



**MANAJEMEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @EMINACOSMETICS DALAM
MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGE***

SKRIPSI

UNIVERSITAS
ARDITA MAZELA
(44219010051)
MERCU BUANA

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardita Mazela
Nim : 44249010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Sosial Media Instagram
@eminacosmetics Dalam mempertahankan
Brand Image
Tanggal Lulus Ujian : 1 September 2023

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, 7 September 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ardita Mazela

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ardita Mazela
NIM : 44249010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Sosial Media Instagram
@eminacosmetics Dalam mempertahankan
Brand Image

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 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Riki Arswendi, S. Sos, ()
NIDN : 0316088503
Ketua Penguji : Dr. A. Rahman Hi, M.Si ()
NIDN : 0330126403
Penguji Ahli : Muthia Rahayu M.Ikom ()
NIDN : 0322029302



Jakarta, 07 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“MANAJEMEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @EMINACOSMETICS DALAM MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGE*”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Prodi Public Relations. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan.
2. Prof Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi dan Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. A. Rahman Hi, M.Si selaku ketua sidang yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti
5. Muthia Rahayu M.Ikom selaku penguji sidang yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik

6. Anindita M.Ikom selaku sekretaris program studi sekaligus pembimbing pada seminar proposal yang sudah membantu, mengajar dan memberikan nasihat yang sangat bermanfaat
7. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku dosen fikom dan dosen pembimbing akademik Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi dan saran yang sangat baik kepada saya
8. Karyawan dan Staff Perpustakaan Universitas Mercu Buana Meruya
9. Ibu saya Siti Maisaroh dan Bapak saya Ditam Efendy saya yang selalu memberikan do'a, semangat, dan motivasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril ataupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
10. Adik saya Rifa Ridho Efendy dan Ardi Galang Efendy yang turut membantu saya
11. Della Yolana dan Fawwax Exa selaku pihak Emina Cosmetics yang memberikan saya kemudahan dalam melakukan wawancara dan observasi
12. Amelia Rasul, Fanny Puspita, Fabbi Marchillia dan Syafira Khairunia selaku informan yang telah bersedia saya wawancara
13. Diri saya sendiri yang begitu luar biasa berjuang menyelesaikan laporan penelitian ini dengan berfikir positif, optimis, bekerja keras dan menikmati segala proses sehingga mampu menyelesaikan tepat waktu
14. Orang special Muhammad Afif Fatur Rachman Meylala yang selalu mendoakan, menghibur, memberikan kasih sayang dan dukungan serta waktunya untuk menyelesaikan laporan ini.

15. Sahabat Luar biasa saya Fany Puspita Wardani, Yang telah memberikan doa, menemani dan memberikan support penulis dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi
16. Sahabat Luar biasa saya Lutfi Afif Umpuan, Amelia Tasya dan Khairunisa Zahra Lubis yang telah Menemani, memberi semangat, kasih sayang, saran untuk peneliti
17. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, semangat, serta do'a dalam pengerjaan Skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 September 2023

Ardita Mazela

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama :Ardita Mazela
NIM :44249010051
Program Studi :Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi :Manajemen Sosial Media Instagram @eminacosmetics Dalam mempertahankan *Brand Image*

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, 7 September 2023 Yang menyatakan,



Ardita Mazela

ABSTRAK

Nama :Ardita Mazela
Nim :44249010051
Program Studi :Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi :Manajemen Sosial Media Instagram
@eminacosmetics Dalam mempertahankan
Brand Image
Pembimbing : Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Manajemen Sosial Media instagram @eminacosmetics dalam mempertahankan brand image dengan fokus dan identifikasi permasalahan terkait *Define The Value Proposition, Segmentation, Targeting and Positioning, Operation and Delivery Process* serta *Measurement and Feedback*. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada tujuh narasumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses pelaksanaan manajemen sosial media instagram @eminacosmetics dalam mempertahankan brand image sesuai dengan fungsinya yaitu *Define The Proposition* dengan memberikan kemudahan dalam pencarian informasi mengenai produk, harga, promosi melalui instagram @eminacosmetics. *Segmentation, Targeting and Positioning* yang dilakukan adalah dengan cara melakukan riset melalui tim internal dan external salah satunya menggunakan *insight* instagram, kemudian data tersebut dikumpulkan untuk menentukan langkah manajemen sosial media instagram @eminacosmetics salah satunya menentukan warna, bahasa dan konten. *Operations and Delivery Process* dengan menentukan metode penyampaian pesan serta strategi dalam penyebaran pesan, @eminacosmetics melibatkan brand ambassador dan Emina *Girl Gang Ambassador*. *Measurement and Feedback* yang diukur adalah dengan melihat hasil konten yang telah dilakukan dan program yang telah berjalan, *feedback* yang diterima @eminacosmetics adalah interaksi melalui komentar, *direct message* dan juga Tag instastory. Dari fungsi-fungsi manajemen tersebut dirasa mampu untuk memanfaatkan aktivitas media sosial dalam mempertahankan brand image yang baik

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan Manajemen Sosial Media yang dilakukan oleh instagram @eminacosmetics memenuhi seluruh tahapan dengan baik. Hal ini terlihat dari pengguna emina yang ikut serta dalam salah satu programnya yaitu Emina *Girl Gang Ambassador* melalui instagramnya dan juga ikut serta dalam penyelenggaraan event yang melibatkan Emina Cosmetics sebagai partisipan.

Kata Kunci: Emina Cosmetics, Manajemen Sosial Media, Instagram, & *Brand image*

ABSTRACT

Name : Ardita Mazela
NIM : 44249010051
Study Program : Communication Sciences
Title Thesis Report : @eminacosmetics Instagram Social Media Management in Maintaining Brand Image
Counsellor : Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom

The purpose of this research is to find out Instagram Social Media Management @eminacosmetics in maintaining brand image by focusing on and identifying problems related to Define The Value Proposition, Segmentation, Targeting and Positioning, Operation and Delivery Process and Measurement and Feedback. This study used descriptive qualitative by conducting in-depth interviews with seven informants.

Based on the results of this study, it shows that the process of implementing Instagram @eminacosmetics social media management in maintaining the brand image is in accordance with its function, namely Define The Propositioning by providing convenience in finding information about products, prices, promotions through Instagram @eminacosmetics. Segmentation, Targeting and Positioning is done by conducting research through internal and external teams, one of which is using Instagram insight, then the data is collected to determine the steps for Instagram social media management @eminacosmetics, one of which is to determine color, language and content. Operations and Delivery Process by determining the method of delivering messages and strategies in spreading messages, @eminacosmetics involves brand ambassadors and Emina Girl Gang Ambassadors. Measurement and Feedback that is measured is by looking at the results of the content that has been carried out and the programs that have been running, the feedback received by @eminacosmetics is interaction through comments, direct messages and also insta story tags. From these management functions it is felt that they are able to take advantage of social media activities in maintaining a good brand image The conclusion of this study is that the implementation of Social Media Management Instagram @eminacosmetics fulfills all stages well. This can be seen from Emina's users participating in one of its programs, namely Emina Girl Gang Ambassador through their Instagram and also participating in organizing events involving Emina Cosmetics as a participant.

Keywords: Emina Cosmetics, Social Media Management, Instagram & Brand image Management

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II TINJAU PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.2 Public Relations.....	24
2.2.3 Manajemen Public Relation	25
2.2.4 Manajemen Media Sosial	27
2.2.5 <i>Brand image</i>	28
2.2.6 Media Sosial	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subjek Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder	38
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Teknik Pemeriksa Keabsahan Data.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Sejarah Emina	41
4.1.1 Visi dan Misi	42
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 <i>Define The Value Proposition</i>	44
4.2.2 <i>Segmentation, Targeting And Positioning</i>	46
4.2.3 <i>Operations And Delivery Process</i>	48
4.2.4 <i>Measurement And Feedback</i>	53
4.2.4.1 Pengalaman <i>followers @Eminacosmetics</i> terhadap penggunaan produk Emina	54
4.2.4.2 <i>Feedback followers @Eminacosmetics</i> terhadap <i>brand image</i> Emina.....	55
4.3 Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Akademis	74
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Macam-Macam Produk Emina	4
Gambar 1. 2 profile Instagram Emina @Eminacosmetics	7
Gambar 4. 1 Website Resmi Emina Cosmetics	60
Gambar 4. 2 Instagram Emina Cosmetics	60
Gambar 4. 6 Color Palette Emina	63
Gambar 4. 7 Interaksi Instagram Emina	66
Gambar 4. 8 Partisipasi dan <i>Feedback</i> Emina	67
Gambar 4. 9 Informasi EGGA	68
Gambar 4. 10 <i>Feedback</i> EGGA	69
Gambar 4. 11 <i>Feedback</i> Terhadap Promosi & Event Emina	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Data Key Informan.....	36
Tabel 3. 2 Data Informan	37
Tabel 4. 1 <i>Content</i> Pillar Instagram @Eminacosmetics.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peneliti dengan Key Informan (Dela Yolana)	77
Lampiran 2 Peneliti dengan Key Informan (Fawwaz Exa Adiluhung).....	77
Lampiran 3 Peneliti dengan Informan (Amela Rasul).....	77
Lampiran 4 Peneliti dengan Informan (Fabiana Marchilia).....	77
Lampiran 5 Peneliti dengan Informan (Syafira Khairunnisa).....	78
Lampiran 6 Peneliti dengan Informan (Fanny Puspita).....	78
Lampiran 7 Pedoman wawancara dengan Key Informan (Content Manager Emina) ...	79
Lampiran 8 Pedoman wawancara dengan Key Informan (Editor Emina)	84
Lampiran 9 Pedoman wawancara dengan Informan @eminacosmetics.....	86

