



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. DJAKARTA LLOYD
(PERSERO) DALAM MENGEMBANGKAN *BRAND IMAGE*
MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Rizqa Shafira Qurrota A'yun

NPM. 193516516429

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE COMMUNICATION STRATEGY OF PT. DJAKARTA
LLOYD (PERSERO) IN IMPROVING BRAND IMAGE
THROUGH INSTAGRAM**

THESIS

Submitted as partial fulfilment of requirements for the Bachelor of
Communications Science (S.Ikom)

Rizqa Shafira Qurrota A'yun

NPM. 193516516429

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. DJAKARTA LLOYD
(PERSERO) DALAM MENGEMBANGKAN *BRAND IMAGE*
MELALUI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Rizqa Shafira Qurrota A'yun

NPM. 193516516429

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024



Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Nasional

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rizqa Shafira Qurrota A'yun
NPM : 193516516429
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero) Dalam Mengembangkan *Brand Image* Melalui Instagram
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 20 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.



Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Rizqa Shafira Qurrota A'yun

NPM : 193516516429

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd
(Persero) dalam Mengembangkan *Brand Image* melalui Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Sahruddin, SIP., M.Si.

Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji : Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2023

UNIVERSITAS NASIONAL



FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NASIONAL


PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Rizqa Shafira Qurrota A'yun
NPM : 193516516429
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero)
Dalam Mengembangkan *Brand Image* Melalui Instagram
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 29 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Dekan


Drs. Adi Prakosa, M.Si.


Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, berkat dan rahmat dan karunianya yang telah memberikan saya kesehatan. Tak lupa Shalawat serta salam saya junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero) dalam Mengembangkan *Brand Image* Melalui Instagram” Dalam penyusunan Skripsi ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan demi terciptanya Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Nasional.
3. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Azizah Des Derivanti, S.I.Kom M.I.Kom, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan motivasi sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang sepenuh hati telah membimbing dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta memberi masukan untuk kemajuan peneliti selama penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua penulis Eri Cahari dan Yuniarsih S. Djahit, yang telah memberikan dukungan yang tiada hentinya baik moril maupun materil untuk peneliti agar tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan dengan baik.

7. Ucapan terima kasih untuk pihak PT. Djakarta Lloyd (Persero) Bapak Rangga, Bapak Ardian, Bapak Hendra dan Bapak Bayu yang telah banyak membantu perolehan data untuk penelitian ini.
8. Teman teman Garden Wina, Faiha, Keken, Dini, Alin, Ena, Calvin, Hadi, Krisna yang sudah membantu, menemani, mendukung, dan juga sebagai tempat untuk berkeluh kesah selama penulis melakukan penelitian.
9. Teruntuk sahabat – sahabat saya sedari semester 1 hingga sekarang Dinda, Kanaya, Nurul, Laras, Nadia, Winna, Niken, Fitri, Aldoy, Kakew, Bule, Fiqih, Farez, Hery, serta Nufus, Diah dan Bayu yang telah memberikan support kepada penulis selama penelitian ini berlangsung.
10. Seluruh teman Ilmu Komunikasi 2019, sebagai teman seperjuangan di Universitas Nasional.
11. Seluruh Staff Universitas Nasional yang berperan penting dalam membantu kegiatan perkuliahan peneliti sebagai mahasiswa Universitas Nasional.
12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for trying to do right than wrong. I wanna thank me for just being me all times*

Terimakasih kepada semua, Semoga hasil penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan bisa dijadikan pembelajaran kedepannya.

Rizqa Shafira Q.A

Jakarta, 31 Januari 2024

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS SARJANA**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqa Shafira Qurrota A'yun

NPM : 193516516429

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero) dalam Mengembangkan Brand Image melalui Instagram

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di:

Jakarta

Pada tanggal:

Yang Menyatakan


Rizqa Shafira Qurrota A'yun

ABSTRAK

Nama : Rizqa Shafira Qurrota A'yun
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero) dalam Mengembangkan Brand Image Melalui Instagram
Pembimbing : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. Djakarta Lloyd (Persero) dalam mengembangkan citra merek melalui platform Instagram. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak terkait, observasi partisipan, serta analisis dokumen pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Djakarta Lloyd (Persero) menerapkan strategi komunikasi yang berfokus pada konsistensi brand image melalui penggunaan Instagram sebagai saluran utama. Penelitian juga mengidentifikasi peran strategi branding, termasuk pembuatan logo yang mencerminkan nilai perusahaan, analisis pasar, dan interaksi aktif dengan pengikut melalui direct message. Evaluasi strategi dilakukan secara berkala dengan memanfaatkan fitur insights Instagram. Temuan penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang upaya PT. Djakarta Lloyd (Persero) dalam mengoptimalkan Instagram sebagai alat komunikasi untuk mengembangkan citra merek perusahaan.

Kata Kunci:

Strategi Komunikasi, *Public Relations Brand Image*, Instagram

ABSTRACT

Name : Rizqa Shafira Qurrota A'yun

Study Program : Communication Sciences

Thesis : The Communication Strategy of PT. Djakarta Lloyd (Persero) In Improving Brand Image Through Instagram

Counsellor : Drs. Adi Prakosa, M.Si

This research aims to examine the communication strategies implemented by PT. Djakarta Lloyd (Persero) in developing brand image through the Instagram platform. Using a qualitative approach, data was collected through in-depth interviews with relevant parties, participant observation, and analysis of supporting documents. The findings indicate that PT. Djakarta Lloyd (Persero) employs communication strategies focused on maintaining brand image consistency through the primary use of Instagram as a communication channel. The research also identifies the role of branding strategies, including the creation of a logo reflecting the company's values, market analysis, and active interaction with followers through direct messages. Strategy evaluation is conducted periodically, utilizing Instagram's insights feature. The research findings provide a comprehensive insight into PT. Djakarta Lloyd (Persero)'s efforts to optimize Instagram as a communication tool for brand image development.

Key Word

Communication Strategy, Public Relations, Brand Image, Instagram



DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....Error! Bookmark not defined.	
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS SARJANAError! Bookmark not defined.	
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	7
1. 3 Tujuan Penelitian.....	7
1. 4 Manfaat Penelitian	8
1. 5 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
2. 2 Landasan Teori	18
2.2.1. Teori <i>Branding</i>	18
2.2.2. Teori <i>New Media</i>	20
2. 3 Kerangka Konsep	22
2.3.1. Strategi Komunikasi	22
2.3.2. <i>Public Relations</i>	24
2.3.3. <i>Brand Image</i>	25
2.3.4. Publikasi.....	27

2.3.5. Instagram.....	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Pendekatan Penelitian.....	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1. Wawancara (<i>Interview</i>).....	34
3.4.2. Observasi.....	34
3.4.3. Dokumentasi.....	34
3.5 Penentuan Informan.....	35
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	35
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	37
3.8 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV.....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	39
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	39
4.1.2. Visi Misi Perusahaan.....	41
4.1.3. Struktur Organisasi PT Djakarta Lloyd.....	43
4.1.4. Logo PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	45
4.1.5. Penghargaan PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	46
4.1.6. Layanan.....	48
4.1.7. Media Sosial PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	49
4.1.8. Aktivitas Instagram PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	53
4.1.9. Profile Informan Penelitian.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Strategi Komunikasi PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	55
4.2.2. <i>Brand Image</i>	65
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
LAMPIRAN 1.....	xxi
TRANSKIP WAWANCARA	xxi
WAWANCARA KEY INFORMAN 1	xxi
LAMPIRAN 2.....	xxiv
TRANSKIP WAWANCARA	xxiv
WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 1	xxiv
LAMPIRAN 3.....	xxvi
TRANSKIP WAWANCARA	xxvi
WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 2	xxvi
HASIL TRANSKIP DOKUMENTASI.....	xxix
LAMPIRAN PERMOHONAN PENELITIAN.....	xxxii
LAMPIRAN KONSULTASI BIMBINGAN	xxxiii
LAMPIRAN TURNITIN.....	xxxv
LAMPIRAN SKPI	xxxvi



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu11
Table 2.2 Kerangka Berpikir..... 29



DAFTAR GAMBAR

Picture 1. 1 Data Demografi Instagram di Indonesia 2023	4
Picture 1. 2 Akun Media Sosial PT. Djakarta Lloyd (Persero)	6
Picture 1. 3 Engagemert Akun Instagram @djakartalloyd	7
Picture 4.1 Head Office of PT. Djakarta Lloyd (Persero)	58
Picture 4.2 Organizational Structure of PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	58
Picture 4.3 Logo of PT. Djakarta Lloyd (Persero)	58
Picture 4.4 PT. Djakarta Lloyd (Persero)'s Awards	58
Picture 4.5 PT Djakarta Lloyd's Ship MV. Dharma Lautan Ruby.....	58
Picture 4.6 Website PT. Djakarta Lloyd (Persero).....	58
Picture 4.7 Instagram PT. Djakarta Loyds.....	58
Picture 4.8 Facebook Djakarta Lloyd (Persero).....	58
Picture 4.9 Twitter Djakarta Lloyd (Persero).....	58
Picture 4.10 Media Planning	58
Picture 4.11 Instagram PT. Djakarta Lloyd	58
Picture 4.12 Direct Message	63
Picture 4.13 Analyze Instagram PT. Djakarta Lloyd.....	64
Picture 4.14 Program CSR Donor Darah	66
Picture 4.15 Highlight @djakartalloyd	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Peningkatan Jumlah Guru Besar.....	3
Gambar 1.3 Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	6
Gambar 1.4 Akun Instagram LLDikti Wilayah III.....	7
Gambar 1.5 Postingan Akun Instagram @humas.lldikti3.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Logo LLDikti Wilayah III.....	41
Gambar 4.2 Struktur LLDikti Wilayah III	45
Gambar 4.3 Akun Instagram LLDikti Wilayah III.....	46
Gambar 4.4 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	48
Gambar 4.5 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	60
Gambar 4.6 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	61
Gambar 4.7 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	62
Gambar 4.8 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	63
Gambar 4.9 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	64
Gambar 4.10 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	65

Gambar 4.11 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	66
Gambar 4.12 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	67
Gambar 4.13 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	68
Gambar 4.14 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	69
Gambar 4.15 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	70
Gambar 4.16 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	71
Gambar 4.17 Postingan Instagram LLDikti Wilayah III.....	72

