216120010

Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana Auto Mobil Dalam
Membangun Citra Perusahaan
Bibliografi: 5 Bab 109 hal + Lampiran + 35 Buku + 7 Jurnal + 11 Internet

ABSTRAK

Kemajuan teknologi terus berkembang dan mengalami perubahan sesuai perkembangan zaman, sehingga menuntut manusia untuk hidup bertransformasi ke arah digital. Sebagai salah satu perusahaan yang selalu berusaha mengadaptasi teknologi dan melek digital, yakni PT Prima Wahana Auto Mobil. Salah satu yang dilakukan adalah melakukan pengelolaan media sosial untuk membangun citra positif perusahaan dan sebagai alat bantu untuk menunjang kegiatan bisnis melalui akun Instagram @wulingprimafatmawati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram PT Prima Wahana Auto Mobil dalam membangun citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan konsep pengelolaan program Public Relations yang diinisiasi oleh Cutlip, kemudian dikaitkan dengan konsep Citra. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini berjumlah 7 orang, 4 diantaranya merupakan pihak internal perusahaan, 3 lainnya merupakan customer loyal dan Instagram followers @wulingprimafatmawati.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, PT Prima Wahana Auto Mobil melakukan seluruh proses Public Relations meliputi fact finding, planning, action and communications, dan evaluating dalam mengelola media sosial Instagram @wulingprimafatmawati. Melalui media sosial Instagram, Prima Fatmawati dapat menjalin relasi dengan publik eksternal, ditandai dengan bertambahnya followers secara alami, sehingga perusahaan dapat terus memperluas target market. Media sosial Instagram, dinilai memiliki fitur cukup lengkap untuk menunjang kegiatan perusahaan. Tersedianya berbagai fitur digunakan untuk mengemas konten yang menarik, sehingga dapat membuat citra perusahaan positif di mata khalayak. Dan adanya tombol share to, memudahkan pengguna membagikan postingan ke akun media sosial lain termasuk facebook yang sudah terhubung pada akun Instagram. Selain itu, akun instagram @wulingprimafatmawati juga cukup up to date dalam memberikan informasi kepada khalayak, konten dikemas secara baik, menyeluruh dan menarik. Sehingga dinilai berhasil merepresentasikan citra positif perusahaan.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Citra, PT Prima Wahana Auto Mobil

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas berkat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram PT Prima Wahana Auto Mobil dalam Membangun Citra Perusahaan”. Selain itu, dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan, dorongan, semangat serta doa dari semua pihak penelitian Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, mengarahkan, dan memberikan pencerahan dikala peneliti merasa kesulitan selama proses penyusunan mulai dari Proposal Tugas Akhir hingga rampung menjadi Tugas Akhir Skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations

5. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations
6. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana khususnya bidang studi Public Relations.
7. Kedua Orang Tuaku Tersayang, Bapak (Alm) dan Mama terima kasih atas doa dan kasih sayang yang tak terhingga. Semoga anakmu ini dapat memberikan kebanggaan untuk Bapak dan Mama. Amin
8. Sari, Adikku satu-satunya yang selalu mendukungku dengan mengatakan “Good Luck”, aminnn.
9. Bapak Herman Notolegowo beserta Ibu, terima kasih banyak untuk bantuan, support dan perhatiannya “semangat Ria kuliahnya, ayo LULUS”.
10. Teman-teman UMB Menteng PR angkatan 30, terima kasih atas support dan doanya dari semester 1 hingga sekarang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan memerlukan perbaikan untuk menuju kesempurnaan karena keterbatasan waktu serta kemampuan yang peneliti miliki. Akhir kata dengan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi khususnya dan pihak-pihak terkait pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kajian Teoritis.....	23
2.2.1. Komunikasi.....	23
2.2.2. Komunikasi Digital.....	24
2.3. Public Relations.....	26
2.3.1. Fungsi Public Relations.....	28
2.3.2. Aktivitas Public Relations.....	29
2.4. Manajemen Public Relation.....	31
2.5. Cyber Public Relations.....	33
2.5.1. Manfaat Cyber Public Relations.....	37
2.6. Citra.....	38
2.6.1. Citra Perusahaan.....	41

2.7. Media Sosial.....	43
2.7.1. Instagram.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1. Paradigma Penelitian.....	52
3.2. Metode Penelitian.....	53
3.3. Subyek Penelitian.....	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5. Teknik Analisis Data.....	57
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	60
4.1.2. Visi dan Misi.....	61
4.1.3. Logo Perusahaan.....	61
4.1.4. Struktur Perusahaan.....	61
4.1.5. Akun Instagram @wulingprimafatmawati.....	63
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.2.1. Pengelolaan Media Sosial Instagram	65
4.3. Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran.....	107
5.2.1. Saran Akademis.....	108
5.2.2. Saran Praktis.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia pada Desember 2020.....	3
Gambar 1.2 Akun Instagram @wulingprimafatmawati.....	9
Gambar 1.3 Akun Facebook @wulingprimafatmawati.....	9
Gambar 1.4 Kegiatan dan Program Wuling Prima Fatmawati.....	11
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	62
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan.....	62
Gambar 4.3 Akun Instagram @wulingprimafatmawati.....	63
Gambar 4.4 Konten Instagram @wulingprimafatmawati periode 25 Desember 2020 - 3 Januari 2021.....	70
Gambar 4.5 Konten Instagram @wulingprimafatmawati berkolaborasi dengan partner.....	71
Gambar 4.6 Konten Promo Paket Menarik.....	72
Gambar 4.7 Konten Informasi Produk dan Teknologi.....	73
Gambar 4.8 Konten Greetings.....	73
Gambar 4.9 Konten Informasi Pameran.....	73
Gambar 4.10 Konten Informasi Layanan Service.....	74
Gambar 4.11 Konten Collab dengan Public Figure.....	74
Gambar 4.12 Konten yang diRepost oleh Partner Kolaborasi.....	75
Gambar 4.13 Konten IG Story, IG Live, IGTV.....	77
Gambar 4.14 Konten Kegiatan Promosi Produk.....	87
Gambar 4.15 Konten Promo Paket Kasih Saya Kasih Wuling.....	88
Gambar 4.16 Konten Kegiatan Delivery Mobil.....	88
Gambar 4.17 Konten Informasi Produk dan Fitur Wuling.....	88
Gambar 4.18 Konten kegiatan Kunjungan Program Wuling Care.....	89
Gambar 4.19 Konten Instagram @wulingprimafatmawati dalam Kegiatan Internal Wuling Prima Fatmawati.....	90
Gambar 4.20 Konten Instagram dalam Kegiatan Eksternal.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
-------------------------------------	----



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Narasumber

Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian dan Kegiatan Wawancara

Lampiran 3 Surat Permohonan Wawancara PT Prima Wahana Auto Mobil

Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melakukan Wawancara

Lampiran 5 Curriculum Vitae



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A