



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**PERAN *SOMETHINC TOWN COMMUNITY* DALAM MENUMBUHKAN
CITRA POSITIF BAGI PERUSAHAAN**

*Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi*

Nama : Andini Larasati Wijayadi

Nim : 2010411271



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Andini Larasati Wijayadi

NIM : 2010411271

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2024

Yang Membuat,



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andini Larasati Wijayadi
NIM : 2010411271
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Peran Somethinc Town Community Dalam Menumbuhkan Citra Positif Bagi Perusahaan”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi 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 : 24 Desember 2024
Yang menyatakan,



Andini Larasati Wijayadi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Andini Larasati Wijayadi

NIM : 2010411271

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PERAN SOMETHINC TOWN COMMUNITY DALAM
MENUMBUHKAN CITRA POSITIF BAGI PERUSAHAAN

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Veteran Jakarta.

Pembimbing

Vinta Sevilla, S.I.P., M.I.Kom

Penguji I

Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.

Penguji II

Rizkiya Ayu Maulida, S.I.P., M.A.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 17 April 2025

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andini Larasati Wijayadi

NIM 2010411271

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Desember 2024

Yang menyatakan,



Andini Larasati Wijayadi

ABSTRAK

Somethinc sebagai perusahaan produk kecantikan membentuk sebuah komunitas untuk membangun citra. Uniknya komunitas ini tidak menawarkan manfaat dalam bentuk finansial. Para anggota dalam komunitas ini justru sangat loyal dan setia dalam menggunakan produk Somethinc serta mengikuti kegiatan yang ada dalam komunitas. Penelitian ini bertujuan menjelaskan proses komunikasi dan strategi menumbuhkan *engagement* yang dilakukan oleh Somethinc *Town Community*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Narasumber pada penelitian ini sebanyak 5 orang informan yang merupakan content creator dan terlibat aktif di Somethinc *Town Community*. Hasil penelitian yaitu Somethinc *Town Community* telah mengimplementasikan berbagai strategi komunikasi untuk menumbuhkan loyalitas di kalangan anggotanya. Salah satu langkah utama adalah menyatukan semua pihak dalam grup chat, yang memungkinkan interaksi langsung dan keterlibatan aktif, serta komunitas ini secara rutin mengadakan kegiatan atau acara yang memperkuat ikatan antar anggota. Momen-momen spesial, Somethinc juga memberikan perlakuan khusus kepada anggotanya, termasuk apresiasi berupa poin yang dapat ditukarkan dengan produk Somethinc. Upaya ini tidak hanya mempererat hubungan tetapi juga meningkatkan loyalitas terhadap brand dan komunitas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Somethinc *Town Community* efektif dalam mempromosikan citra positif melalui kolaborasi aktif anggotanya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kekuatan komunitas dalam strategi pembentukan citra di era digital.

Kata Kunci: *Content Creator*, Citra Perusahaan, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

Somehinc as a beauty product company has formed a community to build this image. Uniquely, this community does not offer financial benefits. The members in this community are actually very loyal and faithful in using Somehinc products and participating in activities in the community. This research aims to explain the communication process and strategy to grow engagement carried out by the *Something Town Community*. This research uses a qualitative method with a case study type of research. The resource persons in this research were 5 informants who were content creators and were actively involved in the *Something Town Community*. The results of the research are that *Somehinc Town Community* has implemented various communication strategies to foster loyalty among its members. One of the main steps is to unite all parties in chat groups, which allow direct interaction and active involvement, and these communities regularly hold activities or events that strengthen bonds between members. For special moments, *Somehinc* also provides special treatment to its members, including appreciation in the form of points that can be exchanged for *Somehinc* products. This effort not only strengthens relationships but also increases loyalty to the brand and community. The results of this research indicate that the *Something Town Community* is effective in promoting a positive image through the active collaboration of its members. It is hoped that this research can provide deeper insight into the power of communities in image formation strategies in the digital era.

Keywords: Content Creator, Company Image, Communication Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya, sehingga penelitian ini telah selesai. Skripsi ini berjudul “Peran Something *Town Community* Dalam Menumbuhkan Citra Positif Bagi Perusahaan.” Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penulisan usulan penelitian ini, yaitu:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta,
2. Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Kepala Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta,
3. Vinta Sevilla S.IIP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan arahan yang sangat bermanfaat selama penulisan.
4. Dr.Kusumajanti, S.Sos., M.M., M.Si. dan Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini,
5. Segenap bapak dan ibu dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu selama penulis berkuliah di UPN Veteran Jakarta,
6. M. Abidzar Gathan Falaah yang selalu menemani penulis dalam segala situasi kondisi.
7. Keluarga dan sahabat-sahabat saya, yaitu YK, Wakwuk, Sherry, Naomi dan Angel yang senantiasa percaya dan mendukung penulis selama penulisan skripsi,
8. Kak Shafira yang dengan baik hati memberikan saran selama penulisan serta Deandra Adira dan Salma Nabila selaku teman bimbingan yang saling membantu dan menguatkan selama penulisan skripsi ini.
9. Para narasumber yang berkenan dan meluangkan waktu untuk melakukan wawancara demi kelengkapan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih memiliki kekurangan, namun penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 22 Desember 2024

Andini Larasati Wijayadi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.4.1 Tujuan Praktis.....	9
1.4.2 Tujuan Teoritis.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori dan Konsep Penelitian.....	17
2.2.1. Komunitas	17
2.2.2 Image Building	19
2.2.3 Teori Prestasi Kelompok (Group Achievement Theory)	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23
.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24

3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Sumber Data	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Teknik Keabsahan Data	29
3.7 Rencana Waktu Penelitian	30
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	31
4.1.1 Profil Somethinc <i>Town Community</i>	31
4.2 Hasil Penelitian	33
4.2.1 Analisis	34
4.2.1.1 Peran Somethinc Town Community dalam membentuk citra perusahaan melalui loyalitas <i>content creator</i>	34
4.2.1.2 Peran Somethinc Town Community dalam membentuk citra perusahaan melalui <i>engagement</i> dengan konsumen Somethinc.....	45
4.2.2 Pembahasan	47
BAB V.....	66
PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo dan komunitas RUBI.....	3
Gambar 2. Logo dan komunitas EGGA	4
Gambar 3. Logo dan komunitas Wardah Youth Ambassador.....	4
Gambar 4. Komunitas Somethinc.....	6
Gambar 5. Model Pembentukan Citra	20
Gambar 6. Akun Instagram Somethinc <i>Town Community</i>	25
Gambar 7. Produk Skincare dan Makeup Somethinc.....	31
Gambar 8. Ating Somethinc <i>Town Community</i>	32
Gambar 9. Google Form Pendaftaran.....	36
Gambar 10. Batch 7 Somethinc <i>Town Community</i>	39
Gambar 11. Batch 7 Somethinc <i>Town Community</i>	42
Gambar 12. Contoh Hampers	44
Gambar 13. Car Free Day Somethinc <i>Town Community</i>	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Penelitian.....	30
---------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Data Penjualan skincare	5
---	---