



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Puthy Venaya Azzuri
44219010008

Pengelolaan Media Sosial Instagram @bojjocafe Dalam Meningkatkan Citra Bojjo Café Jakarta Barat

Jumlah Halaman : xii + 154 Halaman

Bibliografi : 42 Acuan + Tahun 2015-2021

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media online khususnya media social menjadi media yang dimanfaatkan oleh Bojjo Café sebagai langkah membangun citra positif Bojjo Café serta penggunaan internet semakin meningkat juga termasuk di Indonesia. Selain Tiktok dan Twitter, media yang sangat populer dan tumbuh dengan cepat adalah Instagram. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial instagram khususnya pada account @bojjocafe dalam meningkatkan citra Bojjo Café Jakarta Barat.

Penelitian ini menggunakan konsep Social Media Management (SOME) yang dikembangkan oleh Regina Lutrell. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan wawancara dan menggunakan observasi terlibat (*Participant observation*) dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Informan pada penelitian ini berjumlah 2 orang dari pihak Bojjo Cafe dan 6 adalah pengguna aktif Instagram @Bojjocafe.

Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa Bojjo Café mengelola media social Instagram @bojjocafe sebagai media informasi kalangan remaja, mahasiswa untuk memudahkan anak muda dan mahasiswa dalam menerima informasi tentang Bojjo Café Jakarta Barat. Pengelolaan media social Instagram @bojjocafe yang dilakukan yaitu melakukan promo, mengunggah foto, selera anak remaja dan mahasiswa yang ingin mencoba beberapa jenis varian kopi dan makanan terbaru dari Bojjocafe, menyampaikan pesan dengan menggunakan Bahasa yang selalu membuat followers serta mengelola media social Instagram Bojjo Café yaitu produk dan harga.



Mercu Buana University
Faculty Of Communication
Field Of Study Public Relations
Puthy Venaya Azzuri
44219010008

Management of Instagram Social Media @bojjocafe in Improving the Image of Bojjo Café, West Jakarta

Number of pages : xii + 154 Pages
Bibliography : 42 References + Years 2015-2021

ABSTRAK

The development of information and communication technology has made online media, especially social media, a medium used by Bojjo Café as a step to build a positive image of Bojjo Café and the use of the internet is increasing, including in Indonesia. In addition to Tiktok and Twitter, a very popular and fast-growing medium is Instagram. This study aims to find out how instagram social media management, especially on @bojjocafe accounts in improving the image of Bojjo Café West Jakarta.

This research uses the concept of Social Media Management (SOME) developed by Regina Lutrell. The research method used is descriptive analysis with a qualitative approach. The data collection used in this study was by interviewing and using participant observation of written documents, archives, historical documents, official records, personal notes or writings and pictures or photos. The informants in this study were 2 people from Bojjo Cafe and 6 were active users of Instagram @Bojjocafe.

From the results of this study, the results were obtained that Bojjo Café manages Instagram social media @bojjocafe as an information medium for teenagers, students to make it easier for young people and students to receive information about Bojjo Café West Jakarta. Instagram social media management @bojjocafe carried out are conducting promos, uploading photos, tastes of teenagers and students who want to try several types of the latest coffee and food variants from Bojjocafe, conveying messages using language that always makes followers and managing Bojjo Café's Instagram social media, namely products and prices.