

**ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN AKUN  
INSTAGRAM @TELKOMAKSES\_BATAM DALAM  
MENCIPTAKAN CITRA PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Gani Prastyo  
191110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN AKUN  
INSTAGRAM @TELKOMAKSES\_BATAM DALAM  
MENCIPTAKAN CITRA PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana



Oleh:  
Gani Prastyo  
191110013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Gani Prastyo  
NPM : 191110013  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

Analisis Strategi Pemanfaatan Akun Instagram @telkomakses\_batam Dalam Menciptakan Citra Perusahaan

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Batam, 19 Januari 2024

  
**GANI PRASTYO**  
191110013

**ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN AKUN  
INSTAGRAM @TELKOMAKSES\_BATAM DALAM  
MENCiptAKAN CITRA PERUSAHAAN**

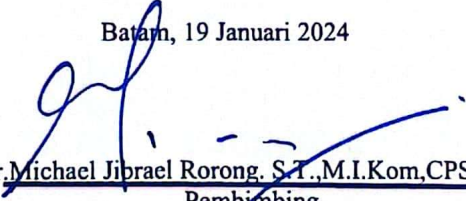
**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana

Oleh  
**Gani Prastyo**  
**191110013**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini

Batam, 19 Januari 2024

  
Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom, CPS  
Pembimbing



## **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis peran strategis akun Instagram @TelkomAkses\_Batam dalam membentuk citra positif PT Telkom Akses di Batam. Dengan metode deskriptif kualitatif, fokus penelitian ini adalah pada aspek komunikasi dan strategi perusahaan di kantor operasional PT Telkom Akses Batam. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Perusahaan menerapkan kebijakan komunikasi dengan penekanan pada komunikasi verbal dan media group chat Telegram. Strategi CSR yang terencana menunjukkan komitmen positif perusahaan kepada masyarakat. Pengelolaan akun Instagram @telkomakses\_batam melibatkan beberapa divisi, menunjukkan pendekatan kolaboratif. Diversifikasi konten Instagram diperlukan untuk mempertahankan minat audiens. Program CSR yang berkelanjutan dan peningkatan komunikasi yang positif dapat meningkatkan pemahaman pemirsa. Keterlibatan karyawan dapat ditingkatkan melalui kolaborasi antar divisi dan menciptakan lingkungan kerja yang proaktif. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai efektivitas strategi komunikasi perusahaan melalui Instagram dalam membentuk citra positif di era digital.

**Kata kunci :** Strategi, Pemanfaatan akun, Aktivitas komunikasi, Citra perusahaan

## ***ABSTRACT***

*This research analyzes the strategic role of Instagram account @TelkomAkses\_Batam in shaping the positive image of PT Telkom Akses in Batam. With a qualitative descriptive method, the focus is on the communication and strategy aspects of the company in the operational office of PT Telkom Akses Batam. Data collection involves interviews, observation, documentation, and literature study. The company implemented a communication policy with emphasis on verbal communication and Telegram group chat media. A planned CSR strategy shows the company's positive commitment to the community. The management of the @telkomakses\_batam Instagram account involves several divisions, demonstrating a collaborative approach. Diversification of Instagram content is necessary to maintain audience interest. Continuous CSR programs and increased positive communication can increase viewer understanding. Employee engagement can be improved through inter-divisional collaboration and creating a proactive work environment. This research provides an in-depth insight into the effectiveness of corporate communication strategies through Instagram in shaping a positive image in the digital era.*

**Keywords:** *Strategy, Account utilization, Communication activities, Corporate image*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strara satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal penelitian ini takkan berwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
  2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan Selaku Pembimbing Akademik serta pembimbing skripsi yang paling sabar pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
  3. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
  4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
  5. Bapak Misino dan Ibu Suprihatin Selaku Orang Tua yang selama ini tidak pernah lelah dalam memberikan doa dan semangat.
  6. Ayu Lestari selaku istri tercinta yang memberikan semangat dan dukungan.
- Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 19 Januari 2024



Gani Prastyo





## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.5.2 Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teoritis .....	18
2.1.1 Teori Computer Mediated Communication (CMC) .....	18
2.2 Kajian Konseptual .....	21
2.2.1 Komunikasi .....	21
2.2.2 Strategi komunikasi .....	31
2.2.3 Media Informasi .....	33
2.2.4 Media Sosial .....	35
2.2.5 Instagram .....	38
2.2.6 Perusahaan .....	42
2.2.7 Citra .....	44
2.2 Penelitian Terdahulu .....	49
2.3 Kerangka Konseptual .....	77
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	78
3.1.1 Metode pendekatan Penelitian .....	79
3.2 Objek Penelitian .....	81
3.3 Subjek Penelitian .....	81
3.3.1 Informan .....	83
3.3.2 Key Informan .....	85
3.4 Teknik Pengumpulan data .....	86
3.4.1 Observasi .....	87

3.4.2 Wawancara .....	88
3.4.3 Dokumentasi.....	88
3.4.4 Studi Literatur .....	89
3.5 Metode Analisis .....	89
3.6 Uji kredibilitas Data.....	91
3.7 Lokasi dan Jadwal penelitian .....	92
3.7.1 Lokasi Penelitian .....	92
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	92
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Objek Penelitian.....	93
4.1.1 PT.Telkom Akses.....	93
4.1.2 Visi dan Misi PT.Telkom Akses .....	94
4.1.3 Struktur Organisasi.....	96
4.1.4 Logo Telkom Akses .....	98
4.1.5 Media Sosial Instagram Telkom Akses Batam .....	99
4.2 Hasil Penelitian .....	99
4.3 Pembahasan.....	107
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	115
5.2 Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1. 1</b> Akun @telkomakses_batam .....	7
<b>Gambar 1. 2</b> Postingan Akun instagram @telkomakses_batam .....	7
<b>Gambar 1. 3</b> Postingan Akun instagram @telkomakses_batam.....	8
<b>Gambar 2. 1</b> Proses Komunikasi .....	27
<b>Gambar 2. 2</b> Kerangka Konseptual.....	77
<b>Gambar 4. 1</b> Struktur PT.Telkom Akses Sumatera .....	96
<b>Gambar 4. 2</b> Logo Telkom Akses.....	98
<b>Gambar 4. 3</b> Media sosial Instagram Telkom Akses Batam .....	99
<b>Gambar 4. 4</b> Pola Komunikasi Telkom Akses .....	109

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2. 1</b> <i>State of the art</i> Penelitian Terdahulu.....	64
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian.....	92