



**PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @posindonesia.ig
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. POS INDONESIA
(PERSERO)**

(Survey Terhadap Followers Instagram @posindonesia.ig)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
MERCU BUANA**
Qk Syadzwina 'Izzati

44221010068

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qk Syadzwina 'Izzati
NIM : 44221010068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Sosial Media Instagram
@posindonesia.ig Terhadap Citra
Perusahaan PT Pos Indonesia

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, 22 Februari 2025


T21DDAKX604049046
Qk Syadzwina 'Izzati.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Qk Syadzwina 'Izzati
NIM : 44221010068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Sosial
Media Instagram @posindonesia.ig Terhadap Citra
Perusahaan PT Pos Indonesia (Persero)

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 : Zulmi Savitri S.Ikom, M.Ikom ()
NIDN : 0308018703
Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma M.Ikom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Sugihantoro S,Sos, M.Ikom ()
NIDN : 0330117306

Jakarta, 20 February 2025


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(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 : Qk Syadzwina 'Izzati
NIM : 44221010068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Sosial Media Instagram @posindonesia.ig Terhadap Citra Perusahaan PT Pos Indonesia

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, 22 Februari 2025
Yang menyatakan,



(Qk Syadzwina 'Izzati)

ABSTRAK

Nama : Qk Syadzwina 'Izzati
NIM : 44221010068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Instagram @posindonesia.ig Terhadap Citra Perusahaan PT Pos Indonesia (Persero)
Pembimbing : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom

PT Pos Indonesia (Persero) adalah perusahaan milik negara yang berjalan di bidang jasa layanan pos dalam distribusi surat dan paket di Indonesia. Dalam upaya memperkenalkan layanannya kepada masyarakat, perusahaan melakukan pemanfaatan akan media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu sarana komunikasi dengan publik. Penelitian ini mengandung tujuannya guna memperoleh pengetahuan sekaligus menjelaskan pengaruh Sosial Media Instagram pada Citra Perusahaan PT Pos Indonesia.

Penelitian ini mempergunakan paradigma positivisme mempergunakan metode penelitian survey, pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yakni followers Instagram @posindonesia.ig beserta sampel diangka 100 responden mempergunakan rumus Slovin. Teknik yang dipergunakan pada penarikan sampel yakni teknik simple random sampling. Penelitian ini mempergunakan SPSS versi 30 guna melakukan Uji Normalitas, Realibitas, Validitas, Regresi, Korealsi Hipotesis dan Koefisien Determinasi.

Hasil melalui analisis penelitian ini memperoleh kesimpulan yakni uji T sebesar $t \text{ hitung } 19,825 > t \text{ tabel } 1,983$ sehingga mampu dinyatakan bahwasanya H_0 ditolak serta H_1 diterima, hal ini memperlihatkan variabel Sosial Media Instagram memegang nilai probabilitas signifikan sehingga melalui hasil tersebut mampu dihasilkan simpulan bahwasanya variabel Sosial Media Instagram (X) berpengaruh pada Citra Perusahaan (Y).

Kata Kunci : Sosial Media, Instagram, Citra Perusahaan, Pos Indonesia

ABSTRACT

Name : Qk Syadzwina 'Izzati
NIM : 44221010068
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Report Title : *The Influence of Instagram Social Media @posindonesia.ig on the Corporate Image of PT Pos Indonesia (Persero)*
Counsellor : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom

PT Pos Indonesia (Persero) is a state-owned company engaged in postal services in the distribution of letters and packages in Indonesia. In an effort to introduce its services to the public, the company utilizes social media, especially Instagram, as a means of communication with the public. This study aims to determine and explain the influence of Instagram Social Media on the Corporate Image of PT Pos Indonesia.

This study uses a positivist paradigm using a survey research method, a quantitative approach. The population in this study were Instagram followers @posindonesia.ig and a sample of 100 respondents using the Slovin formula. The technique used in drawing samples is the simple random sampling technique. This study uses SPSS version 30 to conduct Normality, Reliability, Validity, Regression, Hypothesis Correlation and Determination Coefficient Tests.

The results of this re-search analysis obtained the conclusion that the T test was $t_{count} 19.825 > t_{table} 1.983$ so that it can be stated that H_0 is rejected and H_1 is accepted, this shows that the Instagram Social Media variable has a significant probability value so that from these results it can be concluded that the Instagram Social Media variable (X) has an effect on Corporate Image (Y).

Keywords: Social Media, Instagram, Corporate Image, Pos Indonesia

KATA PENGANTAR

Segala puji sekaligus syukur atas kehadiran Allah SWT dikarenakan berkah, rahmat beserta hidayah-Nya yang terus dilimpahkannya teruntuk penulis, sehingga mampu melakukan penyelesaian akan skripsi yang mempergunakan judul “PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @posindonesia.ig TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT POS INDONESIA” Adapun tujuan melalui penulisan ini yakni guna memberi tambahan akan wawasan berkaitan pada ilmu yang ditempuhnya penulis, juga menjadi persyaratan guna melakukan penyelesaian akan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Public Relation Universitas Mercu Buana.

Saya menyadari saat penyusunan skripsi ini tak akan terselesaikan dengan tidak adanya bantuan melalui beragam pihak. Dikarenakan itu dalam kesempatan ini saya berkeinginan melakukan penyampaian akan ucapan terima kasih yang ditujukan :

1. Ibu Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan bantuan beserta bimbingan pada peneliti saat melakukan penyelesaian atas penelitian ini;
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
4. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berhasil mendidik sekaligus membagi ilmu bermanfaat, sehingga peneliti dapat sampai ke tahap ini dan mengerti apa yang belum peneliti mengerti sebelumnya. Serta Staff yang banyak memberikan bantuan pada bidang administrasi teruntuk kegiatan akademik.
5. Segenap responden, yang telah bersedia guna membantu sekaligus dan meluangkan waktu melakukan pengisian akan kuesioner penelitian tugas akhir ini.

6. Ayah (Riza Azhari), Ibu (Hety Mulyani), Adik Laki-laki (Muhammad Ezzy Al Muzaqi), dan Adik Perempuan (Syafanna Qayza Izzati) yang tidak pernah absen dalam menyumbangkan banyak doa beserta dukungan, menjadikan peneliti mampu melakukan penyelesaian akan penelitian secara semangat;
7. Devina Fitriani, Alvina Maharani, Eli Putri selaku sahabat di kampus yang selalu berjuang bersama, menemani, dan menolong pada saat perkuliahan disaat peneliti sedang dimasa sulit dan membutuhkan;
8. Tiara, Wita, Nurhaliza selaku sahabat yang juga selalu memberikan dukungan positif kepada peneliti. Dan Agustian Budiarto selaku teman dekat yang terus menemani, memberikan bantuan, menjadi tempat curhat, serta menyemangati dikala peneliti sedang membutuhkan.;
9. Serta seluruh pihak yang sudah menghadirkan bantuan, saran beserta motivasi pada saat tahapan penyelesaian proposal skripsi.
10. Terima Kasih kepada Qk Syadzwina 'Izzati yaitu diri saya sendiri karena telah berjuang sebaik mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih karena tidak menyerah dan berusaha hingga sampai pada tahap ini.

Saya menyadari Skripsi ini tidak terhindarkan pada beragam kekurangan. Saya memiliki pengharapan saran dan kritik teruntuk kesempurnaan sekaligus perbaikannya yang menjadikan laporan Skripsi ini mampu menyumbangkan manfaat teruntuk bidang Pendidikan beserta penerapannya di lapangan juga mampu dilakukan pengembangan dengan lebih lanjut.

Tangerang, 19 Maret 2024

Qk Syadzwina 'Izzati

NIM 44221010068

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
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Kajian Teoritis	24
2.2.1 <i>Public Relations</i>	24
2.2.2 <i>Stimulus-Respons (S-R)</i>	28
2.2.3 <i>New Media</i>	29
2.2.4 <i>Media Sosial</i>	33
2.2.5 <i>Instagram</i>	36
2.2.6 <i>Citra</i>	39
2.2.7 <i>Citra Perusahaan</i>	41
2.3. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Paradigma Penelitian	46

3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	49
3.4.1.	Definisi Konsep	49
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.1	Uji Validitas	56
3.5.2	Uji Reliabilitas	58
3.6	Teknik Analisis Data	60
3.6.1.	Uji Normalitas.....	62
3.6.2.	Analisis Regresi Linear Sederhana	62
3.6.3.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	63
3.7	Uji T	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2.	Hasil Penelitian	69
4.3.	Pembahasan.....	108
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran.....	113
5.2.1	Saran Akademis.....	114
5.2.2	Saran Praktis	114
	DAFTAR PUSTAKA.....	115
	LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Pos Indonesia	5
Gambar 1. 2 Profil Instagram @posindonesia.ig	8
Gambar 1. 3 Waktu Terbaik Unggah Konten Instagram 2024	8
Gambar 1. 4 Konten Instagram @posindonesia.ig	9
Gambar 4. 1 Logo PT Pos Indonesia	65
Gambar 4. 2 Profile Instagram @posindonesia.ig	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	51
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel X.....	57
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y	58
Tabel 3.4 Klasifikasi Reliabilitas Alpha Cronbach	59
Tabel 3. 5 Uji Realibilitas Variabel Pengaruh Sosial Media Instagram @posindonesia.ig (X)	60
Tabel 3. 6 Uji Reabilitas Variabel Citra Perusahaan (Y).....	60
Tabel 3.7 Skala Likert	61

