



ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (ORM)
TABRAKLARI BAND DALAM INSTAGRAM (@tabraklari.nih)



UNIVERSITAS
Rinda Tri Ambarwati
44221010038
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rinda Tri Ambarwati
NIM : 44221010038
Program Studi : IlmuKomunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Online Reputation Management (ORM) Tabraklari Band dalam Instagram (@tabraklari.nih)*

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, 21 Januari 2024



Rinda Tri Ambarwati

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rinda Tri Ambarwati
NIM : 44221010038
Program Studi : IlmuKomunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Online Reputation Management (ORM) Tabraklari Band dalam Instagram (@tabraklari.nih)*

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 : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc

NIDN : 0318109301

Ketua Penguji : Novi Erlita, MA

NIDN : 0309118502

Penguji Ahli : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0314038802

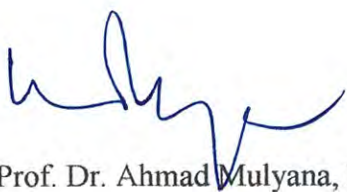


Jakarta, 21 Januari 2025

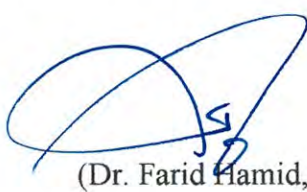
Mengetahui,

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 : Rinda Tri Ambarwati
NIM : 44221010038
Program Studi : IlmuKomunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Online Reputation Management (ORM) Tabraklari Band dalam Instagram (@tabraklari.nih)*

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Rinda Tri Ambarwati)

ABSTRAK

Nama : Rinda Tri Ambarwati
NIM : 44221010038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Online Reputation Management (ORM)*
Tabraklari Band dalam Instagram
Pembimbing : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc

Munculnya band-band baru di Indonesia membuat persaingan di Industri musik indie semakin ketat. Band-band tersebut harus mampu mempublikasikan keunikan yang dimiliki atau nilai pembeda dari band lainnya agar dapat muncul kepermukaan. Publikasi band sangat terbantu oleh adanya media sosial Instagram dengan melakukan pengelolaan reputasi atau manajemen reputasi secara online (*Online Reputation Management*).

Hal tersebut yang terjadi pada Tabraklari band, dimana mereka dapat menghadirkan *fast-core* unik yang memadukan musik yang agresif dengan lirik serta tampilan dengan unsur komedi yang dekat sekali dengan sehari-hari masyarakat Indonesia, berbeda dari band *fast-core* pada umumnya yang fokus pada kritik sosial dengan tampilan yang sangar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen reputasi Tabraklari band dalam media sosial Instagram melalui tiga komponen penting dalam *Online Reputation Management (ORM)* yaitu *Search Engine Optimization SEO*, *Social Media Activity*, *Consumer Generated Media (CGM)* dan teori Scott M. Cutlip mengenai Peran fungsional *Public relations* salah satunya adalah *Communication Technician*.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Tabraklari Band dapat memaksimalkan tiga komponen penting terkait manajemen reputasi online (*SEO*, *Social Media Activity*, *CGM*) di Instagram sehingga reputasi mereka sebagai band *fast-core* yang berkomediterima publiknya, hal tersebut dapat dilihat dari keunikan pada *visual identity* pada Instagram @tabraklari.nih, citra vokalis sebagai *stand up comedian* hingga peran fungsional *PR* yang dijalankan oleh Tabraklari band.

Kata Kunci: *Online Reputations Management (ORM)*, *Reputasi*, *Public Relations*.

ABSTRACT

Name : Rinda Tri Ambarwati
NIM : 44221010038
Major : Ilmu Komunikasi
Title : *Online Reputation Management (ORM)*
Tabraklari Band dalam Instagram
(@tabraklari.nih)
Mentor : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc

The emergence of new bands in Indonesia has made the competition in the indie music industry increasingly tight. These bands must be able to publish their uniqueness or differentiating value from other bands in order to emerge to the surface. Band publication is greatly assisted by the existence of Instagram social media by managing reputation or reputation management online (Online Reputation Management).

This is what happened to the Tabraklari band, where they were able to present a unique fast-core that combines aggressive music with lyrics and appearances with comedy elements that are very close to the daily lives of Indonesian people, different from fast-core bands in general that focus on social criticism with a fierce appearance.

This study uses a qualitative approach with a case study method that aims to determine how Tabraklari band's reputation management is on Instagram social media through three important components in Online Reputation Management (ORM), namely Search Engine Optimization SEO, Social Media Activity, Consumer Generated Media (CGM) and Scott M. Cutlip's theory regarding the functional role of Public relations, one of which is Communication Technician.

The research results show that Tabraklari Band can maximize three important components related to online reputation management (SEO, Social Media Activity, CGM) on Instagram so that their reputation as a fast-core comedy band is accepted by the public, this can be seen from the uniqueness of the visual identity on Instagram @tabraklari.nih, the image of the vocalist as a stand-up comedian to the functional role of PR carried out by Tabraklari Band.

Keywords: *Online Reputations Management (ORM), Reputation, Public Relations.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia yang telah diberikan selama menjalani proses pembuatan skripsi yang berjudul *Online Reputation Management (ORM) Tabraklari band dalam Instagram @tabraklari.nih* sampai dengan selesai. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penelitian dalam skripsi ini juga disusun atas kerjasama, berkat bantuan, bimbingan, dukungan, nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik dan sabar hingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan kepada peneliti terkait penyusunan penelitian yang baik dan benar.
4. Kedua orang tua peneliti, bapak Basoris dan Mama Siti Anisa Labia yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, perhatian hingga menyediakan

- fasilitas pendidikan yang memadai untuk memudahkan peneliti dalam menimba ilmu mulai dari Taman Kanak-Kanak hingga di Perguruan Tinggi.
5. Ibu Novi Erlita, MA selaku ketua sidang dalam pelaksanaan sidang tugas akhir yang telah memimpin jalannya sidang serta yang memberikan masukan-masukan revisi agar peneliti memiliki pemahaman yang baru terkait penelitian yang sedang dilakukan.
 6. Ibu Mardhiyyah S.Ikom, M.Ikom selaku dosen penguji ahli pada sidang tugas akhir peneliti yang memberikan sudut pandang baru terkait penelitian yang bertujuan agar peneliti dapat memperdalam pembahasan pada penelitian.
 7. Kepada Ibu Novia Ika selaku Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu siap siaga membantu dan menjawab semua pertanyaan saya terkait persiapan berkas-berkas pra-sidang hingga selesai sidang.
 8. Tabraklari Band yang bersedia untuk dijadikan subjek penelitian tugas akhir peneliti sebagai informan utama yang memberikan jawaban kunci atas pertanyaan penelitian yang peneliti ajukan.
 9. M. Wisnu Wardana dan Lukman Hadiansyah yang sudah bersedia menjadi informan tambahan pada penelitian ini yang memberikan jawaban untuk memperkuat hasil penelitian peneliti.
 10. Teman-teman seperjuangan yang saling membantu satu sama lain dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini yakni; Rosalina Pasaribu dan Upi Warida.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak sekali kekurangan, sehingga kritik dan juga saran yang membangun sangat diharapkan untuk karya yang lebih baik lagi kedepannya. Akhirnya peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian.



Jakarta, 21 Januari 2024

Rinda Tri Ambarwati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Public Relations	22
2.2.2 Reputasi Online.....	27
2.2.3 <i>Online Reputation Management (ORM)</i>	30
2.2.4 Social Media (Instagram).....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian	47

3.2 Metode Penelitian	48
3.3 Subjek Penelitian	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	54
3.4.2 Data Sekunder	55
3.5 Teknik Analisis Data	55
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Profil dan Sejarah Terbentuknya Tabraklari Band	59
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Keunikan Identitas dan Reputasi Tabraklari Band	66
4.2.1.1 Keunikan dan Gimik Tabraklari Band.....	66
4.2.1.2 Reputasi Tabraklari Band di Mata Media dan Publik.....	74
4.2.2 Reputasi Tabraklari Band melalui Online Reputation Management (ORM)	82
4.2.2.1 Pemahaman dan Pendalaman konsep Online Reputation Management (ORM)	82
4.2.2.2 Peran Fungsional Public Relations dalam Mengelola Reputasi Tabraklari Band.....	102
4.2.2.3 Online Reputation Management (ORM) dalam Pembuatan Konten Instagram @tabraklari.nih	106
4.3 Pembahasan	111
4.3.1 Visual Identity dan Citra, Dasar Terciptanya Reputasi Online.....	112
4.3.2 Online Reputation Management (ORM) terhadap Reputasi Tabraklari Band.....	114
4.3.3 Peran Public Relations dalam Online Reputation Management (ORM) Tabraklari Band.	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	127

5.2.1 Saran Akademis	127
5.2.2 Saran Praktis	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Tabel Data Informan Utama	50
Tabel 3. 2 Tabel Data Informan Tambahan	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laman Instagram @tabraklari.nih.....	3
Gambar 1. 2 Feed Instagram konten Kissenin (Kisah-Kisah Hari Senin)	5
Gambar 1. 3 Akun X @TabraklariNih.....	7
Gambar 1. 4 Salah satu konten "meme" Tabraklari.....	11
Gambar 2. 1 Skema Identitas, Citra dan Reputasi	28
Gambar 2. 2 Online Reputation Component.....	36
Gambar 2. 3 Kerangka Kerja Manajemen Reputasi Online.....	39
Gambar 4. 1 Foto seluruh personil Tabraklari Band.....	59
Gambar 4. 2 Foto 6 rilisan yang sudah rilis Tabraklari mulai 2019 - 2024	60
Gambar 4. 3 Foto wawancara dengan wawancara dengan Tabraklari Band	64
Gambar 4. 4 Luthfi (Vokalis Tabraklari) tampil di Somasi Close The Door	68
Gambar 4. 5 Komentar Netizen Somasi terhadap penampilan Luthfi	68
Gambar 4. 6 Salah satu penggalan lirik Satanis Takut Hantu.....	71
Gambar 4. 7 Desain Artwork dari Album "Keluar Tumbuh Liar" (2024).....	73
Gambar 4. 8 Desain Merchandise Tabraklari yang diunggah di Instagram.....	74
Gambar 4. 9 Dokumentasi wawancara dengan Wisnu (Penggemar Tabraklari band).....	76
Gambar 4. 10 Ulasan media terhadap Tabraklari band di akun @twenty.threepm	76
Gambar 4. 11 Tabraklari di berita online www.tvonenews.com	77
Gambar 4. 12 Wawancara dengan Lukman (Fans Tabraklari)	79
Gambar 4. 13 Flyer Tabraklari di Synchronize Fest 2022 & Hammersonic 2024	82
Gambar 4. 14 Contoh memaksimalkan SEO pada Instagram Tabraklari.....	86
Gambar 4. 15 Data analitik postingan Krapela Tabraklari	87
Gambar 4. 16 Aktivitas band di Instagram Tabraklari.....	89
Gambar 4. 17 Contoh penggunaan caption subjek "gua" sebagai orang pertama	91
Gambar 4. 18 Feed Instagram Tabraklari yang konsisten dengan konten komedinya	93
Gambar 4. 19 Fitur Data Insight Instagram yang digunakan untuk evaluasi konten	95

Gambar 4. 20 Followers akun Instagram Tabraklari yang mengekspresikan.....	96
Gambar 4. 21 Pengikut yang merespon lagu dari Tabraklari melalui konten video	97
Gambar 4. 22 Konten reels @tabraklari.nih	100
Gambar 4. 23 Zine “Pilih Aku atau Tour 2023”	103
Gambar 4. 24 Salah satu Press Release yang dibuat Odongpejjj.....	104
Gambar 4. 25 Tabraklari Special Show 2022	105
Gambar 4. 26 Konten Meme ala Tabraklari band Di Instagram @tabraklari.nih	109
Gambar 4. 27 Program Masak Tabraklari diunggah di Instagram @tabraklari .nih.....	110
Gambar 4. 28 Laman Profil @tabraklari.nih	115



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Draft Pertanyaan	133
Lampiran. 2 Transkrip hasil wawancara	149
Lampiran. 3 Contoh dokumen press release yang dibuat oleh Odongpejjj.....	171
Lampiran. 4 Dokumentasi wawancara	173
Lampiran. 5 <i>Curriculum Vitae (CV)</i> Peneliti	176



UNIVERSITAS
MERCU BUANA