

**PENGELOLAAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA RUMAH
PERUBAHAN DI INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

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



MOUDIZHA AQMARINA HIJAR

1131003007

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : **Moudizha Aqmarina Hajar**

Nim : **1131003007**

Tanda Tangan :



Tanggal : **31 Agustus 2021**

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Moudizha Aqmarina Hajar
NIM : 1131003007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : PENGELOLAAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA RUMAH
PERUBAHAN DI INSTAGRAM

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan 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 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



Penguji 1 : Dianingtyas M. Putri, M.Si



Penguji 2 : Dr. Manik Sununtari, M.Si



Ditetapkan di : Universitas Bakrie Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan dengan judul **“Pengelolaan Customer Engagement pada Rumah Perubahan di Instagram”** dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Selama proses penulisan dan penyelesaian laporan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih Papa, Mama, & Aa' Ayas yang selalu memberikan dukungan kepada penulis agar tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih selalu mendoakan penulis setiap saat agar penulis dipermudah dalam menulis penelitian ini.

3. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima Kasih kepada bu Yanti yang bersedia memberikan waktunya untuk membimbing saya mengerjakan tugas akhir ini dan selalu memberi dukungan untuk segera menyelesaikan tugas akhir.

4. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

Terima kasih kepada bu Ambo selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang selalu memberikan masukan dan solusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima Kasih sudah selalu meluangkan waktunya dan memberikan dukungan serta ilmunya. Terima Kasih sudah membimbing penulis dengan jelas dan sabar.

5. Ramadian

Terima Kasih kepada Rama yang selalu memberikan dukungan dari awal penelitian ini dikerjakan oleh penulis. Menemani, mendukung dan membantu setiap hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dikerjakan oleh penulis.

6. Syaffirah Noor

Terima Kasih kepada salah satu sahabat saya yang selalu memberikan dukungan tenaga, waktu & moral untuk menyelesaikan penelitian ini. Selalu sabar memberi dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan tugas akhir.

7. Alisha Maharani

Terima Kasih kepada salah satu sahabat saya yang selalu memberikan dukungan tenaga, waktu & moral untuk menyelesaikan penelitian ini. Selalu sabar memberi dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan tugas akhir.

8. Bahari

Terima Kasih kepada salah satu rekan kerja saya di kantor sekaligus narasumber dalam penelitian ini. Terima Kasih sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam wawancara yang peneliti kerjakan.

9. Risna

Terima Kasih kepada salah satu rekan kerja saya di kantor sekaligus narasumber dalam penelitian ini. Terima Kasih sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam wawancara yang peneliti kerjakan.

10. Nino

Terima Kasih kepada salah satu rekan kerja saya di kantor sekaligus narasumber dalam penelitian ini. Terima Kasih sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam wawancara yang peneliti kerjakan.

11. Teman Seperbimbingan

Terima Kasih kepada Fika yang telah bersedia brainstorming bersama dan meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesah penulis selama mengerjakan tugas akhir ini.

Jakarta , 31 Juli 2021



Moudizha Aqmarina Hajar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Moudizha Aqmarina Hajar
NIM : 1131003007
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 Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGELOLAAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA RUMAH PERUBAHAN DI INSTAGRAM”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif 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 : 31 Juli 2021

Yang Menyatakan



Moudizha Aqmarina Hajar

PENGELOLAAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA RUMAH PERUBAHAN DI INSTAGRAM

Moudizha Aqmarina Hajar

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 tentunya berdampak pada berbagai sektor terutama di sektor ekonomi, dampak ekonomi ini tidak hanya dirasakan di dalam negeri tetapi juga secara global. Berdasarkan hal tersebut banyak perusahaan salah satunya Rumah Perubahan yang akhirnya beralih untuk melakukan promosi di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Pengelolaan *Customer Engagement* Rumah Perubahan di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif Sumber data primer pada penelitian ini, yaitu wawancara langsung dengan pihak management dari Rumah Perubahan dan klien yang merupakan *followers* dari akun instagram Rumah Perubahan. Hasil dari penelitian ini adalah dari seluruh kategori yang ada yaitu Kesaksian baik dari pelanggan atau klien, Tim, Produk, Event, dan Dokumentasi pada konsep Promosi melalui Instagram serta *Connection, Interaction, Satisfaction, Retention, Commitment, dan Advocacy* pada konsep *Customer Engagement*, peneliti mendapatkan jawaban dari tiap kategori dan indikator dari keenam informan yang telah dilakukan wawancara mendalam terkait pengelolaan media sosial Instagram Rumah Perubahan dan testimoni dari klien yang merupakan *followers* di instagram Rumah Perubahan. Dari jawaban informan peneliti mendapati bahwa media sosial Instagram Rumah Perubahan baik dalam menjalankan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Media Sosial, Instagram ,*Customer Engagement*

CUSTOMER ENGAGEMENT MANAGEMENT AT RUMAH PERUBAHAN ON INSTAGRAM

Moudizha Aqmarina Hijar

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic certainly has an impact on various sectors, especially in the economic sector, this economic impact is not only felt in the country but also globally. Based on that, many companies such as House of Change eventually switched to doing promotions on social media. This research aims to find out How Home Engagement Customer Engagement Management Changes on Instagram. This research uses research method with qualitative approach Primary data source in this study, namely direct interview with management of Home Change and clients who are followers of Home Change instagram account. The results of this study are from all categories that exist, namely Testimony from customers or clients, Teams, Products, Events, and Documentation on the concept of Promotion through Instagram and Connection, Interaction, Satisfaction, Retention, Commitment, and Advocacy on the concept of Customer engagement, Researchers get answers from each category and indicators of the six informants who have conducted in-depth interviews related to the management of social media Instagram Home Change and testimonials from clients who are followers on instagram Home Change. From the answer of the informant researchers found that social media Instagram Home Change is good in running social media as a marketing communication strategy.

Keyword: Digital Marketing Communications, Social Media, Instagram ,Customer Engagement

DAFTAR ISI



ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	21
2.3 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Objek Penelitian	46
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.3 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	49
3.4 Teknik Analisis Data	53
3.5 Teknik Pengujian Keabsahan Data	54
3.6 Keterbatasan Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2 Hasil Penelitian	59
4.3 Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

85

LAMPIRAN

87

DAFTAR GAMBAR

☐		
Gambar 1. 1	Website WeAreSocial.net	2
Gambar 1. 2	Instagram Rumah Perubahan	5
Gambar 3. 1	Tampilan Akun Instagram Rumah Perubahan	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	43
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	50

2