



**AKTIVITAS KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@ARWANA_CERAMICS PADA PT ARWANA CITRAMULIA TBK DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
DISUSUN OLEH
MERCU BUANA
Renanda Quentasari
44218120079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renanda Quentasari
NIM : 44218120079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi di Media Sosial Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan

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, 04 September 2024

UNIVERSI
MERCU BUANA



Renanda Quentasari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Renanda Quentasari
NIM : 44218120079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi di Media Sosial Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan

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 : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0316129201


Ketua Penguji : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom

NIDN : 0302066903

Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom

NIDN : 0320037307

()

()


()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

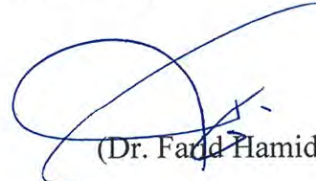
Jakarta, 04 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Fadd 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 : Renanda Quentasari
NIM : 44218120079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi di Media Sosial Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 04 September 2024

Yang menyatakan,


(Renanda Quentasari)

ABSTRAK

Nama : Renanda Quentasari
NIM : 44218120079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi di Media Sosial Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era ini sangat memberikan dampak yang begitu besar terhadap perusahaan di Indonesia, salah satunya untuk berkomunikasi. Segala hal terkait komunikasi sudah dapat dituangkan dalam beberapa media yang dapat menjangkau masyarakat luas, salah satunya Instagram. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk meneliti Aktivitas Komunikasi di Sosial Media Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam membangun citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan konsep teori aktivitas komunikasi menurut Effendy. Konsep teori komunikasi yang dikemukakan oleh Jhon R. Wenburg dan William W. Wilmot juga K. Sereno dan Edwerd M. Bodaken dalam Mulyana (2014) juga diterapkan dalam penelitian ini, yang membagi komunikasi ke dalam 3 jenis yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, serta komunikasi sebagai strategi. Teori mengenai *new media* juga dikaitkan pada hasil penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode Penelitian pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara informan dengan Tim Corporate Communication di PT Arwana Citramulia Tbk. Harapan dari penelitian ini ialah menemukan solusi untuk membuat serta menjaga citra perusahaan agar tetap baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi yang terdapat pada @Arwana_Ceramics telah berhasil menunjukkan citra perusahaan yang positif dengan cara mengadakan berbagai kegiatan semacam *give away* pada unggahannya, serta memperhatikan waktu dalam mengunggah konten agar dapat menjangkau audiens dan menciptakan interaksi dengan audiens. Selain itu, dalam akun mengunggah foto dan video pada fitur *feed*, *stories*, *maupun reels* mengenai berbagai macam kegiatan serta budaya perusahaan sebagai bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan citra perusahaan.

Kata Kunci :Aktivitas komunikasi, Citra Perusahaan, Sosial Media Instagram

ABSTRACT

Name : Renanda Quentasari
NIM : 44218120079
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : *Communication Activities on Social Media Instagram @Arwana_Ceramics at PT Arwana Citramulia TBK in Building Corporate Image*
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom.

ABSTRACT

The development of technology in this era has a huge impact on companies in Indonesia, one of which is for communication. Everything related to communication can be poured into several media that can reach the wider community, one of which is Instagram. In this study, the researcher aims to examine Communication Activities on Social Media Instagram @Arwana_Ceramics at PT Arwana Citramulia Tbk in building the company's image.

This study uses the concept of communication activity theory according to Effendy. The concept of communication theory put forward by Jhon R. Wenburg and William W. Wilmot also K. Sereno and Edwerd M. Bodaken in Mulyana (2014) is also applied in this study, which divides communication into 3 types, namely communication as one-way action, communication as interaction, and communication as strategy. The theory of new media is also associated with the results of this study.

This study uses a qualitative approach research method and a case study method. Data collection was carried out through informant interviews with the Corporate Communication Team at PT Arwana Citramulia Tbk. The hope of this study is to find solutions to create and maintain a good company image. The results of the study show that the communication activities in @Arwana_Ceramics have succeeded in showing a positive corporate image by holding various activities such as giveaways in their uploads, as well as paying attention to the time in uploading content in order to reach the audience and create interaction with the audience. In addition, the account uploads photos and videos on the feed, stories, and reels features regarding various activities and corporate culture as a form of communication activity carried out in improving the corporate image.

Keywords: Communication activities, Corporate Image, Instagram Social Media

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala nikmat, rahmat serta karunia Allah SWT dengan keridhoan-nya, sehingga saya bisa menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul **“Aktivitas Komunikasi di Sosial Media Instagram @Arwana_Ceramics pada PT Arwana Citramulia Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan”** Saya menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi saya ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini saya hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kurniawan Prasetyo S. Ikom, M. Ikom., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan serta memberi masukan yang sangat berharga.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Bidang Studi Public Relation Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M. Ikom serta Ibu Siti Muslichatul, S.Ikom., M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh Dosen Pengajar dan seluruh Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

6. Orang tua tercinta Ibu Elis Setiawati yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tak terhingga kepada peneliti.
7. Kepada Jarot Eko Prasetyo yang sangat mengetahui perjuangan peneliti selama ini, terima kasih telah menemani dan memberikan dukungannya kepada peneliti.
8. Kepada Shifa Nur Fadillah yang bersedia mendengarkan segala curahan peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penyusunan skripsi ini.

Tanpa dukungan doa, kesabaran dan semangat yang kalian berikan kepada peneliti, penulisan proposal skripsi ini tidak dapat berjalan dengan lancar sampai sekarang ini.

Terima kasih

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 18 Maret 2024
Peneliti

Renanda Quentasari

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.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Ilmu Komunikasi	11
2.3. Aktivitas Komunikasi.....	12
2.3.1. Aktivitas Komunikasi Media Sosial	13
2.3.2. Tujuan Komunikasi.....	15
2.3.3. Teori Konsep Komunikasi	16
2.4. Komunikasi Digital.....	19
2.4.1. Definisi Komunikasi Digital.....	19

2.4.2. Konsep Komunikasi Digital.....	20
2.5. Media Komunikasi.....	23
2.6. Konsep Citra Perusahaan.....	23
2.7. Media Baru	24
2.7.1. Definisi Media Baru.....	24
2.7.2. Fungsi Media Baru.....	25
2.7.3. Karakteristik Media Baru.....	26
2.7.4. Pengaruh Media Baru	26
2.8. Media Sosial	27
2.8.1. Pengertian Media Sosial	27
2.8.2. Karakteristik Media Sosial.....	27
2.8.3. Fungsi Media Sosial.....	28
2.8.4. Instagram.....	30
2.9. Aktivitas Komunikasi Instagram @Arwana_Ceramics.....	33
BAB III.....	36
METODELOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Pendekatan Penelitian.....	36
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Subyek Penelitian	38
3.5 Objek Penelitian.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1. Data Primer	39
3.6.2. Data Sekunder.....	40
3.7 Metode Keabsahan Data	41
3.8 Teknik Analisis Data	42
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44

4.1.1. Sejarah Singkat	44
4.1.2. Visi dan Misi.....	46
4.1.3. Struktur Organisasi Corporate Communication.....	47
4.2. Analisis Penelitian	47
4.2.1. Aktivitas Komunikasi Instagram dalam Mendapatkan Target Audience.....	49
4.2.2. Aktivitas Komunikasi Instagram dalam Membangun Citra Perusahaan.....	54
4.3. Pembahasan	59
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran Akademis	63
5.2.2. Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
--------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Layout Instagram @arwana_ceramics	21
Gambar 2.2 Aktivitas Komunikasi dalam Instagram @arwana_ceramics.....	22
Gambar 4.1 (Sumber: Ibu Gitta Yunanda, Manager Sosial Media).....	55
Gambar 4.2 Project Giveaway pada Instagram @Arwana_Ceramics.....	58
(Sumber: Instagram Arwana_Ceramics)	
Gambar 4.3 Unggahan Story @Arwana_Ceramics.....	59
(Sumber: Instagram Arwana_Ceramics)	
Gambar 4.4 Konten Instagram @Arwana_Ceramics.....	62
(Sumber: Instagram Arwana Ceramics)	
Gambar 4.5 Konten Instagram @Arwana_Ceramics.....	64
(Sumber: Instagram Arwana_Ceramics)	

