

SKRIPSI
ANALISIS *BRAND IDENTITY* DAN CITRA WETLAND SQUARE
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM AKUN INSTAGRAM
@WETLANDSQUARE

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Bayu Setiawan

(1910414210028)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023

ABSTRAK

Bayu Setiawan, 1910414210028, 2023. “Analisis *Brand Identity* dan Citra Wetland Square Melalui Media Sosial Dalam Akun Instagram @wetlandsquare”. Di Bawah Bimbingan Sarwani.

Pembentukan *brand identity* dan citra yang ingin dibangun merupakan hal yang penting bagi setiap *brand* sebagai bentuk *branding*. Di era sekarang, salah satu media yang digunakan dalam giat ini adalah melalui media sosial seperti yang digunakan Wetland Square sebagai *creative space* di Kota Banjarmasin. Melalui penelitian ini lah kemudian akan dilihat bagaimanakah bentuk *brand identity* dan citra Wetland Square yang hadir melalui akun media sosial Instagram @wetlandsquare.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif bertipe deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dianalisis melalui model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Wetland Square memiliki identitas fisik dari visualisasi warna logo pada berbagai media. Memiliki kepribadian yang cenderung *friendly* dan terbuka dari gaya interaksi dan bahasa. Hadirnya unsur *pop culture* yang kuat dari gaya visual dan desain. Adanya kedekatan hubungan dengan anak muda dan komunitas melalui konten dan *tone of voice*. Serta refleksi atau citra sebagai *creative space* yang direpresentasikan melalui *tagline*, yang juga memberikan kesan dalam citra diri dan diperkuat tata kelola konten yang memberikan kesan nyaman. Selain itu juga didapati hasil citra kepribadian yang *friendly*, asyik dan terbuka. Memiliki reputasi sebagai tempat berbagai *event* diselenggarakan. Memiliki nilai sebagai tempat yang mewadahi banyak pihak dalam ranah kreatif dan kolaborasi. Serta memiliki identitas yang cukup kuat dalam menggambarkan diri sebagai *creative space*.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, *Creative Space*, *Brand Identity*, Citra.

ABSTRACT

Bayu Setiawan, 1910414210028, 2023. "Wetland Square's Brand Identity and Image Analyze Through Social Media on @wetlandsquare Instagram Account". Under The Guidance of Sarwani.

Creating brand identity and image building is an essential things to do for every brand as a branding form. In this nowadays era, one of the media that used on this activities is through social media like Wetland Square's did as a creative space in Banjarmasin City. Through this research, later will be seen how is the brand identity form and images that present through social media in @wetlandsquare Instagram account.

This research is using the qualitative research method approaches with descriptive type and for the data is collected by observation, interviews, and documentation that getting analyze using Miles and Huberman's interactive model.

The results of this research explains that Wetland Square's had a physique identity from the logo color visualization in various media. Had a quite open and friendly type of personality from interaction and language style. Strong presence of pop culture identity from it's design and visual style. Had a close relationship with youth generation and communities through the content and tone of voice. The reflection or image as a creative space that represent through tagline that also give the impression in self image and sthrengthened with content management that also gave comfort feelings. Besides that, there is result that explains it is had a friendly, fun, and open type of personality images. Had a reputation as a place of many various events being held. Had a value as a place that can accomodate many people in creative scene and collaboration. Also have a quite strong identity in order to describing itself as a creative space.

Keywords: Social Media, Instagram, Creative Space, Brand Identity, Image.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**SURAT KETERANGAN
KELAYAKAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TESIS**
Nomor : 584/UN8.1.13/SP/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indra Yuslianto, S.Pd
NIP : 198008032005011002
Pangkat/Gol : III/d/Penata Tk.I
Jabatan : Sub Koordinator Akademik FISIP ULM

Menerangkan bahwa :

Nama : Bayu Setiawan
NIM : 1910414210028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Brand Identity Dan Citra Wetland Square Melalui
Media Sosial Dalam Akun Instagram @Wetlandsquare

Dengan ini menerangkan atas nama tersebut diatas sudah memenuhi syarat administrasi untuk melaksanakan sidang Skripsi/Tesis Semester Ganjil 2023/2024.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 23 Agustus 2023
Sub Koordinator Akademik,



Indra Yuslianto, S.Pd.
NIP. 198008032005011002





KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H. Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS *BRAND IDENTITY* DAN CITRA WETLAND SQUARE
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM AKUN INSTAGRAM
@WETLANDSQUARE

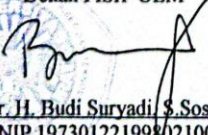
- A. Nama Mahasiswa : Bayu Setiawan
NIM : 1910414210028
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~73,46~~ (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 24 Agustus 2023.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 197805212008121002
- b. Sekretaris
Dr. Fahrianoor, M.Si
NIP. 197403132006041002
- c. Anggota
Astinana Yulianti, S.S., M.I.Kom.
NIP. 198907302019032018

()
()
()

Banjarmasin, 04 September 2023
Ketua Pembimbing



Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 197805212008121002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221994021001

SURAT PERNYATAAN

Nama : Bayu Setiawan
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarmasin, 10 Juli 2000
NIM : 1910414210028
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. A. Yani Km. 5,5 - Gang Lambung Mangkurat 3

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul **“ANALISIS *BRAND IDENTITY* DAN CITRA WETLAND SQUARE MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM AKUN INSTAGRAM @WETLANDSQUARE”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri sebagai penulis. Yang mana skripsi ini merupakan hasil penelitian oleh penulis dan bukan merupakan hasil plagiasi. Apabila di kemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti akan bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya, sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 10 Agustus 2023

Bayu Setiawan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 4805/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom
2. Dr.Fahrianoor.,M.Si
3. Astinana Yuliarti,S.S.,M.Ikom

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Bayu Setiawan
NIM : 1910414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Brand Identity dan Citra Wetland Squire Melalui
Media Sosial Dalam Akun Instagram @Wetlandsquare

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
J a m : 09.00 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Agustus 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Minister
Sertifikasi
Elektronik

Catatan

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis Dua Puluh Empat Agustus Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 4805 /UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 20 Agustus 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Bayu Setiawan
NIM : 1910414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Brand Identity dan Citra Wetland Square Melalui Media Sosial Dalam Akun Instagram @Wetlandsquare

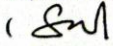
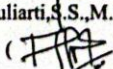
Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.00 s/d selesai
Nilai : 79,46 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 24 Agustus 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

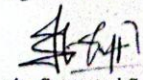
1. Ketua : Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
()
2. Sekretaris : Dr. Fahrianoor, M.Si
()
3. Anggota : Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
()


Bayu Setiawan

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Bayu Setiawan
NIM : 1910414210028
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Brand Identity dan Citra Wetland Square Melalui Media Sosial Dalam Akun Instagram @Wetlandsquare

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom	81.	
2.	Dr.Fahrianoor.,M.Si	81	
3.	Astinana Yulianti,S.S.,M.Ikom	80	
Jumlah		242	
Nilai Rata-rata		80,67	Nilai Akhir = 79,46 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 24 Agustus 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi yang berjudul “Analisis *Brand Identity* dan Citra Wetland Square Melalui Media Sosial dalam Akun Instagram @wetlandsquare”. Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak Mulyono (Alm.) dan Ibu Darsini selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan dalam segala bentuk bagi penulis dalam banyak hal.
2. Seno Setiawan dan Lusi Novitasari beserta anggota keluarga lainnya yang juga telah memberikan dukungan dalam banyak hal.
3. Seluruh *Civitas Academica* Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Seluruh teman, rekan dan kerabat penulis.
5. Seluruh pihak lainnya yang senantiasa membantu dan mendampingi penulis dalam berbagai kesempatan.

Untuk segalanya, sekali lagi penulis ucapkan rasa terimakasih atas berbagai dukungan yang diberikan karena berkat hal tersebut penulis dapat sampai di tahap yang sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diucapkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga diberi kemudahan dalam pembuatan skripsi dengan judul “Analisis *Brand Identity* dan Citra Wetland Square Melalui Media Sosial dalam Akun Instagram @wetlandsquare”. Adapun tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) bagi penulis serta diharapkan dapat memberikan nilai kebermanfaatan bagi banyak pihak. Dalam pembuatan skripsi ini, tentunya penulis juga diberikan banyak bantuan dalam berbagai bentuk dari berbagai pihak, maka dari itu di sini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sangat besar kepada:

6. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
7. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
8. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
9. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Dosen Pembimbing Akademik dari penulis yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam banyak hal.

10. Bapak Dr. Fahrianoor, S.I.P., M.Si., selaku Dosen Penguji 1 yang juga memberikan bimbingan dan masukan bermanfaat kepada penulis terkait penelitian yang dilakukan.
11. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji 2 yang juga memberikan bimbingan dan masukan bermanfaat kepada penulis terkait penelitian yang dilakukan.
12. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan bermanfaat bagi penulis.
13. Seluruh Staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan bagi penulis.
14. Bapak Mulyono (Alm.) dan Ibu Darsini selaku kedua orang tua penulis serta anggota keluarga lainnya yang telah memberikan dukungan dalam segala bentuk dan banyak hal bagi penulis.
15. Bapak Tsaqif Ahmad Rifwanda, selaku *Deputy Director* Wetland Square yang telah berkenan menjadi informan dan memberikan izin serta kesempatan bagi penulis untuk dapat melaksanakan penelitian terhadap Wetland Square.
16. Kak Eka Fitria Rahma, selaku anggota tim *Marketing Communication* Wetland Square yang telah berkenan menjadi informan dan membantu jalannya penelitian ini.

17. Seluruh jajaran Staf Wetland Square yang sangat terbuka dan membantu terhadap penelitian ini.
18. Seluruh informan lainnya yang terlibat waktu yang diberikan dan kesempatannya sebagai partisipan dalam pengumpulan informasi untuk penelitian ini bagi penulis.
19. Seluruh teman-teman dan keluarga besar dari HIMAKOM FISIP ULM.
20. Seluruh teman-teman dari Lab Kom dan *Lab Art Communication*.
21. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 dan dari seluruh angkatan lainnya.
22. Seluruh pihak lainnya yang sudah mau untuk membantu penulis dalam berbagai bentuk.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis membuka diri atas segala jenis kritik dan saran sebagai bentuk masukan yang membangun bagi penulis guna perbaikan dari penelitian skripsi ini di masa yang akan datang, karena penulis juga menyadari bahwa masih banyak hal yang perlu dibenahi kembali. Semoga penelitian skripsi dari penulis ini pula dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 3 Agustus 2023

Bayu Setiawan

1910414210028

DAFTAR ISI

JUDUL UTAMA	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT KELAYAKAN SIDANG AKHIR SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
SURAT TUGAS	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
DAFTAR NILAI RATA-RATA	ix
LEMBAR PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I - PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Secara Teoritis	13
1.4.2. Secara Praktis	13
BAB II -TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Matriks Penelitian Sejenis	14
2.2. Tinjauan Konseptual	26
2.2.1.Komunikasi	26
2.2.1.1. Definisi Komunikasi	26
2.2.1.1. Unsur-Unsur Komunikasi	27
2.2.2.Komunikasi Digital	29
2.2.2.1. Definisi Komunikasi Digital	29
2.2.2.2. Karakteristik Komunikasi Digital	30
2.2.3. <i>New Media</i>	32
2.2.3.1. Definisi <i>New Media</i>	32
2.2.3.2. Karakteristik <i>New Media</i>	32
2.2.4.Media Sosial	34
2.2.4.1. Definisi Media Sosial	34
2.2.4.2. Karakteristik Media Sosial	35
2.2.5.Instagram	37
2.2.5.1. Definisi Instagram	37
2.2.5.2. Fitur-Fitur Instagram	37
2.2.6.Brand Identity	39
2.2.6.1. Definisi <i>Brand Identity</i>	39

2.2.6.2. Karakteristik <i>Brand Identity</i>	40
2.2.7. Citra.....	41
2.2.7.1. Definisi Citra	41
2.2.7.2. Karakteristik Citra	42
2.2.8. Communication Marketing	44
2.2.8.1. Definisi <i>Communication Marketing</i>	44
2.2.9. Creative Space	45
2.2.9.1. Definisi <i>Creative Space</i>	45
2.3. Tinjauan Teori.....	45
2.3.1. Teori CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>).....	45
2.3.2. Teori Representasi	46
2.3.3. Teori Citra (<i>Image Theory</i>)	47
2.4. Kerangka Berpikir	49
BAB III - Metode Penelitian	51
3.1. Pendekatan Penelitian	51
3.2. Tipe Penelitian	52
3.3. Objek Penelitian.....	53
3.4. Waktu dan Lokasi Penelitian	53
3.5. Teknik Pengumpulan Data	53
3.6. Informan Peneliti	56
3.7. Teknik Analisis Data	57
3.8. Teknik Validasi Data	60
BAB IV - Hasil dan Pembahasan	62
4.1. Gambaran Umum.....	62
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.2. Gambaran Umum Wetland Square	64
4.1.3. Gambaran Umum Akun Instagram @wetlandaquare	65
4.1.4. Struktur Organisasi Wetland Square	67
4.1.5. Visi dan Misi Wetland Square	67
4.2. Hasil Penelitian	68
4.2.1. Deskripsi Informan Penelitian	68
4.2.2. Wetland Square Sebagai <i>Creative Space</i>	69
4.2.3. <i>Brand Identity</i> Wetland Square	76
4.2.3.1. Aspek <i>Physique</i> (Fisik)	77
4.2.3.2. Aspek <i>Personality</i> (Kepribadian).....	81
4.2.3.3. Aspek <i>Culture</i> (Budaya)	85
4.2.3.4. Aspek <i>Relationship</i> (Hubungan)	88
4.2.3.5. Aspek <i>Reflection or Image</i> (Refleksi atau Citra)	92
4.2.3.6. Aspek <i>Self Image</i> (Citra Diri)	96
4.2.4. Citra Wetland Square	99
4.2.4.1. Citra <i>Personality</i> (Kepribadian).....	100
4.2.4.2. Citra <i>Reputation</i> (Reputasi)	102
4.2.4.3. Citra <i>Value</i> (Nilai).....	105
4.2.4.4. Citra <i>Identity</i> (Identitas)	109
4.3. Pembahasan.....	111

BAB V - Penutup	130
5.1. Kesimpulan	130
5.2. Saran	131
5.2.1. Saran Akademis	131
5.2.2. Saran Praktis	131
DAFTAR PUSTAKA	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tampak depan area gedung Wetland Square	2
Gambar 1.2. Akun media sosial Instagram <i>@wetlandsquare</i>	8
Gambar 1.3. Data jumlah pengguna Instagram di dunia	9
Gambar 1.4. Data jumlah pengguna Instagram di dunia	10
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir oleh Penulis	50
Gambar 3.1. Model Miles Huberman	58
Gambar 3.2. Triangulasi teknik	60
Gambar 3.3. Triangulasi sumber	61
Gambar 4.1. <i>Workshop Room</i> Wetland Square	65
Gambar 4.2. Area Lahan Rawa Wetland Square	65
Gambar 4.3. Konten Instagram Wetland Square	66
Gambar 4.4. Struktur Organisasi Wetland Square	67
Gambar 4.5. Logo Wetland Square	78
Gambar 4.6. <i>Visual Guide</i> Wetland Square	79
Gambar 4.7. Perubahan gaya desain konten media sosial Wetland Square.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu	21
Tabel 3.1. Informan pendukung pengikut akun @wetlandsquare	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Pedoman Pertanyaan Wawancara	138
Lampiran 2 - Transkrip Hasil Wawancara	147
Lampiran 3 - Dokumentasi Penelitian	193

