

**ANALISIS *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK
MEMBANGUN *CUSTOMER ENGAGEMENT* INSTAGRAM
QUIPPER DI TENGAH KONDISI PANDEMI COVID-19**

(STUDI KASUS #BISATETAPBELAJAR QUIPPER)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



JESICA KUMALA ATMADJA

1161003367

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Jessica Kumala Atmadja

NIM : 1161003367

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 September 2020

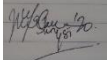


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Jessica Kumala Atmadja
NIM : 1161003367
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : *Analisis Cyber Public Relations* Untuk Membangun
Customer Engagement Instagram Quipper Di Tengah
Kondisi Pandemi Covid-19

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMedia Prac ()
Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si. ()
Penguji 2 : Dr. Hifni Alifahmi, M.Si, IAPR ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 September 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur peneliti ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Analisis *Cyber Public Relations* Untuk Membangun *Customer Engagement* Instagram Quipper Di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19” ini dengan sebaik-baiknya dalam rangka mendapatkan gelar sarjana.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung agar terselesaikannya tugas akhir ini. Peneliti yakin apabila tidak ada dukungan dari pihak ini, maka tugas akhir tidak akan diselesaikan dengan tepat waktu, oleh karena itu diantaranya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dengan segala rahmat dan karunianya, penulis dipermudah untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga bersyukur dapat dikelilingi oleh orang-orang baik dan selalu mendukung penulis untuk dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

2. Brandon I. T.

Lelaki hebat, suamiku yang mengajarkan banyak hal untuk mempermudah penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir. Terima kasih karena sudah sabar menjadi tempat penulis untuk bersandar, selalu meluangkan waktunya untuk membantu penulis, dan menyemangati penulis untuk segera menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Terima kasih telah memberikan hari penuh cinta dan kebahagiaan.

3. Orang Tua serta Keluarga

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Mami Elin, wanita hebat yang pernah penulis kenal berkat dukungan doa, kasih sayang, dan materi

yang diberikannya Alhamdulillah selalu menyertai langkah penulis dalam menulis tugas akhir ini. Terima kasih kepada adik tercinta Luthfiawan atas semangat dan dukungannya agar penulis selalu semangat untuk melakukan yang terbaik. Terima kasih kepada Mami Dewi, Papi Darwin, dan keluarga baru Jesi atas bantuan dan dukungannya untuk semangat menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Bu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac

Terima kasih banyak penulis sampaikan kepada Bu Mirana, yang senantiasa selalu meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan bimbingannya terkait tugas akhir ini. Sangat teliti terhadap penulisan dari tugas akhir yang sangat membantu sekali penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan cepat dan baik. Semoga ibu Mirana dan keluarga selalu diberikan keberkahan disetiap waktu-Nya.

5. Wanita Ular

Terima kasih kepada teman tercinta peneliti yang tiada lelah selalu menemani hari-hari penulis selama masa perkuliahan, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, membantu dan memberi dukungan dalam melewati masa-masa kesenangan, kesedihan, serta kesusahan hidup penulis.

6. Sahabat Dekat Penulis

Terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh sahabat dekat penulis yang dikampus dan dikajian, yang tak pernah lelah selalu mengingatkan penulis untuk terus berjuang dan semangat menulis tugas akhir ini. Terima kasih yang selalu menghibur penulis dikala penulis sedang jenuh dan sedih. Terimakasih yang selalu memberi masukan serta krtitikan mengenai tugas tugas akhir ini.

7. Teman-teman Ilmu Komunikasi dan Public Relations 2016

Terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi dan *Public Relations* 2016 Universitas Bakrie angkatan 2016, yang selama ini telah menemani keseruan belajar di dalam kelas khususnya pada seluruh mata kuliah *Corporate Communications*, terima kasih atas dukungan dan pengalamannya selama belajar di kampus. Keseruan, canda, dan tawa kalian tak akan penulis lupakan.

Jakarta, 4 September 2020

Penulis,



Jesica Kumala Atmadja

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Kumala Atmadja

NIM : 1161003367

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK MEMBANGUN *CUSTOMER ENGAGEMENT* INSTAGRAM QUIPPER DI TENGAH KONDISI PANDEMI COVID-19” (STUDI KASUS #BISATETAPBELAJAR QUIPPER)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 September 2020

Yang menyatakan,



Jessica Kumala Atmadja

**ANALISIS *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK MEMBANGUN
CUSTOMER ENGAGEMENT INSTAGRAM QUIPPER DI TENGAH
KONDISI PANDEMI COVID-19**

Jesica Kumala Atmadja

ABSTRAK

Dampak *pandemic* virus Corona 2019 atau Covid-19 kini mulai menyebar ke dunia pendidikan. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) saat ini siap dengan semua skenario termasuk penerapan kerja sama untuk mendorong pembelajaran *online* untuk siswa. Salah satu platform pembelajaran *online* yang dapat diakses oleh siswa dan guru untuk meningkatkan sumber belajar jarak jauh secara gratis adalah Quipper. *Public relations* Quipper sedang aktifnya dalam menyampaikan informasi melalui *cyber PR* yang berfokus pada media sosial *Instagram* sebagai bentuk dalam mengelola tiga dimensi *customer engagement* yang melakukan pembelajaran *online* dengan tagar #BisaTetapBelajar. Pendekatan kualitatif dipilih sebagai metode penelitian untuk penelitian ini, menganalisis data menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dua arah yang dilakukan melalui Instagram sangat berpengaruh bagi meningkatnya Customer Engagement dalam sosialisasi #BisaTetapBelajar yang menjangkau tiga elemen dari customer engagement. Serta penelitian ini menunjukkan bahwa *feedback* sangat berpengaruh bagi kesuksesan komunikasi dua arah.

Kata kunci: *Covid-19, Customer Engagement, Cyber PR, Komunikasi Dua Arah, Instagram*

***ANALYSIS OF CYBER PUBLIC RELATIONS TO BUILD QUIPPER
CUSTOMER ENGAGEMENT IN THE MIDDLE OF PANDEMY COVID-19***

Jesica Kumala Atmadja

ABSTRACT

The impact of the Corona 2019 or Covid-19 pandemic has now begun to spread to the world of education. The Ministry of Education and Culture (Kemendikbud) is currently ready with all scenarios including the implementation of collaboration to encourage online learning for students. One of the online learning platforms that can be accessed by students and teachers to increase distance learning resources for free is Quipper. Quipper's public relations is active in conveying information through cyber PR which focuses on Instagram social media as a form of managing three dimensions customer engagement conducting online learning with the hashtag #BisaTetapBajar. The qualitative approach was chosen as the research method for this research, analyzing data using the case study method. The results of this study indicate that two-way communication through Instagram is very influential in increasing Customer Engagement in #BisaTetapBelajar socialization which reaches every element of customer engagement. And this research shows that feedback is very influential for the success of two-way communication.

Keywords: Covid-19, Customer Engagement, Cyber PR, Two-ways Communication, Instagram

DAFTAR ISI

ANALISIS <i>CYBER PUBLIC RELATIONS</i> UNTUK MEMBANGUN <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> INSTAGRAM QUIPPER DI TENGAH KONDISI PANDEMI COVID-19	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	23
2.2.1 <i>Public Relations</i>	23
2.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	25
2.2.3 Model Komunikasi Simetris Dua Arah	25
2.2.4 <i>Cyber Public Relations</i>	30
2.2.5 <i>Instagram</i> Sebagai Media Sosial	32
2.2.6 <i>Customer Engagement</i>	35
2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III	40

METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	42
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	44
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.6 Teknik Keabsahan Data	48
3.7 Batasan dan Keterbatasan Penelitian	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Quipper	52
4.1.2 Perjalanan Quipper.....	56
4.1.3 Social Media <i>Instagram</i> @quipper_id.....	57
4.2 Subjek Penelitian.....	58
4.3 Hasil Penelitian.....	62
4.3.1 Komunikasi Dua Arah	62
4.3.2 <i>Control Mutuality</i>	64
4.3.3 <i>Trust</i>	65
4.3.4 <i>Commitment</i>	67
4.3.5 <i>Satisfaction</i>	67
4.3.6 <i>Communal Relationship</i>	69
4.3.7 <i>Exchange Relationship</i>	70
4.3.8 Instagram Sebagai Media Sosial	71
4.3.9 <i>Customer Engagement</i> #BisaTetapBelajar Quipper.....	73
4.3.9.1 <i>Cognitive Attachment</i>	73
4.3.9.2 <i>Emotional Attachment</i>	74
4.3.9.3 <i>Behavioural Attachment</i>	76
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Komunikasi Dua Arah Menjaga Hubungan Baik Quipper Dengan Para Siswa.....	78
4.4.2 Quipper Memilih Instagram Sebagai Channel Utama Komunikasi Dua Arah	82
4.4.3 Quipper Membangun Kepercayaan Para Siswa Dalam Sosialisasi #BisaTetapBelajar	83

4.4.4	Quipper Mempertahankan Hubungan Dalam Waktu Jangka Panjang	87
4.4.5	Puas Memiliki Hubungan Dengan Siswa Mengenai #BisaTetapBelajar	90
4.4.6	Quipper Memperhatikan Kesejahteraan Siswa	93
4.4.7	Quipper Tetap Memberikan Layanan Terbaik	94
4.4.8	Instagram Menghasilkan Komunikasi Dua Arah Yang Efektif.....	95
4.4.9	Elemen <i>Customer Engagement</i> Yang Terbentuk Melalui Sosialisasi #BisaTetapBelajar Quipper.....	103
BAB V		114
KESIMPULAN DAN SARAN		114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran	116
5.2.1	Saran Akademis.....	116
5.2.2	Saran Praktis	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		120
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 1		120
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 3		126
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 3		131
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 4		133
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 5		137
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 6		141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Covid-19 (24 April 2020).....	2
Gambar 1.2 Pembelajaran <i>Online</i> Quipper.....	4
Gambar 1.3 Pengguna Quipper di Aplikasi <i>Play Store</i>	7
Gambar 4.1 Quipper Termasuk Salah Satu Rekomendasi 5 Aplikasi Belajar Online, untuk Cegah Corona COVID-19.....	55
Gambar 4.2 Tampilan Akun Media Sosial Instagram @quipper_id.....	57
Gambar 4.3 Salah Satu Contoh Postingan Instagram Quipper Dengan Konten Yang Membahas Tentang Kumpulan Rumus Penting Bangun Ruang.....	58
Gambar 4.4 Karina Poerba – <i>Digital Marketing Officer</i> Quipper.....	59
Gambar 4.5 Rizki Ramdhani – <i>Public Relations Lead</i> Quipper.....	59
Gambar 4.6 Khairina Fauziah – <i>Customer Relations</i> Quipper.....	60
Gambar 4.7 Britney Queequeta – Pengguna Quipper.....	61
Gambar 4.8 Anna Maritsa – Pengguna Quipper.....	61
Gambar 4.9 Nissa Sawitri – Pengguna Quipper.....	62
Gambar 4.10 Bentuk Komunikasi Dua Arah Quipper.....	63
Gambar 4.11 Press Release Quipper.....	65
Gambar 4.12 Komunikasi Dua Arah Yang Dilakukan Quipper Mengenai Sosialisasi #BisaTetapBelajar Di Instagram.....	79
Gambar 4.13 Minat Para Siswa Dengan #QuipperQuiz.....	80
Gambar 4.14 Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia Bulan November 2019.....	82
Gambar 4.15 Operator Seluler Gratiskan Internet 30GB Selama Corona.....	85
Gambar 4.16 Saat Quipper Menjawab Pertanyaan Dari Salah Satu Followers....	86

Gambar 4.17 Kampanye Lanjutan #PintarDariRumah.....	88
Gambar 4.18 Kepuasan Siswa Dan Guru Adanya #BisaTetapBelajar.....	92
Gambar 4.19 Komentar Siswa Mengenai #BisaTetapBelajar.....	97
Gambar 4.20 <i>Giveaway</i> Quipper.....	99
Gambar 4.21 Komunitas Yang Terbentuk #BisaTetapBelajar.....	101
Gambar 4.22 Tautan Ke Situs Lainnya.....	102
Gambar 4.23 Konten Visual Instagram Quipper #BisaTetapBelajar.....	104
Gambar 4.24 Pembelajaran Online Gratis #BisaTetapBelajar Quipper (Kognitif).....	106
Gambar 4.25 Konten Mengenai Covid-19 Di Instagram @quipper_id.....	106
Gambar 4.26 Sosialisasi Pembelajaran Gratis Onlines #BisaTetapBelajar Quipper.....	108
Gambar 4.27 <i>Instastory</i> Bagi Hadiah Quipper.....	110
Gambar 4.28 <i>Post Feeds</i> Bagi Hadiah Quipper.....	111
Gambar 4.29 Semangat Belajarnya, Dapatkan Hadiahnya!.....	112
Gambar 4.30 Elemen <i>Customer Engagement</i> Yang Dilakukan #BisaTetapBelajar Quipper.....	113

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....39