



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
SARANA MEMBANGUN CITRA MEREK DI KALANGAN
MAHASISWA DALAM BISNIS ONLINE**

*(Studi Deskriptif-Kualitatif Bisnis Online melalui Media Sosial Instagram pada
Mahasiswa)*

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-
1 (S1) Ilmu Komunikasi

Oleh,

FADILAH DINAR

44217010130

**JURUSAN PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadilah Dinar
NIM : 44217010130
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA MEREK DI KALANGAN MAHASISWA DALAM BISNIS ONLINE 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 plagiarism, 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, 18 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



(Fadilah Dinar)

Mengetahui,

Pembimbing



(Dra. Yulia Hidayati, M.Si)

Ketua Bidang Studi



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Nama : Fadilah Dinar
NIM : 44217010130
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA MEREK DI
KALANGAN MAHASISWA DALAM BISNIS ONLINE.



Jakarta, 18 Agustus 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(Dra. Yulia Hidayati, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA MEREK DI
KALANGAN MAHASISWA DALAM BISNIS ONLINE.

Nama : Fadilah Dinar

NIM : 44217010130

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 18 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing


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


(Dra. Yulia Hidayati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA MEREK DI
KALANGAN MAHASISWA DALAM BISNIS ONLINE.

Nama : Fadilah Dinar

NIM : 44217010130

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 18 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing


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


(Dra. Yulia Hidayati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Fadilah Dinar

44217010130

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Membangun Citra Merek di Kalangan Mahasiswa dalam Bisnis Online

ABSTRAK

Keberadaan media social khususnya di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media social memiliki peran yang penting bagi para pelaku bisnis khususnya bisnis online dalam memasarkan produknya. Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan penggunaan media social Instagram sebagai media yang digunakan dalam membangun citra merek sebuah bisnis. Akun Instagram @bagtivities, @homemadebykarmel, dan @fourthmarket.id merupakan akun bisnis berbasis online yang memanfaatkan media sosial Instagram dalam hal membangun citra mereknya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media social Instagram sebagai sarana membangun citra merek di kalangan mahasiswa dalam bisnis online. Data primer didapatkan dari wawancara mendalam dengan 3 orang mahasiswa pelaku bisnis online, sedangkan data sekunder didapatkan dari observasi terhadap akun Instagram mahasiswa pebisnis online ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan profil Instagram akun bisnis berperan penting dalam memperkenalkan citra merek produk, terbentuknya citra merek akan mengarahkan kepada perilaku positif dari pelanggan berupa pesanan ulang dan juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas dan pelayanan produk bisnis online tersebut.

Kata kunci : *Sosial Media, instagram, Citra Merek, Bisnis Online*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fadilah Dinar
44217010130

Utilizing Social Media Instagram as the Facility to Bulid Brand Image in the Students' Online Business

ABSTRACT

The existence of social media, especially in Indonesia, has developed very rapidly. Social media has an important role for business people, especially online businesses in marketing their products. This study focuses on the use of social media Instagram as a medium used in building the brand image of a business. Instagram accounts @bagtivities, @homemadebykarmel, and @fourthmarket.id are online-based business accounts that use Instagram social media to build their brand image.

This study uses a qualitative descriptive research method and aims to find out how the use of Instagram social media as a means of building brand image among students in online business. Primary data was gained from in depth interview with three students doing online business, while secondary data was gained from the observation of the instagram accounts of the students' online business.

The result of the study shows that managing Instagram profile of the business account has important role in introducing brand image of the product, the forming of the brand image will lead to positive behavior of the customer in the form of repeat order and also increase the customers' trust for the quality and service of the product of online business.

Keywords : *Social Media, Brand Image, Instagram, Online Business*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji beserta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Tidak lupa Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas akhir Program Studi *Public Relations* Fakultas Komunikasi Universitas Mercubuana. Judul skripsi yang penulis susun adalah **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Membangun Citra Merek di Kalangan Mahasiswa dalam Bisnis Online (Studi Deskriptif-Kualitatif Bisnis Online melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa ”**

Dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Yulia Hidayati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat bagi saya.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Suryaning Hayati, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Sebagai ketua sidang sekaligus dosen penguji atas masukan dan nasihatnya untuk perbaikan skripsi ini.

5. Ibu Sandi Permata M.Ikom sebagai dosen penguji atas masukannya yang sangat bermanfaat.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya dosen Bidang Studi Public Relations.
7. Almarhum Ayah dan Almarhumah ibu tercinta yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1.
8. Kakak-kakak tercinta kak Eghies, bang Fikri dan bang Armand penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga atas doa, semangat, kasih sayang, pengorbanan, dan ketulusannya dalam mendampingi penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kalian.
9. Untuk Amel, Hanny, Syifa, Nanda, Dinda, Sofia, Selaku teman-teman terdekat penulis yang senantiasa mendukung dan menjadi tempat berkeluh kesah dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, serta menjadi teman untuk berdiskusi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Untuk perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah – mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2021



Fadilah Dinar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Pustaka	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 Public Relations.....	18
2.2.3 Media Sosial	20
2.2.4 Citra.....	31
2.2.5 Bisnis Online	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subyek Penelitian.....	43

3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	49
4.1.1 Data Responden Pelaku Bisnis	49
4.1.2 Data Responden Konsumen @Fourthmarket.id	55
4.2 Hasil Penelitian dan Observasi	57
4.2.1. Aspek media sosial	58
4.2.2 Peran IG dalam bisnis online	78
4.2.3 Peran IG dalam membangun citra merek	98
4.2.4 Citra Merek yang terbangun melalui konten IG	114
4.2.5. Mempertahankan Citra Merek dalam Bisnis Online	123
4.3 PEMBAHASAN	133
4.3.1. Aspek Media sosial 4 C (Context, Communication, Collaboration dan Connection :	134
4.3.2 Peran Instagram dalam Bisnis Online	136
4.3.3. Citra merek yang terbangun dalam Bisnis Online	137
BAB V KESIMPULAN	139
5.2. Saran	141
5.2.1. Saran Akademis	141
5.2.2. Saran Praktis	141
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN – LAMPIRAN	147

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	9
-------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Pembentukan Citra.....	33
Gambar 4. 1 Profil akun @bagtivities.....	50
Gambar 4. 2 Profil akun @fourthmarket.....	52
Gambar 4. 3 Profil akun @homemadebykarmel.....	54
Gambar 4. 4 Profil akun konsumen.....	56
Gambar 4. 5 Konten dan informasi produk akun @bagtivities.....	59
Gambar 4. 6 Akun @bagtivities_katalog.....	60
Gambar 4. 7 Respon konsumen pada kolom komentar akun @bagtivities.....	61
Gambar 4. 8 Konten event akun @homemadebykarmel.....	62
Gambar 4. 9 Tampilan design feeds I akun @homemadebykarmel.....	63
Gambar 4. 10 Konten feeds instagram akun @fourthmarket.id.....	64
Gambar 4. 11 Postingan detail foto produk akun @fourthmarket.id.....	65
Gambar 4. 12 Respon konsumen pada kolom komentar akun @fourthmarket.id.....	65
Gambar 4. 13 Testimoni konsumen terhadap akun @bagtivities.....	70
Gambar 4. 14 Instastory pelanggan mengenai produk @homemadebykarmel.....	73
Gambar 4. 15 Review yang diberikan konsumen @bagtivities pada instagram pribadinya.	74
Gambar 4. 16 Kolaborasi @bagtivities dengan beberapa influencer dalam kegiatan endorsement.....	75

Gambar 4. 17 Screenshoot story instagram akun @mrsyifa pada saat mempromosikan tumblr starbucks.....	76
Gambar 4. 18 Deskripsi caption pada akun @fourthmarket.id.....	82
Gambar 4. 19 Screenshoot chat Vivi ma'arif dengan salah satu pelanggan setia dalam meminta kesediaan review produk.....	86
Gambar 4. 20 Review / ulasan produk @fourthmarket.id yang dilakukan syifa pada akun instagramnya.	88
Gambar 4. 21 Design feeds Instagram @homemadebykarmel.....	99
Gambar 4. 22 Respon dari pelanggan @homemadebykarmel melalui direct message Instagram	106
Gambar 4. 23 Respon dari pelanggan @fourthmarket.id melalui direct message	107
Gambar 4. 24 screenshoot pemesanan produk @fourthmarket.id yang dilakukan oleh syifa lewat direct message Instagram.....	108
Gambar 4. 25 Respon dari pelanggan @bagtivities melalui direct message	109
Gambar 4. 26 26 Bukti screenshoot komentar syifa pada akun Instagram @fourthmarket.id.....	111
Gambar 4. 27 Logo brand @shopatvelvet	116