

**MARKETING PUBLIC RELATIONS KOSPIN SURYA KENCANA DALAM  
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA AKUN INSTAGRAM**

**@kspsuryakencana**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :**

**Haikal Faqih**

**180900084**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2022**

**MARKETING PUBLIC RELATIONS KOSPIN SURYA KENCANA DALAM  
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA AKUN INSTAGRAM**

**@kspsuryakencana**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :**

**Haikal Faqih**

**180900084**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2022**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Haikal Faqih  
NIM : 180900084  
PROGAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat  
*Marketing Public Relations* Kospin Surya Kencana Dalam Membangun Citra  
Perusahaan Pada Akun Instagram @kspsuryakencana  
Jumlah Halaman : 93 Halaman + Lampiran  
Bibliografi : 20 buku + 3 jurnal + 3 internet

**ABSTRAK**

*Instagram* merupakan media yang digunakan sebagai media publikasi, dimana siapapun dapat memberikan penilaian berupa komentar yang berpengaruh pada perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Marketing Public Relations* Kospin Surya Kencana Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Akun *Instagram* @kspsuryakencana.

Landasan teori yang digunakan adalah Teori Pemrosesan Informasi Sosial dan menggunakan landasan konseptual dari komunikasi, *Marketing Public Relations*, citra perusahaan, media sosial, *instagram* dan koperasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif, paradigma post-positivisme, metode penelitian studi kasus, sifat penelitian deskriptif. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 7 (tujuh) kegiatan yang menjadi tolak ukur *Marketing Public Relations*, hanya dijalankan 6 (enam) kegiatan saja yaitu, publikasi, identitas media, acara, berita, pidato, dan aktif dalam kegiatan sosial.

Penyelesaian yang dilakukan dalam membangun citra perusahaan media sosial *instagram* @kspsuryakencana dengan mengatasi terkait isu yang beredar tentang akun palsu yang merusak citra perusahaan adalah dengan melakukan pengawasan berkala, penyampaian informasi dan memaksimalkan komunikasi *Marketing Public Relations*.

**Kata Kunci** : **Marketing Public Relations, Instagram**  
**Pembimbing I** : **Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom**  
**Pembimbing II** : **Sandra Olifia, M.Si**

**Faculty of Social and Political Sciences**  
**University of Satya Negara Indonesia**

*Name* : Haikal Faqih  
*Student ' Registration Number* : 180900084  
*Field of Study* : Communication Studies  
*Specialization* : Public Relations  
*"Marketing Public Relations of Kospin Surya Kencana in Building a Corporate Image on the @kspsuryakencana Instagram Account"*  
*Number of Pages* : 93 pages + Attachment  
*Bibliography* : 20 books + 3 journal + 3 internet

**ABSTRACT**

*Instagram is a medium used as a publication media, where anyone can give an assessment in the form of comments that affect the company. The purpose of this study is to find out the Marketing Public Relations of Kospin Surya Kencana in Building a Company Image on @kspsuryakencana Instagram Account.*

*The theoretical foundation used is the Theory of Social Information Processing and uses the conceptual foundation of communication, Marketing Public Relations, corporate image, social media, Instagram and cooperatives.*

*The approach used in this study is quantitative, post-positivism paradigm, case study research methods, descriptive nature of research. Using data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation.*

*The results of this study show that of the 7 (seven) activities that are the benchmark for Marketing Public Relations, only 6 (six) activities are carried out, namely, publications, media identities, events, news, speeches, and being active in social activities.*

*The solution to building the image of the Instagram @kspsuryakencana social media company by overcoming the issues circulating about fake accounts that damage the company's image is to carry out periodic supervision, deliver information and maximize Marketing Public Relations communication.*

**Kata Kunci** : Marketing Public Relations, Instagram  
**Pembimbing I** : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom  
**Pembimbing II** : Sandra Olifia, M.Si