



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**“IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*”**

(Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka Tahun 2021)

TUGAS AKHIR (SKRIPSI)

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh :

Ezra Audrey Meyke Turangan

44218210062

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

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka Tahun 2021)

Nama : Ezra Audrey Meyke Turangan

NIM : 44218210062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 Januari
2022 Mengetahui,

Pembimbing 1

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Roomilda S.Sos., M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Implementasi Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka Tahun 2021)

Nama : Ezra Audrey Meyke Turangan

NIM : 44218210062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 Januari 2022

Ketua Sidang,

Dra. Tri Diah Cahyowati, M., Si



(.....)

Penguji Ahli,


Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom



(.....)

Pembimbing 1,

Roomilda S.Sos., M.Si.



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Implementasi Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka Tahun 2021)

Nama : Ezra Audrey Meyke Turangan

NIM : 44218210062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE., MM)

Pembimbing

(Roomilda S.Sos., M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Ketua Program Studi
Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ezra Audrey Meyke Turangan

Nim : 44218210062

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan Judul : **Implementasi Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka)** 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 plagiarisme, 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, 14 Januari 2022

Yang membuat pernyataan

(Ezra Audrey Meyke Turangan)



Pembimbing

(Roomilda S.Sos., M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE., MM)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ezra Audrey Meyke Turangan
44218210062

Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan *Customer Engagement* (Studi Kasus : Media Sosial Instagram @Berrybenka)

Bibliografi: 5 Bab 96 Halaman + 26 Acuan + 6 Website

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Implementasi Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement” dengan **Latar belakang masalah** persaingan dunia bisnis di era globalisasi semakin ketat sehingga perusahaan di tuntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaan nya. Pengguna media sosial pun terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun karena media sosial dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga hal ini membuat praktisi cyber public relations @Berrybenka memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk meningkatkan engagement customernya. Penelitian ini **bertujuan** untuk mengetahui implementasi Cyber Public Relations @Berrybenka dalam pengelolaan media sosial instagramnya untuk meningkatkan customer engagement dan untuk mengetahui sudah berada dimanakah tahapan customer engagement yang dicapai oleh official account instagram @Berrybenka. Penelitian ini menggunakan konsep peran humas menurut Dozier D.M yang kemudian dikaitkan dengan konsep Cyber PR lalu konsep tahapan customer engagement menurut Dave Evans. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka **metedo penelitian** ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif (menggambarkan atau melukiskan) tentang keadaan objek secara sistematis dan akurat berdasarkan fakta, data dan informasi yang di kumpulkan di lapangan secara terperinci mengenai bagaimana penerapan Cyber PR @Berrybenka dalam menggunakan media komunikasi online. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi kepustakaan. **Hasil Penelitian** ini menunjukkan Implementasi dari Cyber PR @Berrybenka dalam mengelola media sosial Instagram untuk meningkatkan customer engagement yaitu meliputi peran kehumasan sebagai fasilitator komunikasi, fasilitator komunikasi pemecahan masalah, penasehat ahli, dan sebagai teknisi komunikasi dalam mengelola media sosial Instagramnya. Dan penelitian ini menemukan hasil bahwa pemanfaatan media sosial instagram @Berrybenka dalam meningkatkan customer engagement sudah mencapai tahapan creation yaitu tahapan ketiga dari tahapan customer engagement Dave Evans. Hal tersebut tidak lepas dari tujuan utamanya, yaitu membina hubungan harmonis antara perusahaan dengan customernya, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik serta melayani publiknya.

Kata Kunci : Implementasi, *Cyber Public Relations*, Peranan Humas, *Customer Engagement*, Media Sosial, Instagram.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, serta karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Peran Cyber Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Customer Engagement” Penelitian ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Hubungan Masyarakat di Universitas Mercu Buana.

Walaupun terdapat beberapa kendala dan rintangan yang dialami peneliti selama pembuatan penelitian ini, dengan tekad yang kuat, semangat yang tiada henti, dan dukungan dari banyak pihak, penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya. Dalam penelitian ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Roomilda, S. Sos., M .Si., selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan dan arahannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jatisampurna atas kebijaksanaan dan kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Dwika Aldila, yang juga memberi dukungan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah banyak meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua yang peneliti cintai yaitu Bapak George Hengki Turangan dan Ibu Kisriyanti yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan baik moral maupun material tiada henti-hentinya kepada penulis.
6. Rendi Dwi Nurrahman selaku orang yang selalu setia meluangkan waktu dan tenaga nya untuk membantu, mendukung dan menyemangati peneliti dalam

menyelesaikan Proposal ini.

7. Terimakasih juga kepada Selva Aprilieta yang yang sudah berjuang bersama sama dengan penulis untuk belajar bersama dan selalu memberikan semangat selama penyusunan skripsi ini.
8. Kepada sahabat saya Putri Salsabila Yulianto dan Adeira Muliani yang selalu mengerti keadaan saya, juga telah memberikan dukungan yang luar biasa yang tiada henti – hentinya kepada saya dalam pembuatan tugas akhir ini.
9. Kepada ka Michele Melissa, selaku kaka pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktu, pemikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan, rekan-rekan mahasiswa/i jurusan Public Relations 2018 Universitas Mercu Buana Jatisampurna, selama 4 tahun telah kita lewati bersama, merupakan kenangan yang tak terlupakan. Ini bukanlah akhir dari perpisahan kita.
11. Dan juga untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan skripsi ini.

Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dengan kemampuan yang ada dalam menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan hasil yang sebaik-baiknya. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai segala kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 14 Januari 2022
Peneliti,



Ezra Audrey Meyke Turangan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktisi	10
1.4.3 Manfaat Sosial.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Implementasi	16
2.2.2 Tinjauan Humas / Public Relations.....	17
2.2.3 Tinjauan Cyber Public Relations	21
2.2.4 Kebutuhan Informasi	29
2.2.5 Instagram sebagai Social Media.....	31
2.2.6 Customer Engagement.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subjek Penelitian.....	39
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 Keabsahan Data.....	44
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Berrybenka.....	46
4.1.1 Visi & Misi Perusahaan.....	48
4.1.2 Struktur Organisasi.....	49
4.1.3 Aktifitas Cyber PR @Berrybenka.....	49
4.1.4 Lokasi Penelitian.....	50
4.1.5 Deskripsi Subjek Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Profile Instagram @Berrybenka.....	52
4.2.2 Aktifitas <i>Cyber PR</i> dalam Pengelolaan Instagram @Berrybenka.....	55
4.2.3 Customer Service.....	56
4.2.4 Social Media Officer.....	58
4.2.5 Content Strategist.....	60
4.2.6 Strategi dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram @Berrybenka.....	63
4.2.7 Respon Publik Terhadap Akun Instagram @Berrybenka.....	71
4.2.8 <i>Customer Engagement</i> pada Instagram @Berrybenka.....	75
4.2.9 Instagram @Berrybenka Kedepannya.....	77
4.3 Pembahasan.....	78
4.3.1 Peranan Humas / Public Relations.....	78
4.3.2 Manfaat Cyber Public Relations.....	83
4.3.3 Fungsi Cyber Public Relations.....	85
4.3.4 Karakteristik Cyber Public Relations.....	87
4.3.5 Media Social Instagram (Jejaring Sosial).....	88
4.3.6 Kebutuhan Informasi.....	94
4.4 Keabsahan Data.....	95
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Akademis.....	98
5.2.2 Saran Praktis.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial	5
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial Terbanyak	6
Gambar 1. 3 Profie Website Berrybenka	8
Gambar 2. 1 Instagram Logo	31
Gambar 2. 2 Tahapan Customer Engagement (Menurut Dave Evans)	37
Gambar 4. 1 Logo Berrybenka	46
Gambar 4. 2 Anniversary ke-8 PT.Berrybenka.....	47
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PT Berrybenka.....	49
Gambar 4. 4 Profile Instagram @Berrybenka.....	53
Gambar 4. 5 Profile Instagram @Berrybenka.....	54
Gambar 4. 6 Content Story Instagram @Berrybenka	63
Gambar 4. 7 Strategi Content Instagram Story @Berrybenka	65
Gambar 4. 8 Strategi Content Instagram @Berrybenka	66
Gambar 4. 9 Content Story outfit Inspirations Instagram @Berrybenka	69
Gambar 4. 10 Content Story Pooling Question Instagram @Berrybenka	69
Gambar 4. 11 Commentar Customer @Berrybenka.....	72
Gambar 4. 12 Commentar Customer @Berrybenka.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	103
Lampiran 2 Transkrip Wawancara 1	104
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 2	108
Lampiran 4 Transkrip Wawancara 3	113
Lampiran 5 Transkrip Wawancara 4	117
Lampiran 6 Transkrip Wawancara 5	119
Lampiran 7 Transkrip Wawancara 6	121
Lampiran 8 Dokumentasi	123
Lampiran 9 <i>Curriculum Vitae</i>	124



UNIVERSITAS
MERCU BUANA