



**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) PT AVO INNOVATION
TECHNOLOGY (AVOSKIN) TAHUN 2022**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata (S- 1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:
ARINDA SINTHA DEWI
44219010158

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Arinda Sintha Dewi

NIM

: 44219010158

Program Studi

: Public Relations

Judul Laporan Skripsi

: Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT AVO Innovation Technology (Avoskin)

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, 3 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Arinda Sintha Dewi

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Arinda Sintha Dewi
NIM : 44219010158
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT AVO Innovation Technology (Avoskin)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian 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 : Tri Diah Cahyowati Dra. M.Si ()
NIDK : 8941650022
Ketua Penguji : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()
NIDN : 0306018903
Penguji Ahli : Dr.Irmulansati Tomohardjo,M.Si ()
NIDN : 033007730

Menyetujui Ketua Bidang Studi Public Relations


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Jakarta, 3 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliani, M Si



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 dibawah ini:

Nama	: Arinda Sintha Dewi
NIM	: 44219010158
Program Studi	: Public Relations
Judul Laporan Skripsi	: Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT AVO Innovation Technology (Avoskin)

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, 3 Februari 2023

Yang menyatakan.


METERAI
TEMPEL
138A4AKX292498893
(Arinda Sintha Dewi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, ridho, karunia serta kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Public Relations di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan proposal penelitian yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT AVO Innovation Technology (Avoskin) Tahun 2022” ini peneliti dibantu, didukung dan disemangati oleh berbagai pihak. Untuk itu Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan Proposal Penelitian ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Erny Kurniawati selaku *Brand Director* Avoskin yang bersedia menjadi narasumber penelitian ini.
7. Kedua orangtua, nenek, kakak- kakak dan keponakan-keponakan peneliti yang mendukung secara moril dan materi serta selalu mendoakan, memberikan motivasi, dukungan dan nasihat sehingga peneliti semangat untuk menyelesaikan Proposal Penelitian ini.

8. Sahabat tersayang peneliti Rifqa Annisa Ghinadhia (Icha) yang selalu mendukung, memotivasi serta memberikan saran dan tips selama penulisan penelitian ini.
9. Sahabat peneliti sejak SMA sampai saat ini, Dhea Putri Ismala, Rifa Miftahul Janah dan Nandini Anugrah Ramadhani yang selalu memberikan dukungan dalam penulisan penelitian ini.
10. Sahabat peneliti yang berjarak tiga gang, Cinde Salsabiil walaupun kami jarang berkomunikasi tetapi peneliti yakin ia akan selalu memberikan dukungannya kepada peneliti begitu pun sebaliknya.
11. Teman-teman peneliti sejak duduk di bangku Sekolah Dasar sampai saat ini, Sisi, Fasya, Anggoro, Ali dan Aldo yang selalu mendukung peneliti.
12. Kawanan 007 serta teman yang sudah peneliti anggap sebagai adik, Azizah, Uci dan Sava yang selalu menghibur dan mendukung satu sama lain.
13. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana kampus Pejaten yang saling bahu membahu, mendukung dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna tetapi peneliti berharap adanya proposal penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi banyak orang. Untuk itu juga peneliti mengharapkan kritik & saran yang membangun untuk menjadi perbaikan dimasa yang akan datang.

Jakarta, September 2022

(Arinda Sintha Dewi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 <i>Public Relations</i>	16
2.2.1.1 Peran <i>Public Relations</i>	16
2.2.2 Komunikasi.....	18
2.2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi	18
2.2.3 Media Komunikasi.....	20
2.2.4 Media Sosial	21
2.2.4.1 Karakteristik Media Sosial.....	21

2.2.4.2	Jenis-Jenis Media Sosial	22
2.2.4.3	Pengelolaan Media Sosial	24
2.2.5	<i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.2.5.1	Model Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	27
2.2.5.2	Jenis-Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i>	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Metode Penelitian.....	32
3.3	Subjek Penelitian	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5	Teknik Analisis Data.....	34
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Umum PT AVO Innovation Technology (Avoskin).....	38
4.1.2	Akun Instagram @avoskinbeauty	39
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.4	Logo Perusahaan.....	40
4.1.5	Struktur Organisasi	41
4.1.6	Kegiatan perusahaan.....	42
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Sejarah Umum PT. AVO Innovation Technology (Avoskin).....	45
4.2.2	Awal Penggunaan Akun Instagram @avoskinbeauty.....	46
4.2.3	The Circular Model of SoMe.....	48
4.2.3.1	Aspek Share Dalam Akun @avoskinbeauty	48
4.2.3.2	Aspek Optimize Dalam Akun @avoskinbeauty.....	49
4.2.3.3	Aspek Manage Dalam Akun @avoskinbeauty.....	50
4.2.3.4	Aspek Engage Dalam Akun @avoskinbeauty.....	52

4.3	Pembahasan.....	53
4.3.1	Penerapan Circular Model of SoMe	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran Akademis	61
5.2.2	Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN		64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile Instagram @avoskinbeauty	39
Gambar 4.2 Logo Avoskin.....	40
Gambar 4.3 Logo Baru Avoskin	41
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PT. AVO Innovation Technology.....	41
Gambar 4.5 Kegiatan Avoskin Bersama Yayasan Desa Anak Kos	43
Gambar 4.6 Kegiatan <i>Miraculous Spaces</i> by Avoskin	44
Gambar 4.7 Konten Edukatif Seputar Lingkungan	54
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Bring Back Our Bottle</i>	55
Gambar 4.9 Respon Audiens Terhadap Program CSR	56
Gambar 4.10 Kolaborasi Avoskin x Greeneration Foundation.....	57
Gambar 4.11 Kolaborasi Avoskin x SOS Children's Villages	58



UNIVERSITAS
MERCU BUANA