

STRATEGI HUMAS DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

CV.TIRTO AGUNG ABADI MOTOR MOJOKERTO

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Instagram

@hondatirtoagungmotor_mojokerto)

SKRIPSI



IVENA NATASHA CHRISTIN JULIARDIJANTO

NPM. 18043010065

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2024


**LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI HUMAS DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

CV.TIRTO AGUNG ABADI MOTOR MOJOKERTO
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Instagram
@hondatirtoagungmotor_mojokerto)

Ivena Natasha Christin Juliardjanto
NPM. 18043010065

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi Menyetujui,

PEMBIMBING


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI HUMAS DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

CV.TIRTO AGUNG ABADI MOTOR MOJOKERTO
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Instagram
@hondatirtoagungmotor_mojokerto)

Disusun Oleh:

Ivena Natasha Christin Juliardijanto
NPM. 1804301010065

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 09 Juli 2024

Pembimbing,

Tim Penguji,

Drs.Saifuddin Zuhri, M.S.i
NIP.197006122021211002

Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.S.i., M.Ed
NPT. 373059901701

Drs. Saifuddin Zuhri, M.S.i
NIP. 197006122021211002

Oktifani Winarti, S.I.Kom., M.A
NPT. 20219931003180

Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP.196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama : Ivena Natasha Christin Juliardijanto

NPM 18043010065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : **Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram CV. Tirta Agung Abadi Motor Mojokerto (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Instagram @hondatirtoagungmotor_mojokerto)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan adalah karya asli saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi universitas lainnya.
2. Hasil karya saya merupakan sebuah gagasan, rumusan, dan hasil dari pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Hasil karya saya merupakan hasil dari revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh dosen pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat adanya karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang digunakan sebagai sebuah acuan dalam penelitian ini dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 11 Juli 2024



Ivena Natasha Christin Juliardijanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sekarang ini yang berjudul **STRATEGI HUMAS DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM CV.TIRTO AGUNG ABADI MOTOR MOJOKERTO (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Media Sosial Instagram @hondatirtoagungmotor_mojokerto).**

Pada kesempatan kali ini penulis juga tidak lupa menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.si. selaku dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan dan menulis skripsi ini. Terima kasih telah membimbing penulis.
4. Para dosen dan karyawan atau staff Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang berguna untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih juga kepada Humas CV. Tirto Agung Abadi Motor yang telah memberikan motivasi dan waktunya khususnya untuk Ibu Febrina yang telah memberikan izin untuk penulis dalam mengajukan skripsi ini untuk dijadikan objek penulisan penulis pada saat ini.

6. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih untuk keluarga, teman, sahabat, saudara yang selama penulisan ini sangat mendukung penulis dalam hal apapun.

Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, tidak hanya menguntungkan sebelah pihak saja melainkan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yang terkait dalam penulisan ini. Besar harapan penulis untuk menampung segala kritik ataupun saran yang bersifat membangun dalam kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 2024

Penulis

Ivena Natasha Christin Juliardijanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORSINILITAS	iii
KATA PENGANTAR	iiiv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penulisan.....	11
1.4 Manfaat Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 PenulisanTerdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Humas Digital.....	18
2.2.2 Strategi Humas	21
2.2.3 Media Sosial.....	25
2.2.4 Instagram.....	28
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENULISAN	37
3.1 Jenis Penulisan	37
3.2 Definisi Konseptual.....	38
3.3 Lokasi Penulisan	41
3.4 Informan Penulisan	41
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6 Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Identitas Informan	47
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	49
4.2.1 Instagram Sebagai Media Aktif.....	51
4.2.2 Instagram Sebagai Efektifitas Media	55
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Instagram Sebagai Media Aktif.....	60
4.3.2 Instagram Sebagai Efektifitas Media	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Audience Overview	6
Gambar 1.2 Akun Instagram Tirto Agung Abadi Motor	8
Gambar 1.3 Instagram Tirto Agung Abadi Motor	10
Gambar 1.4 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	62
Gambar 1.5 Instagram Dealer Agung Abadi Motor	63
Gambar 1.6 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	65
Gambar 1.7 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	68
Gambar 1.8 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	71
Gambar 1.9 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	73
Gambar 1.10 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	73
Gambar 1.11 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	74
Gambar 1.12 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	75
Gambar 1.13 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	77
Gambar 1.14 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	78
Gambar 1.15 Instagram Dealer Tirto Agung Abadi Motor	79
Gambar 1.15 Dealer Tirto Agung Abadi Motor	100
Gambar 1.15 Dealer Tirto Agung Abadi Motor	100
Gambar 1.15 Dealer Tirto Agung Abadi Motor	101
Gambar 1.15 Dealer Tirto Agung Abadi Motor	101
Gambar 1.15 Dealer Tirto Agung Abadi Motor	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu	15
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	34

ABSTRAK

Virus Covid-19 membuat para pelaku usaha di dunia mengalami penurunan bahkan hingga gulung tikar bagi pelaku usaha kecil hingga pelaku usaha. Dampak dari pandemi ini pun mulai dapat dirasakan dengan terjadinya pergeseran gaya hidup masyarakat dunia termasuk Indonesia. Menggunakan kecanggihan yang ada maka khalayak bisa cepat untuk terpenuhi kebutuhannya hanya dengan menggunakan jari dan jaringan internet. Pada dasarnya tujuan humas adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra baik terhadap perusahaan. Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana hanya untuk memenuhi kebutuhan hiburan, selain memiliki banyak media sosial tertarik, Instagram juga sarana komunikasi Pekerja sosial memiliki peluang besar dalam aktivitas komersial. Strategi penyampaian pesan yang efektif adalah dapat tersampaikan makna pesan dan dapat menyampaikan tujuan promosi di CV. Tirta Agung Abadi Motor. Memanfaatkan kreativitas dalam membuat strategi pemasaran produk dengan menggunakan media sosial.

Kata Kunci : Covid-19, Humas, Instagram, Strategi Humas

ABSTRACT

The Covid-19 virus caused business actors in the world to experience a decline and even small businesses and entrepreneurs went out of business. The impact of this pandemic is starting to be felt with a shift in people's lifestyles throughout the world, including Indonesia. With existing sophistication, people can quickly fulfill their needs just by using their fingers and the internet network. Basically, the purpose of public relations is to disseminate information, create, maintain and foster harmonious good relationships so that a good image of the company is obtained. Instagram is not only used as a means to fulfill entertainment needs, apart from having many social media fans, Instagram is also a means of communication. Social workers have great opportunities in commercial activities. An effective message delivery strategy is that the meaning of the message can be conveyed and can convey the promotional objectives on the CV. Tirta Agung Abadi Motor. Utilizing creativity in creating product marketing strategies using social media.

Keywords : Covid-19, Humas, Instagram, Humas Strategic