



**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PADA INSTAGRAM CLOTHING
BRAND ROUGHNECK 1991 (@roughneck1991) SEBAGAI MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI PERIODE OKTOBER – JANUARI
2023**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

RADINKA DINA LISTYANTI

44219210077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA BEKASI

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Radinka Dina Listyanti
NIM : 44219210077
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial pada Instagram Clothing Brand Roughneck 1991 (@roughneck1991) sebagai media penyampaian Informasi Periode Oktober – Januari 2023.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar, Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 2 Februari 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Radinka Dina Listyanti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Radinka Dina Listyanti
NIM : 44219210077
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial pada Instagram Clothing Brand Roughneck 1991 (@roughneck1991) sebagai media penyampaian Informasi Periode Oktober – Januari 2023.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra 1 pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh :

Pembimbing 1 : Santa Lorita Simamora, M.Si (.....)
NIDN : 0015037001

Ketua Penguji : Dicky Andika, S.Sos, M.Si (.....)
NIDN : 0314048202


Penguji Ahli : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom (.....)
NIDN : 0324108303

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Radinka Dina Listyanti
NIM : 44219210077
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial pada Instagram Clothing Brand Roughneck 1991 (@roughneck1991) sebagai media penyampaian Informasi Periode Oktober – Januari 2023.

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Februari 2023
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Radinka Dina Listyanti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hadirat Nya, sehingga peneliti dapat mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini, yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial pada Instagram Clothing Brand Roughneck 1991 (@roughneck1991) sebagai media penyampaian Informasi”. Penelitian ini dibuat agar peneliti dapat memahami lebih dalam pengetahuan tentang analisa penelitian kualitatif. Dalam proses pendalaman materi ini bila ada kata-kata yang salah, peneliti menerima koreksi dan saran dari dosen pembimbing. Untuk itu rasa terimakasih peneliti sampaikan kepada :

1. Ibu Santa Lorita Simamora, M.Si. selaku dari dosen pembimbing yang selalu setia dan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta semangat kepada peneliti.
2. Dra Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana, beserta para dosen dan seluruh karyawan serta para staf pegawai Universitas Mercu Buana atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
3. Kepada Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama peneliti menjadi mahasiswa.
4. Kepada Ibu dan Ayah kandung yang selalu memberikan dukungan moral dan doa.
5. Kepada Narasumber yang telah bersedia membantu penelitian saya untuk memberikan informasi selama penulisan skripsi sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data
6. Kepada kakak dan adik tercinta Abang Andro dan Ena serta keluarga besar dan saudara yang telah memberi dukungan dan doa hingga penelitian ini selesai dengan baik.
7. Kepada saudara sepupu terkasih Richelle dan Reita yang telah memberikan dukungan serta doa hingga penelitian ini selesai.

8. Alfin Perdiansyah selaku support system yang selalu memberi semangat, dukungan selama penulis menempuh pendidikan pada Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Kepada teman teman seperjuangan, yaitu Viqqi, Bunga, Calista, Naufal dan Rafi yang telah banyak membantu dan mendukung saya selama penelitian ini hingga dapat saya selesaikan dengan baik.
10. Sahabat-sahabat SMA 2018 yang tulus menemani dalam penelitian ini.
11. Tidak lupa juga kepada teman-teman Public Relations 2019 atas dukungan yang di berikan dari awal pertama kenal hingga saat ini.

Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih banyak untuk para pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Serta diharapkan penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat serta menambah wawasan bagi para pembacanya.

Jakarta, 28 September 2022



Radinka Dina Listyanti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
1.4.3. Manfaat Sosial.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teoritis.....	14
2.2.1. Teori New Media	14
2.2.2. Public Relations	15
2.2.3. Manajemen Public Relations.....	17
2.2.4. Media Sosial.....	19
2.2.5. Instagram.....	20
2.2.5.1. Fitur Instagram	22

2.2.6. Penyampaian Informasi.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Paradigma Penelitian.....	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Informan Penelitian.....	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1. Data Primer	30
1. Wawancara Mendalam	30
2. Pengamatan (Observasi).....	31
3.4.2. Data Sekunder	31
1. Studi Dokumentasi	31
3.5. Teknik Analisis Data.....	32
1. Pengumpulan Data	32
2. Reduksi Data	33
3. Penyajian Data.....	33
4. Kesimpulan dan Verifikasi Data	33
3.6. Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1. Profil Roughneck 1991	36
4.1.2. Sejarah Berdirinya Roughneck 1991	36
4.1.3. Visi dan Misi Roughneck 199	37
4.1.4. Akun Instagram Roughneck 1991	38
4.1.5. Kegiatan Media Sosial Instagram Roughneck 1991	39
4.1.6. Logo Roughneck 1991	40
4.2. Hasil Penelitian	41
4.2.1. Profil Instagram @roughneck1991	41
4.2.2. Pengelolaan akun Instagram @roughneck1991	43
4.2.3. Feedback/Respon pada Instagram @roughneck1991.....	45
4.2.4. Pengelolaan Media Sosial Instagram @roughneck1991 sebagai media penyampaian informasi.....	47
4.3. Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran.....	67
5.2.1. Saran Akademis.....	67
5.2.2. Saran Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Instagram Roughneck 1991.....	2
Gambar 1.2. Grafik Pengguna Instagram.....	4
Gambar 4.1. Tampilan Instagram @roughneck1991	38
Gambar 4.2. Konten Instagram @roughneck1991	39
Gambar 4.3. Logo Roughneck 1991	40
Gambar 4.4. Produk Crewneck dari Roughneck 1991.....	42
Gambar 4.5. Pengenalan Produk baru Roughneck 1991.....	42
Gambar 4.6. Respon Roughneck 1991 terhadap publiknya.....	46
Gambar 4.7. Endorsement Produk @roughneck1991.....	49
Gambar 4.8. Promosi Roughneck 1991 pada Instagram @localmadness.indo.....	50
Gambar 4.9. Link.tree dan Instagram Shop @roughneck1991	51
Gambar 4.10. Richness Content melalui Gambar peluncuran Produk Baru dan Announcement Discount pada Instagram @roughneck 1991	52
Gambar 4.11. Penawaran Produk pada fitur Video (reels) Instagram @roughneck1991	53
Gambar 4.12. Question and Answer pada Instagram @roughneck1991	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1. Informan Penelitian.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Curriculum Vitae.....	70
Lampiran II Surat Izin Penelitian.....	71
Lampiran III Transkrip Nilai Wawancara Informan I.....	72
Lampiran IV Transkrip Wawancara Informan II.....	76
Lampiran V Transkrip Wawancara Informan III.....	80
Lampiran VI Pedoman Wawancara I.....	82
Lampiran VII Pedoman Wawancara II.....	84
Lampiran VIII Pedoman Wawancara III.....	86
Lampiran IX Dokumentasi.....	87

