

ABSTRAK

Nama : Wici Wilia Sari
NIM : 44218120090
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Image Erigo Sebagai Produk Fashion Lokal
Pembimbing : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Tujuan dari penelitian ini ialah adanya kehadiran new media sebagai efek dari perkembangan teknologi informasi, kegiatan komunikasi bidang Public Relations juga mengalami beberapa perubahan yaitu dengan beralih ke ranah digital sehingga biasa kita kenal dengan public relation digital. Peneliti melihat bahwa penelitian ini penting untuk dilakukan, karena saat ini masih banyak yang belum mengetahui bahwa perubahan dari kehadiran new media ini bisa dikelola dengan baik bahkan bisa dimanfaatkan oleh suatu profesi contohnya ialah public relation. Aktivitas pengelolaan media sosial dapat berdampak positif apabila dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh suatu brand atau perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan brand image serta kepercayaan publik yang merupakan salah satu kegiatan dari corporate communication.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode yang digunakan adalah wawancara dengan narasumber dan observasi terhadap akun media sosial subjek penelitian dari Erigo.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kehadiran media baru dalam ranah public relations dapat menunjang aktivitas komunikasi terutama dalam menciptakan brand image terhadap suatu brand atau perusahaan. Terdapat dua pandangan yang menjadi landasan dalam komunikasi media baru, yaitu berupa Interaksi sosial dan Integrasi sosial. Media komunikasi yang digunakan oleh Erigo adalah instagram, yaitu akun @erigostore.

Kesimpulan dari penelitian ini Erigo berhasil memanfaatkan media sosial instagram untuk meningkatkan brand image produk mereka sebagai fashion lokal. Instagram memberikan manfaat serta kemudahan untuk membagikan informasi produk dan dapat berinteraksi secara dua arah dengan khalayak secara real time. Erigo berkomitmen untuk meningkatkan kesadaran merek, menjalin kemitraan, menggunakan pendekatan komunikasi yang interaktif, dan memanfaatkan testimoni atau *feedback*.

Kata Kunci: Komunikasi Media Baru, Media Sosial, Brand Image.

ABSTRACT

Name : Wici Wilia Sari
Nim : 44218120090
Study Program : Public relations
Title Description Report : The Use Of Instagram As The Social Media In
Improving Erigo's Brand Image As a Local Fashion Product
Counsellor : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

The purpose of this research is the new media as the effect of the development of information technology, the communication of public relations have also seen some changes through the switch to digital domain so that we knew as ordinary digital public relations. The researchers saw that this research was important to do, Because there's still a lot of people who don't know yet that the change from the new media presence can be well managed and can even be used by a profession for example is public relation. Social media management activity can have a positive effect when used as best possible by a brand or company with a view to creating brand images and public trust which is one of the activities of the corporate communication.

This research uses a qualitative approach. This study uses a case study method. The method used is interviews with sources and observations on social media accounts of the research subject from Erigo.

Based on this research result indicates that, the presence of new media to the public relations can support especially in creating the activity of communicating the brand image to a brand or company. There are two views that new media in communication as the basis, of social interaction and social integration. The communication media used by erigo is ig named @erigostore.

The conclusion of this research, Erigo managed to use instagram social media to improve their brand image product as a local fashion. Instagram benefits and easy to share information products and can interact in two directions with people in real time. Erigo committed to raising brand awareness, developing partnerships, using interactive communication approaches, and harness the testimonial or feedback.

Keywords: New Media Communications, Social Media, Brand Image.