



**PERAN *SOCIAL MEDIA OFFICER* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN  
PADA AKUN @ERIGOSTORE**

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**Dynna Nur Safitri**  
**44219010079**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dynna Nur Safitri  
NIM : 44219010079  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : *Peran Social Media Officer melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Reputasi Perusahaan pada akun @erigostore*

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 saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dynna Nur Safitri

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dynna Nur Safitri  
NIM : 44219010079  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : Peran *Social Media Officer* melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Reputasi Perusahaan pada akun @erigostore

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

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si. (  )  
NIDN : 0330077301 ( )  
Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom. (  )  
NIDN : 0726067701 ( )  
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom. (  )  
NIDN : 8870701019 ( )

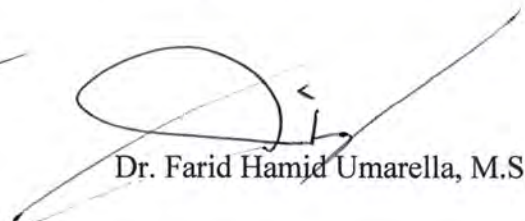
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2023  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

  
Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, hidayah, serta karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PERAN SOCIAL MEDIA OFFICER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN PADA AKUN @ERIGOSTORE”** dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai upaya melengkapi syarat untuk memenuhi Gelar Sarjana Starata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Selanjutnya dalam proses penulisan proposal penelitian ini peneliti menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi dengan baik. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, masukan, juga dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Para Informan peneliti yang mau membantu, memberikan waktu, dan informasi yang peneliti butuhkan.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 yang telah memberi saran agar penelitian ini berjalan dengan baik.

5. Ma'am Anindita, M.I.kom. selaku Sekretaris Program Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dra. Diah Wardhani selaku Ketua Sidang Seminar Proposal yang telah memberi support dan arahan agar penelitian ini bisa dilanjutkan dan diselesaikan.
7. Ibu Dewi Sad Tanti M.I.Kom selaku Ketua Sidang Akhir yang bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan support bagi peneliti.
8. Ibu Siti Muslichatul M.I.Kom selaku Dosen Penguji Ahli yang bersedia meluangkan waktu untuk menguji, memberikan arahan agar skripsi ini lebih baik dan memberi support bagi peneliti.
9. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana terutama Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dalam penyusunan penelitian ini.
10. Staff Administrasi, Tata Usaha dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
11. Kedua orang tua (Bapak Wakidi dan Ibu Anik Sugiarni) yang selalu menjadi motivasi hidup peneliti. Terima kasih untuk setiap doa yang tidak pernah henti dipanjatkan dan kasih sayang yang tidak pernah henti diberikan, membantu dan mendukung peneliti baik secara moril maupun materil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.

12. Fadly Fahriesha Alfathir, A.Md, Nautika. yang sudah mensupport peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kelengkapan penelitian ini. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.



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

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

Nama : Dynna Nur Safitri  
NIM : 44219010079  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Laporan Skripsi : Peran *Social Media Officer* melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Reputasi Perusahaan pada akun @erigostore

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 sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2023  
Yang Menyatakan,



Dynna Nur Safitri

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SEMDIRI</b> .....  | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS</b> ..... | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....   | <b>xv</b>   |
| <br>   |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....   | 1           |
| 1.2. Fokus Penelitian .....  | 7           |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah.....   | 7           |
| 1.2.2. Fokus Masalah.....  | 7           |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....  | 7           |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....   | 8           |
| 1.4.1. Manfaat Akademis.....   | 8           |
| 1.4.2. Manfaat Praktis.....  | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | <b>9</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....   | 13          |
| 2.2. Komunikasi .....  | 13          |
| 2.2.1 Tujuan Komunikasi .....  | 13          |
| 2.3. Komunikasi Korporat.....  | 15          |
| 2.4. <i>Public Relations</i> .....   | 16          |
| 2.4.1. Definisi PR .....   | 16          |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.4.2. Peran PR .....  | 17        |
| 2.4.3. Fungsi PR .....   | 19        |
| 2.5. <i>Brand</i> dalam <i>Public Relations</i> .....  | 20        |
| 2.5.1. <i>Branding</i> .....   | 21        |
| 2.6. Strategi <i>Branding</i> .....  | 22        |
| 2.6.1. Jenis-jenis Strategi <i>Branding</i> .....  | 23        |
| 2.7. Reputasi.....   | 27        |
| 2.8. New Media dan Media Sosial .....  | 31        |
| 2.8.1 Instagram.....   | 33        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>39</b> |
| 3.1. Paradigma Penelitian.....   | 39        |
| 3.2. Metode Penelitian.....  | 39        |
| 3.3. Subjek Penelitian.....  | 41        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....   | 42        |
| 3.4.1. Data Primer.....  | 42        |
| 3.4.2. Data Sekunder .....   | 43        |
| 3.5. Teknik Analisis Data.....   | 43        |
| 3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....   | 45        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>   | <b>46</b> |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....   | 46        |
| 4.1.1. Profil Erigo Store.....   | 46        |
| 4.1.2. Akun Instagram Erigo.....   | 48        |
| 4.2. Hasil Penelitian.....   | 49        |
| 4.2.1 Peran <i>Social Media Officer</i> melalui Media Sosial Instagram pada<br>akun @erigostore..... | 50        |
| 4.3. Pembahasan.....   | 62        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>   | <b>70</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....   | 70        |
| 5.2. Saran.....  | 71        |
| 5.2.1. Saran Akademis.....   | 71        |

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 5.2.2. Saran Praktis .....     | 71        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>    | <b>73</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b> | <b>75</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Laman Instagram Erigo.....   | 2  |
| Gambar 1.2 Data tren pengguna internet 2023 di Indonesia.....                       | 4  |
| Gambar 1.3 Platform sosial media yang paling banyak dikunjungi .....                | 5  |
| Gambar 2.1 Diagram Strategi <i>Branding</i> Kotler .....                            | 27 |
| Gambar 4.1 Logo Erigo.....  | 47 |
| Gambar 4.2 Akun Instagram Erigo .....   | 49 |
| Gambar 4.3 <i>Screenshot soft selling</i> laman Instagram <i>Reel's</i> Erigo ..... | 52 |
| Gambar 4.4 <i>Tema Feeds Lifestyle</i> .....  | 53 |
| Gambar 4.5 Instagram <i>Story</i> menggunakan berbagai fitur Instagram .....        | 55 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 12 |
| Tabel 4.1 Fitur Instagram yang digunakan oleh Erigo.....                | 54 |
| Tabel 4.2 Hasil Penelitian Peran <i>Social Media Officer</i> Erigo..... | 69 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. Draft Pedoman Wawancara .....                                      | 75  |
| Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan <i>Social Media Officer</i> Erigo ..... | 79  |
| Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan <i>Crew</i> Erigo .....                 | 84  |
| Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Pengikut @erigostore .....              | 87  |
| Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Pengikut @erigostore .....              | 90  |
| Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan Pengikut @erigostore .....              | 94  |
| Lampiran 7. Surat Izin Wawancara .....   | 97  |
| Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara .....  | 98  |
| Lampiran 9. <i>Screenshoot</i> Instagram Erigo .....                           | 100 |
| Lampiran 10. <i>Curicullum Vitae</i> Penulis .....                             | 101 |

