



**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@poloindonesiaofficial DALAM MEMBANGUN *BRAND*
IMAGE POLO INDONESIA**

LAPORAN SKRIPSI

**ELSA HERLITA
44219120041**

**UNIVERSITAS
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 : Elsa Herlita

NIM 44219120041

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram
@poloindonesiaofficial dalam Membangun
Brand Image Polo 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, Agustus 2025



Elsa herlita

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Elsa Herlita
NIM : 44219120041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram
@poloindonesiaofficial dalam Membangun
Brand Image Polo Indonesia

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 : Dr. Farid Hamid Umarela, M Si ()
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Dr. Feni Fasta, M.Si ()
NIDN : 0306047601
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. ()
NIDN : 0317089402

Jakarta, 23 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid Umarela, M Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @poloindonesiaofficial DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE POLO INDONESIA”**. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penyusunan laporan penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis haturkan Puji Syukur atas kekuatan Allah Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada semua yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian ini terutama kepada:

1. **Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus bersedia untuk menjadi Dosen Pembimbing untuk penelitian saya, untuk waktu, tenaga dan pikiran dalam penyusunan laporan penelitian ini yang banyak memberikan arahan dan masukannya kepada saya.
2. **Ibu Novi Erlita, S.Sos., MA** selaku dosen penguji pada seminar proposal yang sudah memberikan masukan dan arahan serta ilmu yang telah diberikan.
3. **Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah mengajar dan mendidik dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang bermanfaat dalam penelitian laporan ini.
4. **Almarhum Ayahanda Herman di surga**, cinta pertama dalam hidup saya, sekaligus sosok yang menjadi cahaya dan arah langkah saya.

Meski tak sempat merasakan bangku perkuliahan, Ayah tak pernah lelah menunjukkan bahwa pendidikan adalah warisan terbaik yang bisa diberikan. Dengan segala keterbatasan, Ayah membesarkan saya dengan kasih yang tak bersyarat, kerja keras tanpa pamrih, dan doa-doa yang tak pernah putus. Setiap langkah penulis di dunia pendidikan adalah buah dari pengorbanan dan cinta Ayah yang tak ternilai.

Ayah, Terima kasih telah menjadi alasan saya untuk tidak menyerah.

5. **Almarhumah Ibunda tercinta, Agata Suparmi**, Engkaulah sosok paling berarti dalam hidup saya, tempat segala rasa cinta dan rindu. Dalam segala keterbatasan dan kesulitan dalam hidup, Ibu tidak pernah sekali pun mengeluh apalagi mematahkan semangat saya. Terima kasih Ibu, telah menjadi sandaran hati dan sumber doa yang tak pernah putus, bahkan saat dunia terasa berat. Tak ada kata yang cukup menggambarkan betapa besar cinta saya pada ibu. Semoga Allah SWT melapangkan kubur kedua orangtua saya dan menempatkan ibu bersama Ayah di tempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.
6. **Untuk diri saya Elsa Herlita**, Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap melangkah meski seringkali dunia terasa berat, meski air mata kerap jatuh diam-diam. Tahun 2023 adalah tahun paling berat untuk saya ditinggalkan kedua orang tua dalam waktu bersamaan, semuanya begitu terasa sulit dan berat namun saya memilih untuk tidak menyerah, meski banyak hal yang membuat saya ingin berhenti. Semoga ini menjadi awalan saya untuk meraih kesuksesan dan cita-cita. Dan semoga gelar ini membuat saya tetap rendah hati.

Jakarta,

Elsa Herlita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Elsa Herlita
NIM : 44219120041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram
@poloindonesiaofficial dalam Membangun
Brand Image Polo 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.

Jakarta, Agustus 2025

Yang menyatakan,


(Elsa Herlita)

ABSTRAK

Nama : Elsa Herlita
NIM : 44219120041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Instagram
@poloindonesiaofficial dalam Membangun
Brand Image Polo Indonesia
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

Perkembangan media sosial memberikan peluang besar bagi perusahaan dalam membangun brand image. Polo Indonesia sebagai merek *fashion* lokal memanfaatkan Instagram @poloindonesiaofficial untuk memperkuat citra mereknya di tengah persaingan dengan brand global.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menelaah strategi pengelolaan konten, interaksi dengan *audiens*, serta tantangan yang dihadapi tim media sosial Polo Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan Instagram berperan positif dalam membangun *brand image* melalui konsistensi visual, pemanfaatan fitur interaktif, dan kolaborasi dengan *influencer*. Namun, tingkat keterlibatan *audiens* masih rendah dibanding jumlah pengikut, sehingga perlu strategi konten yang lebih adaptif.

Kesimpulannya, Instagram efektif digunakan sebagai sarana digital branding apabila dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat. Temuan ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan kajian komunikasi digital dan praktik branding perusahaan lokal.

Kata kunci: Media sosial, Instagram, *Brand Image*, Polo Indonesia

ABSTRACT

Name : Elsa Herlita
NIM 44219120041
Study Program : Communication Studies
Thesis Title : Managing Instagram Social Media
@poloindonesiaofficial in
Building Polo Indonesia's Brand
Image
Counsellor : Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

Social media offers significant opportunities for companies to build their brand image. Polo Indonesia, as a local fashion brand, utilizes Instagram @poloindonesiaofficial to strengthen its identity amid global competition.

This research employs a qualitative phenomenological approach to examine content management strategies, audience interaction, and challenges faced by Polo Indonesia's social media team.

The findings indicate that Instagram positively contributes to brand image through consistent visuals, interactive features, and influencer collaborations. However, audience engagement remains relatively low compared to the follower base, requiring more adaptive strategies.

In conclusion, Instagram is an effective platform for digital branding when managed with proper communication strategies. These results provide both academic insights and practical guidance for local companies in strengthening competitiveness through social media..

Keywords: *Social media, Instagram, Brand Image, Polo Indonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat akademis	10
1.4.2. Manfaat praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.3 Media Sosial	19
2.3.1 Instagram.....	23
2.4. Pengelolaan Media Sosial.....	28
2.4.1 SOME Model.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	44

3.3	Subjek Penelitian	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1.	Data Primer	46
3.4.2.	Data Sekunder	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Profile Singkat Perusahaan	53
4.1.2	Logo	54
4.1.3	Produk POLO Indonesia	54
4.2.	Hasil Penelitian	55
4.2.1.	Perencanaan Pengelolaan Media Instagram Polo Indonesia.....	55
4.2.2	Aktifitas Media Sosial (Termasuk Pemanfaat Fitur2)	57
4.2.3	Hambatan dan Tantangan	58
4.2.4	Evaluasi.....	60
4.3.	Pembahasan	64
4.3.1	Perencanaan Konten dan Konsistensi Visual <i>Branding</i>	64
4.3.2	Kendala dalam Pengelolaan.....	71
4.3.3	Pemanfaatan Fitur Instagram dalam Membangun Keterlibatan	73
4.3.4.	Tantangan dalam Pengelolaan Media Sosial.....	76
4.3.5.	Evaluasi Pengelolaan dan Dampak terhadap <i>Brand Image</i>	77
4.3.6	Relevansi dengan Dimensi <i>Brand Image</i>	79
4.3.7	Implikasi untuk Strategi Digital <i>Branding</i>	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1.	Kesimpulan	87
5.2.	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Perbandingan <i>Rells & Stories</i>	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @poloindonesiaofficial	3
Gambar 4.1 Logo POLO Indonesia.....	48
Gambar 4.2 Produk Polo	48
Gambar 4.3 POLO MENS Hoodie.....	49
Gambar 4.4 Produk Polo	49
Gambar 4.5 POLO Cap Little Pony	50
Gambar 4.6 Produk Polo	50
Gambar 4.7 Postingan <i>Reels</i>	63
Gambar 4.8 Postingan <i>Story</i>	64

