

ABSTRAK

Nama : Amelia Rasul
NIM : 44219010019
Program Studi : *Public Relations*
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas
@Restep.Id Dalam Membangun Citra Positif
Pembimbing : Dr. Enjang Pera Irawan., S.Sos., M.I.Kom

Di era digital, mengharuskan perusahaan memiliki strategi dalam pengelolaan instagramnya, karena cepatnya arus informasi. Begitu juga pada Restep.Id, yang menggunakan strategi pengelola media sosial instagramnya dalam membangun citra positif di mata publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Restep.Id dalam membangun citranya pada akun sosial media instagram. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu teknik analisis interaktif mile dan huberman dengan pendekatan tahapan-tahapan *public relations*. Hasil penelitian menunjukan pada *fact finding*, Restep.Id mencari fakta melalui *Forum Group Discussion* (FGD), mini riset dan kerjasama dengan beberapa *brand*. Pada *planning*, Restep.Id selalu mengedepankan koordinasi dalam bekerja, membangun *image sporty* pada bisnisnya dan menggunakan konsep *digital trifecta media*. Pada tahap *communication*, Restep.Id hanya menggunakan *caption* atau tema yang tidak terlalu rumit dan penggunaan bahasa yang sopan serta jadwal pengunggahan yang cukup konsisten. Pada tahapan *evaluation* (evaluasi), terdapat beberapa evaluasi yang dilakukan oleh Restep.Id yaitu kurang memanfaatkan *insight* dari instagram dan lamanya waktu dalam meriset.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Citra

ABSTRACT

Name : Amelia Rasul
NIM : 44219010019
Study Program : *Public Relations*
Title of Thesis Report : *Management of Social Media Instagram
Community @Restep.Id in Building a Positive
Image*
Counsellor : Dr. Enjang Pera Irawan., S.Sos., M.I.Kom

In the digital era, it requires companies to have a strategy in managing their Instagram, due to the fast flow of information. Likewise with Restep.Id, which uses the strategy of managing its Instagram social media in building a positive image in the public eye. This study aims to determine the strategies used by Restep.Id in building its image on Instagram social media accounts. This research uses descriptive qualitative research with a qualitative approach. The analytical method used is Mile and Huberman's interactive analysis technique with a PR stages approach. The results of the research show that in fact finding, Restep.Id looks for facts through Forum Group Discussions (FGD), mini research and collaboration with several brands. In planning, Restep.Id always prioritizes work coordination, builds a sporty image for its business and uses the digital trifecta media concept. At the communication stage, Restep.Id only uses captions or themes that are not too complicated and use polite language and a fairly consistent upload schedule. At the evaluation (evaluation) stage, there were several evaluations carried out by Restep.Id namely the lack of utilizing insights from Instagram and the length of time in researching.

Keywords: *Social Media, Instagram, Image*