

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM DIGITAL  
BRANDING RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAMA 3**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan  
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

**MUTHIA AZZAHRA**

1408520075

**PROGRAM STUDI**

**HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**LEMBAR ORISINALITAS**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI  
HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Digital Branding Radio Republik Indonesia Programa 3 adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

**Jakarta, 20 Juni 2024**




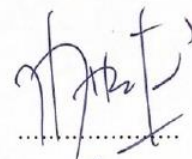


**Muthia Azzahra  
NIM. 1408520075**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta



**TIM PENGUJI**

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP. 19810404.200912.1.004 Ketua Sidang	 .....	04/07/24 .....
2.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> NIP. 19770910.200812.2.002 Dosen Pembimbing	 .....	28/06/24 .....
3.	<u>Muria Putriana, S.AP., M.Pd</u> NIDN. 89850090024 Dosen Penguji Ahli	 .....	03/07/24 .....
4.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 19950922.202203.2.020 Sekretaris Sidang	 .....	29 Juni 2024 .....

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Digital Branding Radio Republik Indonesia Programa 3” dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Penulis menyadari bahwa penyelesaian laporan ini tidak akan mungkin tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si selaku Koordinator Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu sosial, Universitas Negeri Jakarta
4. Wina Puspita Sari, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 120 yang selalu mendukung kegiatan penelitian ini serta membimbing dengan sangat sabar dan baik
5. Seluruh Dosen Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu sosial, Universitas Negeri Jakarta
6. Informan dari Tim Media Sosial RRI Pro 3, Mba Rima dan Pak Jack yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan pengalaman selama melakukan riset penelitian.
7. Orang tua tercinta, Mama, Ayah, terima kasih telah menjadi guru pertama penulis dan juga atas rasa sabar, doa, nasihat, dan dukungan penuh yang diberikan kepada penulis selama hidup sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.

8. Adryan Hilman selaku kaka dari penulis, terima kasih telah mendukung penulis baik dalam dukungan materil dan non materil yang diberikan kepada penulis selama masa Pendidikan dan menjadi motivasi penulis agar bisa menyelesaikan studi dengan baik.
9. Dandi Sulistyو sebagai partner berjuang sedari awal dalam melakukan penelitian, terima kasih selalu menemani penulis dalam segala masa dan selalu memberikan semangat dan motivasi terbaik dalam penulisan skripsi ini.
10. Rekan-Rekan sahabat Kuliah yang beranggotakan Asya, Sinta, Ismi, Pelangi, dan Winni yang telah menjadi rekan baik selama menempuh studi 8 semester, terima kasih selalu ada dalam segala situasi, selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu mendukung dan melindungi satu sama lain. Semoga ilmu yang kita peroleh bermanfaat suatu hari nanti.
11. Rekan-Rekan sahabat SMP yang beranggotakan Monika, Devi, Asya yang selalu menemani penulis dalam segala kondisi hingga saat ini, terima kasih selalu hadir untuk memberikan pengalaman terbaik dan pelajaran berharga bagi penulis.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan segala kerendahan hati kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, terima kasih telah menjadi sumber inspirasi, motivasi serta dukungan moral yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna dan memberikan wawasan baru bagi perkembangan ilmu di kemudian hari.

Jakarta, 20 Juni 2024



**Muthia Azzahra**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: lib.unj.ac.id

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muthia Azzahra  
NIM : 1408520075  
Program Studi : Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital  
Fakultas : Ilmu Sosial  
Jenis Karya : Karya Tulis Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul: Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Digital Branding Radio Republik Indonesia Program 3.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Juni 2024

Penulis

(Muthia Azzahra)

**Muthia Azzahra (1408520075), PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM DIGITAL BRANDING RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAMMA 3, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024; 92 Halaman; 6 Lampiran; 2 Buku: Tahun 2005-2020; 32 Jurnal; 6 Skripsi dan Tesis; 5 Situs; Juni 2024**

#### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media online khususnya media sosial Instagram menjadi alat penting bagi Radio Republik Indonesia Programa 3 (RRI Pro 3) untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dalam melakukan branding di era digital. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram sebagai sarana branding Radio Republik Indonesia Programa 3 di era digital. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dan wawancara mendalam, dan dokumentasi yang akan dianalisis menggunakan Teknik analisis data deskriptif. Teori yang menjadi landasan penelitian ini adalah teori empat tahap public relations (*four step public relations*) Cutlip, Center, and Broom. Adapun keempat strategi tersebut adalah *fact finding, planning and programing, communication and action, evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh tim media sosial RRI Pro 3 dalam branding RRI Pro 3 di era digital terbukti memberikan banyak pengaruh baik terhadap citra RRI Pro 3 yaitu dengan adanya peningkatan terhadap insigh Instagram RRI Pro 3.

Kata Kunci: Branding, Digital, RRI Pro 3, Media Sosial, Instagram

***Muthia Azzahra (1408520075), SOCIAL MEDIA MANAGEMENT  
INSTAGRAM IN DIGITAL BRANDING RADIO REPUBLIK INDONESIA  
PROGRAMA 3, Final Project of Scientific Work, 2024; 92 Pages; 6 Attachments;  
2 Books: 2005-2020; 32 Journals; 6 Thesis and Thesis; 5 Websites; June 2024***

### **ABSTRACT**

*The development of information and communication technology makes online media, especially Instagram social media, an important tool for Radio Republik Indonesia Programa 3 (RRI Pro 3) to reach a wider and more diverse audience in branding in the digital era. The purpose of this research is to find out how the management of Instagram social media as a means of branding Radio Republik Indonesia Programa 3 in the digital era. The approach used in this research is qualitative, with data collection techniques in the form of observation, and in-depth interviews, and documentation which will be analyzed using descriptive data analysis techniques. The theory that is the basis of this research is the four-step public relations theory of Cutlip, Center, and Broom. The four strategies are fact finding, planning and programing, communication and action, evaluation. The results showed that Instagram social media management carried out by the RRI Pro 3 social media team in branding RRI Pro 3 in the digital era proved to have a lot of good influence on the image of RRI Pro 3, namely with an increase in RRI Pro 3 Instagram insigh.*

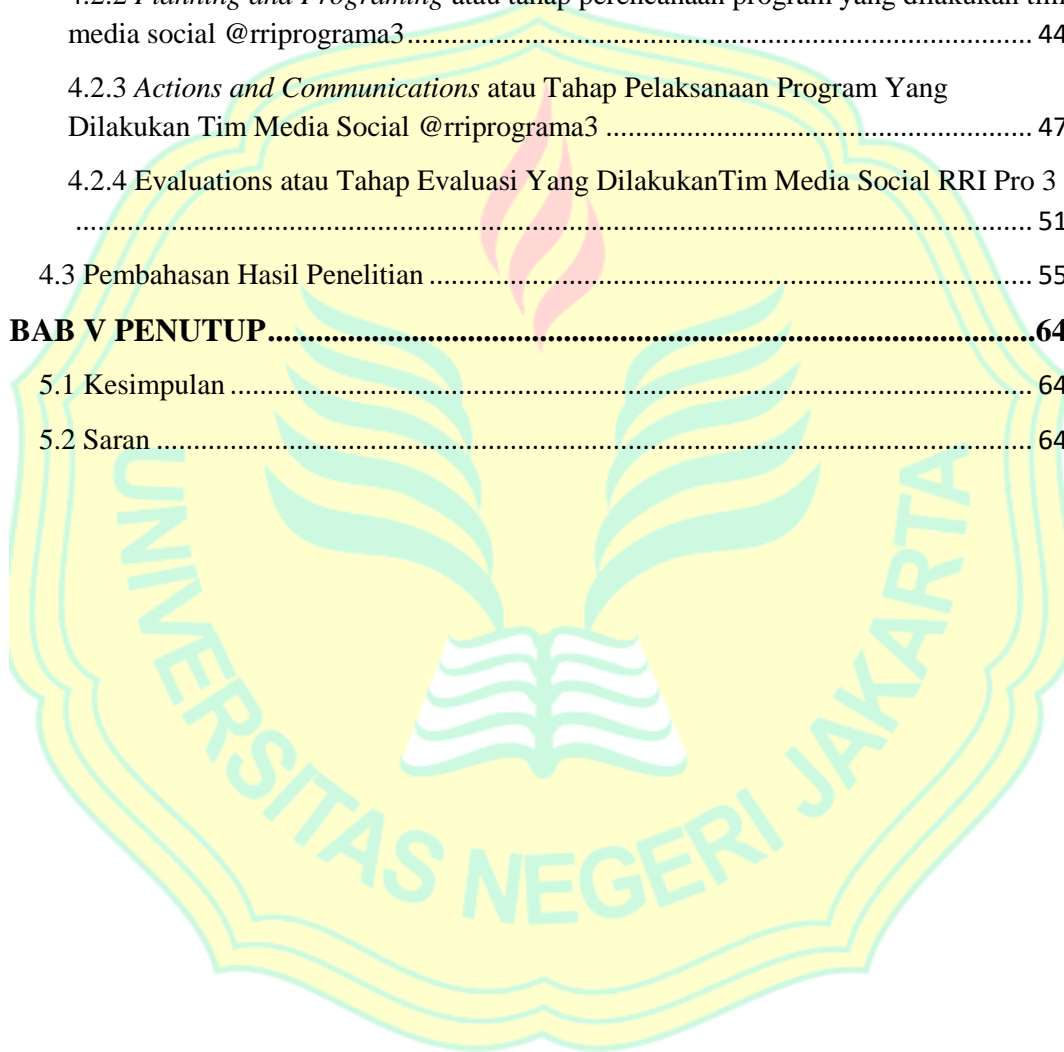
*Keywords: Branding, Digital, RRI Pro 3, Social Media, Instagram*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Akademis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktik.....	8
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Deskripsi Konseptual .....	9
2.1.1 Komunikasi Di Era Digital .....	9
2.1.2 Media Sosial.....	10
2.1.3 Branding.....	15
2.1.4 Konsep Four Step Public Relations .....	18
2.2 Penelitian Relevan .....	20
2.3 Ketertarikan Antarkonsep .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian .....	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.3 Subjek Penelitian .....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	30

3.6 Teknik Kalibrasi Keabsahan Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Deskripsi Radio Republik Indonesia Programa 3 .....	33
4.2 Hasil Penelitian .....	39
4.2.1 <i>Fact Finding</i> atau tahap pencarian data yang dilakukan oleh tim media social @rriprograma3 .....	40
4.2.2 <i>Planning and Programing</i> atau tahap perencanaan program yang dilakukan tim media social @rriprograma3 .....	44
4.2.3 <i>Actions and Communications</i> atau Tahap Pelaksanaan Program Yang Dilakukan Tim Media Social @rriprograma3 .....	47
4.2.4 Evaluations atau Tahap Evaluasi Yang Dilakukan Tim Media Social RRI Pro 3 .....	51
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Surat Observasi Penelitian .....	72
<b>Lampiran 2.</b> Transkrip Wawancara .....	73
<b>Lampiran 3.</b> Dokumentasi Wawancara .....	85
<b>Lampiran 4.</b> Instrumen Penelitian .....	86
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup .....	88
<b>Lampiran 6.</b> Form Bimbingan .....	89



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1</b> Perbedaan saluran radio RRI.....	33
<b>Tabel 3.3</b> Data Informan .....	28



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Pengguna Terbanyak Instagram di Dunia.....	2
<b>Gambar 4.1 2</b> Logo RRI Pro 3.....	35
<b>Gambar 4.1.3</b> Instagram RRI Pro 3 .....	37
<b>Gambar 4.1.3.A</b> Feeds Instagram RRI Pro 3.....	38

