



**PENGELOLAAN KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@JIMSHONEY.OFFICIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA
MEREK**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

DESILA HADINAR PUTRI

44220010051

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desila Hadinar Putri
NIM : 44220010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Tiktok
@jimshoney.official Dalam Meningkatkan Citra
Merek

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Juli 2024



Desila Hadinar Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Desila Hadinar Putri
NIM : 44220010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Tiktok
@jimshoney.official Dalam Meningkatkan Citra
Merek

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 : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()
NIDN : 0306018903
Ketua Penguji : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si ()
NIDN : 0311036703
Penguji Ahli : Yuni Tresnawati, M.Ikom ()
NIDN : 0326068001

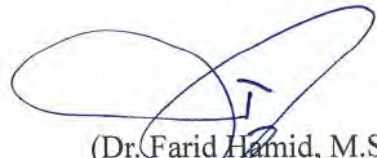
Jakarta, 03 Juli 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. 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 : Desila Hadinar Putri
NIM : 44220010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Tiktok
@jimshoney.official Dalam Meningkatkan Citra
Merek

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, 03 Juli 2024

Yang menyatakan,


(Desila Hadinar Putri)

ABSTRAK

Nama : Desila Hadinar Putri
NIM : 44220010051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Tiktok
@jimshoney.official Dalam Meningkatkan Citra
Merek
Pembimbing : Anindita, S.Pd, M.Ikom

Media Sosial Tiktok dapat dijadikan sebagai media promosi, media informasi, maupun sarana meningkatkan citra dan reputasi perusahaan didepan khalayak. Jims Honey Official memanfaatkan media sosial Tiktok untuk menyebarkan berbagai konten publikasi dari produk Jims Honey kepada *followers* khususnya konsumen agar mereka lebih mengenal produk dari Jims Honey serta membentuk citra dan reputasi yang positif. Tujuan penelitian ini menggambarkan pengelolaan komunikasi media sosial Tiktok @jimshoney.official dalam meningkatkan citra merek.

Teori-teori relevan yang digunakan dalam mendukung penelitian ini, diantaranya Teori Komunikasi Korporasi, *Cyber Public Relations*, *The Circular Model of SOME* yang diperkenalkan oleh Regina Lutrell serta Citra Merek.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma *Post-positivisme*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang melibatkan 6 *key informan* dari Jims Honey Official dan 2 informan pendukung dari *followers* Tiktok @jimshoney.official sebagai data primer, sedangkan data sekunder berupa studi literatur dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jims Honey Official telah menjalani keempat aspek dalam *The Circular Model of SOME*. Hal ini dilihat pada tahap *Share*, Tiktok @jimshoney.official telah berkoneksi dengan audiensnya melalui konten variatif. Pada tahap *Optimize*, Jims Honey Official mendengarkan dan mempelajari interaksi yang disampaikan oleh *audiensnya*. Pada tahap *Manage*, Jims Honey Official memonitoring dan mengelola pesan yang dibagikan. Pada tahap *Engage*, melibatkan *audiens* pada konten-konten yang dibagikan.

Kata Kunci: Tiktok, *Cyber Public Relations*, *The Model Circular of SOME*, Citra Merek

ABSTRACT

Name : Desila Hadinar Putri
NIM : 44220010051
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : *Management of Social Media Communication on TikTok @jimshoney.official in Enhancing Brand Image*
Counsellor : Anindita, S.Pd, M.Ikom

The Social Media of TikTok can serve as a promotional tool, an informational media, and a means to enhance a company's image and reputation in front of its audience. Jims Honey Official utilizes TikTok as a platform to disseminate various promotional content about Jims Honey's products to its followers, especially consumers, aiming to familiarize them with the brand and cultivate a positive image and reputation. The aims of this research is to describes the management of social media communication on TikTok @jimshoney.official in enhancing brand image.

Relevant theories utilized to support this research include Corporate Communication Theory, Cyber Public Relations, The Circular Model of Social Media Engagement (SOME) introduced by Regina Lutrell, and Brand Image theories.

This research used a qualitative descriptive method within the Post-positivism paradigm. Data collection was conducted through interviews involving 6 key informants from Jims Honey Official and 2 supporting informants from the followers of Tiktok @jimshoney.official as primary data, while secondary data consisted of literature studies and documentation.

The results of this research, Jims Honey Official has implementing the four aspects in The Circular Model of SOME. This can be seen at the Share stage, where @jimshoney.official on TikTok has connected with its audience through varied content. In the Optimize stage, Jims Honey Official listens to and learns from the interactions conveyed by its audience. In the Manage stage, Jims Honey Official monitors and manages the messages shared. In the Engage stage, it involves the audience in the shared content.

Keywords: Tiktok, Cyber Public Relations, The Model Circular of SOME, Brand Image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat serta pertolongan-nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) di Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, yang berjudul **“Pengelolaan Komunikasi Media Sosial Tiktok @jimshoney.official Dalam Meningkatkan Citra Merek”** dengan baik. Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah meluangkan waktu, dengan sangat sabar membimbing dan mengingatkan serta mendorong peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Gufroni Sakaril, Drs, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan keputusan penulis dalam mengambil mata kuliah di setiap semester.
3. Bapak Prof. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
6. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Tugas Akhir, Bidang studi Public Relations.
7. Para Dosen,serta Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, motivasi dan pengalamannya kepada peneliti.
8. Orang tua tercinta yakni Bapak Ratamto dan Ibu Suhanah yang telah memberikan segala doa dan dukungannya kepada peneliti, sehingga peneliti semangat dalam mengerjakan penelitian ini hingga selesai dan tepat waktu. Dan terutama kepada Ibu Suhanah selaku Mamah peneliti, terima kasih juga selalu menjadi tempat berkeluh kesah peneliti layaknya seorang sahabat sehingga peneliti bisa sampai pada penyelesaian tugas akhir ini.
9. Kepada seluruh informan penelitian yang sudah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan peneliti yakni Anita Dwi Lestari, Amalina Putri, Faradina Juditr, serta Indah Nurjanah telah memberikan dukungan satu sama lain dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga arahan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah bagi keluarga, bapak-ibu, dan rekan-rekan, sehingga memperoleh balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kesempurnaan skripsi atau tulisan penulis berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran untuk perkembangan pendidikan.

Jakarta, 21 Juni 2024

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Sosial.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi Korporat	23
2.2.1 Strategi Komunikasi Korporasi	23
2.3 Public Relations.....	25
2.3.1 Ruang Lingkup Public Relations	26
2.4 Cyber Public Relations	28
2.4.1 Aktivitas Cyber Public Relations	29

2.5	Citra Merek.....	31
2.5.1	Proses Pembentukan Citra Merek.....	31
2.5.2	Hubungan Citra Merek dengan Ekuitas Merek	32
2.6	Media Sosial	34
2.6.1	Pengelolaan Media Sosial	34
2.7	Tiktok Sebagai Media Sosial.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Subjek Penelitian	40
3.4	Teknik Pengambilan Data.....	42
3.4.1	Data Primer	43
3.4.2	Data Sekunder	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	45
3.6.1	Tringulasi Sumber.....	46
3.6.2	Tringulasi Metode	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Visi dan Misi Jims Honey Official.....	48
4.1.2	Struktur Perusahaan Jims Honey Official.....	49
4.1.3	Akun Media Sosial Tiktok @jimshoney.official.....	49
4.1.4	Deskripsi Informan.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Pengelolaan Komunikasi Media Sosial Tiktok @jimshoney.official dalam Meningkatkan Citra Merek	54
4.2.2	Tanggapan <i>Followers</i> mengenai pengelolaan komunikasi pada Tiktok @jimshoney.official	73
4.3	Pembahasan	78
4.3.1	Pengelolaan Media Sosial Tiktok.....	78
4.3.2	Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> dalam Proses Pengelolaan Media Sosial	81

4.3.3	Pembentukan Citra Merek.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	92
5.2.1	Saran Akademis.....	92
5.2.2	Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Akun Resmi Tiktok @jimshoney.official.....	2
Gambar 1.2: Grafik Negara pengguna Tiktok terbanyak di Dunia pada awal 2023	7
Gambar 2.1 Kerangka Kerja Strategi Komunikasi Korporasi Menurut Argenti...	24
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan Jims Honey Official	49
Gambar 4.2 Akun Resmi Tiktok @jimshoney.official.....	50
Gambar 4.3 Konten Informatif pada Akun @jimshoney.official.....	58
Gambar 4.4 Konten <i>Entertaining</i> pada Akun @jimshoney.official	58
Gambar 4.5 Konten <i>Colaborating</i> pada Akun @jimshoney.official.....	59
Gambar 4.6 Fitur Penunjang Performa Konten Tiktok @jimshoney.official.....	63
Gambar 4.7 Design Konten Tiktok @jimshoney.official.....	69
Gambar 4.8 Konten Informasi Open Affiliate Jims Honey Official	71
Gambar 4.9 Konten Kolaborasi Jims Honey dengan <i>Influencer</i>	72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Konten Jims Honey dengan Salah Satu Kompetitor di Media Sosial.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Media Sosial Jims Honey	5
Tabel 2.1 Tinjauan Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan	17
Tabel 4.1 Informasi informan pendukung yang mengikuti akun Tiktok @jimshoney.official	73

