



ABSTRAK

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @sinarmas_ldamaritime OLEH CORPORATE COMMUNICATION PT SINARMAS LDA MARITIME DALAM MENINGKATKAN CITRA

Fidella Azra Daniswara
5211711277

Revolusi industri 4.0 merupakan aspek perkembangan teknologi yang diawali dengan adanya penggunaan teknologi digital. Dengan mengikuti perkembangan digital, PT Sinarmas LDA Maritime (SLM) menggunakan berbagai media sosial sebagai ruang interaksi antara perusahaan dengan audiens nya, salah satunya adalah Instagram. SLM membangun akun instagramnya dengan *username* @sinarmas_ldamaritime. Sebagai perusahaan *B-to-B*, besar pula kebutuhan perusahaan untuk melakukan *branding* dan meembangun citra perusahaan melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana proses pengelolaan media sosial instagram @sinarmas_ldamaritime dengan menggunakan teori *The Circular Model of SOME* dan metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada aspek “*share*”, @sinarmas_ldamaritime menggunakan Instagram karena merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh publiknya sehingga perusahaan dapat menyebarkan *company message* dengan baik. Pada aspek “*optimize*”, SLM melakukan komunikasi dengan audiens dengan langsung dan mengetahui jenis dan bentuk konten yang harus dibuat. Pada aspek “*manage*”, perusahaan melakukan *monitoring* media sosial dan merespon audiens. Dalam aspek “*engage*”, SLM melibatkan tokoh berpengaruh dalam bidangnya untuk menjadi *influence relations* dari @sinarmas_ldamaritime sehingga bisa meningkatkan *engagement* akun milik SLM.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Instagram, The Circular Model of SOME

ABSTRACT

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT OF @sinarmas_ldamaritime BY CORPORATE COMMUNICATION OF PT SINARMAS LDA MARITIME ON IMPROVING IMAGE

*Fidella Azra Daniswara
5211711277*

The industrial revolution 4.0 is a stage of technological development that begins with the use of digital technology. By following digital developments, PT Sinarmas LDA Maritime (SLM) uses various media socials as a space for interaction between the company and its audience, one of which is Instagram. SLM created its Instagram account with the username @sinarmas_ldamaritime. As a B-to-B company, there is also a great need for companies to do branding and build a company image through social media. This study aims to describe the process of managing Instagram social media @sinarmas_ldamaritime using the theory of the Circular Model of SOME using the descriptive qualitative method. In this study, it can be concluded that in the “share” aspect, @sinarmas_ldamaritime uses Instagram because it is a social media that is widely used by public that the company is expected to be able to spread the company message well. In the “optimize” aspect, SLM communicates with the audience directly and knows the types and forms of content that must be created. In the “manage” aspect, the company monitors social media and responds to the audience. In the “engage” aspect, SLM involves influential figures in their fields to become influence relations for @sinarmas_ldamaritime so that they can increase the SLM’s account engagement.

Keywords: *Company Image, Instagram, The Circular Model of SOME*