



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@MASSIVEHOUSEOFBEAUTY DALAM MEMBANGUN  
CITRA SALON KECANTIKAN DI BIDANG JASA  
PEMASANGAN *EYELASHES EXTENSION***

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**Natasha Kezzia**

**44216110131**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NATASHA KEZZIA

NIM : 44216110131

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram  
@Massivehouseofbeauty Dalam Membangun Citra Salon  
Kecantikan Di Bidang Jasa Pemasangan Eyelashes  
Extension

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, 28 Februari 2023



Natasha Kezzia

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : NATASHA KEZZIA  
NIM : 44216110131  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram  
@Massivehouseofbeauty Dalam Membangun Citra Salon  
Kecantikan Di Bidang Jasa Pemasangan Eyelashes  
Extension

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi /Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Muthia Rahayu, M.I.Kom  
NIDN : 0322029302  
Ketua Penguji : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si  
NIDN : 0310016901  
Penguji Ahli : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si  
NIDN : 0316026801

Jakarta, 28 Februari 2023  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi    Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

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

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

Nama : NATASHA KEZZIA  
NIM : 44216110131  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram  
@Massivehouseofbeauty Dalam Membangun Citra Salon  
Kecantikan Di Bidang Jasa Pemasangan Eyelashes  
Extension

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 Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Februari 2023

Yang menyatakan,



Natasha Kezzia

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih karunia dan rahmat Nya yang luar biasa memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dalam waktu yang ditentukan. Banyak kendala yang saya temui dalam pembuatan skripsi ini, tetapi berkat doa, semangat dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak penyusunan skripsi mengenai “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Massivehouseofbeauty Dalam Membangun Citra Salon Kecantikan Di Bidang Jasa Pemasangan Eyelashes Extension ” ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Peneliti menyadari sepenuhnya, terselesaikannya penelitian ini bukan semata-mata hasil kerja keras peneliti sendiri tetapi karena dukungan juga dari beberapa pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan banyak ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Ko selaku dosen pembimbing skripsi yang selama ini sudah banyak membantu dan membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga penyusunan skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan benar.
2. Suryaning Hayati, S.E, M.M., M.I.Kom. selaku Ketua bidang studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Ahmad Mulyani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Dosen mata kuliah Tugas Akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh karyawan Universitas Mercu Buana.
7. Key Informan dan Informan yang mau menjadi narasumber dalam penelitian ini
8. Berbagai pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak lepas dari kekurangan, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun guna tercapainya kesempurnaan proposal penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya bagi pecinta ilmu kehumasan.

Jakarta, 23 Februari 2023



Natasha Kezzia

Natasha Kezzia

44216110131

Program Studi Ilmu Komunikasi

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Massivehouseofbeauty Dalam Membangun Citra Salon Kecantikan Di Bidang Jasa Pemasangan Eyelashes Extension

Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Ko

Bibliografi: 5 Bab 99 Hal + Lampiran + 5 Jurnal

### ABSTRAK

Pemanfaatan instagram kini bisa sebagai pembentukan instagram bagi beberapa sektor bidang usaha, salah satunya bidang jasa salon kecantikan. Pemanfaatan instagram ini selain menjadi media promosi bidang usaha juga bisa menjadi media menyampaikan edukasi dan informasi kepada orang-orang yang tertarik dalam bidang tertentu, seperti yang dilakukan Massive House Of Beauty, melalui akun instagramnya @massivehouseofbeauty melakukan edukasi dan informatif kepada followernya sebagai pembentukan citra perusahaannya, sehingga fokus penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @massivehouseofbeauty dalam membangun citra salon kecantikan di bidang jasa pemasangan eyelashes extension

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Bill Caton mengenai citra “Citra adalah kesan, gambaran diri public terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek orang atau organisasi”

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode deskriptif – kualitatif. Subjek penelitiannya Owner sekaligus Admin pengelola akun instagram @massivehouseofbeauty sebagai key informan dan lima orang *followers* sebagai informan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini adalah pemanfaatan instagram untuk sebagai media pembentukan citra yang edukatif dan informatif bagi @massivehouseofbeauty dilakukan dengan menampilkan konten yang informatif dan edukatif, memberi gambaran kepada pelanggan mengenai cara kerja yang baik dan benar saat pemasangan eyelash extension, konten yang ditampilkan juga menarik dan rutin sehingga pelanggan atau followers melihat dengan sering bagaimana edukasi yang disampaikan @massivehouseofbeauty.

**Kata Kunci : Citra, Instagram, Pemanfaatan, Eyelash Extension**



**Natasha Kezia**

**44216110131**

**Public Relations**

*Utilization of Social Media Instagram @Massivehouseofbeauty in Building a Beauty Salon Image in the Field of Eyelashes Extension Installation Services*

*Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Ko*

*Bibliography: 5 Chapters of 99 Pages + Appendix + 5 Journals*

## **ABSTRACT**

*The use of Instagram can now be used as the formation of Instagram for several business sectors, one of which is the beauty salon service sector. In addition to being a medium for business promotion, the use of Instagram can also be a medium for conveying education and information to people who are interested in a particular field, as Massive House Of Beauty did, through its Instagram account @massivehouseofbeauty, it educates and informs its followers as the formation of its corporate image. , so the focus of this research is to find out how to use Instagram social media @massivehouseofbeauty in building the image of beauty salons in the field of eyelashes extension installation services*

*The theory used in this study is Bill Caton's theory of image "Image is an impression, a public self-image of a company, an impression that is deliberately created from an object, person or organization."*

*This study uses a post-positivism paradigm with a descriptive-qualitative method. The research subject is Owner and Admin who manages the Instagram account @massivehouseofbeauty as the key informant and five followers as informants. Data collection techniques through in-depth interviews, observation and literature study.*

*The results of this study are the use of Instagram as an educative and informative image formation medium for @massivehouseofbeauty carried out by displaying informative and educational content, giving customers an idea of how to work properly and correctly when installing eyelash extensions, the content displayed is also interesting and routine so that customers or followers often see how the education delivered by @massivehouseofbeauty.*

**Keywords: Image, Instagram, Utilization, Eyelash Extension**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. PenelitianTerdahulu .....	12
2.2. Tinjauan Teoritis .....	16
2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	16
2.2.2. New Media .....	16
2.2.3. Komunikasi Virtual.....	18
2.2.3.1. Konsep Dasar Komunikasi Virtual .....	19
2.2.3.2. Jenis Komunikasi Virtual .....	22
2.2.4. Social Media .....	24
2.2.5. Instagram.....	27
2.2.5.1. Pemanfaatan Instagram .....	29
2.2.5.1. Fitur-fitur Instagram.....	32
2.2.5. Citra .....	34
BAB III .....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1. Paradigma Penelitian.....	41
3.2. Metode Penelitian.....	42
3.3. Subyek Penelitian .....	43
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4.1. Data Primer .....	45
3.4.2. Data Sekunder .....	46
3.5. Teknik Analisis Data.....	47
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	50
BAB IV .....	52

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1. Sejarah Massive House of Beauty.....	52
4.1.2. Logo Perusahaan .....	53
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan .....	56
4.1.4. Produk dan Layanan Perusahaan.....	57
4.2. Hasil Penelitian .....	60
4.2.1. Mengetahui tujuan dan latarbelakang dalam pemanfaatan Instagram oleh massive house of beauty.....	61
4.2.2. Mengetahui pemanfaatan Instagram dalam membangun citra massive house of beauty. ....	64
4.2.3. Mengetahui pemanfaatan fitur Instagram dan interaksi dengan followers akun Instagram @massivehouseofbeauty.....	68
4.2.4. Mengetahui citra yang dibangun massive house of beauty melalui Instagram.....	70
4.3. Pembahasan.....	74
4.3.1. Tujuan dan latar belakang pemanfaatan instagram oleh Massive House of Beauty .....	75
4.3.2. Pemanfaatan Instagram dalam membangun citra massive house of beauty. ....	76
4.3.3. Pemanfaatan fitur Instagram dan interaksi dengan followers akun Instagram @massivehouseofbeauty.....	78
4.3.4. Citra yang dibangun massive house of beauty melalui Instagram.....	79
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5. 1. Kesimpulan .....	82
5.2. Saran.....	83
5.2.1. Saran Akademis .....	83
5.2.2. Saran Praktis .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....	10
Tabel 1.3. Daftar Informan Penelitian .....	44
Tabel 1.4. Profile Massive House of Beauty.....	53
Table 2.4. Filosofi Huruf/ Font Massive House of Beauty .....	55
Table 3.4. Filosofi Warna Massive House of Beauty.....	56
Tabel 4.4. Pemanfaatan <i>instagram</i> .....	64



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 overview favorite social media platforms .....	2
Gambar 1.2. Instagram : Advertising audience overview .....	2
Gambar 1.3. Overview Instagram ad reach ranking .....	3
Gambar 1.4. Profile akun Instagram @amairabeautystudio.....	5
Gambar 1.5. Caption Instagram @amairabeautystudio .....	6
Gambar 1.6. Penyampaian korban pemasangan eyelash yang tidak benar.....	7
Gambar 1.7. Profile akun Instagram @massivehouseofbeauty.....	8
Gambar 1.8 Caption Instagram @massivehouseofbeauty.....	9
Gambar 1.9. Edukasi pada highlight akun Instagram @massivehouseofbeauty...	10
Gambar 1.4. Detail logo Massive House of Beauty.....	54
Gambar 2.4 Keseluruhan Logo Massive House of Beauty.....	54

