

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN INSTAGRAM
ALODOKTER_ID DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER
ENGAGEMENT***

TUGAS AKHIR

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



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NISYA AULIA

1151003118

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

JAKARTA

2019

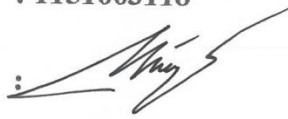
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

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

Nama : Nisya Aulia

NIM : 1151003118

Tanda Tangan

: 

Tanggal : 7 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

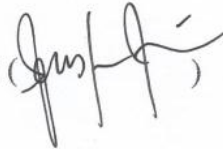
Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nisya Aulia
NIM : 1151003118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Elemen-Elemen Instagram Alodokter_Id Dalam Membentuk *Customer Engagement*.

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 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S. Sos, M.Si



Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Adrian Arditiar, M.I.Kom



Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur *peneliti* ucapkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Elemen-Elemen Instagram Alodokter_Id Dalam Membentuk *Customer Engagement*” ini dengan sebaik-baiknya. Penelitian Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini dan selama melakukan kegiatan perkuliahan di Universitas Bakrie, peneliti mendapatkan dukungan dan semangat serta bantuan dari berbagai pihak dalam mengatasi segala rintangan. Pada kesempatan ini, dengan ketulusan hati peneliti menunjukkan rasa syukur dan berterima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terkasih kedua orang tua dan adik peneliti, yang telah menjadi tumpuan sumber inspirasi untuk langkah-langkah kehidupan duniawi peneliti, atas segala curahan cinta, kasih sayang, pembeajaran, dan do'a yang terus mengalir kepada peneliti selama ini.
2. Yang terhormat Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si sebagai Pembimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir, atas budi baik, dan kesabaran untuk memotivasi peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Yang terhormat Ibu Suharyanti, M.S.M selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan juga sebagai Penguji 1 dalam sidang Tugas Akhir peneliti, juga Staf Prodi Ilmu Komunikasi terutama Mbak Asri, atas perhatian, bantuan, dan pengabdian yang diberikan kepada seluruh Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi selama masa perkuliahan.
4. Yang terhormat Bapak Adrian Arditiar, M.I.Kom sebagai Pembahas sidang proposal dan Penguji 2 dalam sidang Tugas Akhir peneliti, atas bimbingan, saran, dan pengetahuan yang diberikan sehingga peneliti dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan lebih baik.

5. Yang terhormat Ibu Ir Maria Theresia Anitawati, M.S., M.Sc. selaku Kepala Biro Akademik dan juga sebagai Pembimbing Akademik peneliti, atas budi baik, bimbingan, dan motivasi yang diberikan kepada peneliti dalam mengambil keputusan akademik selama perkuliahan.
6. Yang terhormat Staf Biro Akademik terumata Mbak Frieda, dan seuruh Staf Universitas Bakrie atas perhatian, bantuan, dan pengabdian yang diberikan kepada seluruh Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi selama masa perkuliahan.
7. Yang terhormat seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tak dapat peneliti sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat atas inspirasi dan curahan pengetahuan sejak awal perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Yang terhormat tim Alodokter terutama Kak Abi dan Kak Dina atas budi baik menerima peneliti untuk melakukan penelitian dan memberikan ilmu selama proses wawancara.
9. Yang tersayang dan peneliti rindukan Almh. Ibu (Ratmi Rosyani, Nenek Penulis), Alm. Bapak (Tatang Affandi S, Kakek Penulis), atas do'a yang tidak pernah putus dan kasih sayang yang peneliti jadikan motivasi dalam menyelesaikan perkuliahan sebaik mungkin. Juga yang tersayang Tante Vha, atas do'a, perhatian, dan motivasi yang terus diberikan kepada peneliti sejak dulu hingga sekarang.
10. Yang tersayang Keluarga Jakarta dan Bandung, Kakek Dawam, Nenek Imas, Tante Neneng, Om Asep, Tante Tari, Om Deden, Tante Rita, Tante Niken, Laquisha, Laqueensha, Garneta, Queeny, dan seluruh keluarga besar Mama dan Ayah yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat atas do'a, perhatian, dan motivasi yang diberikan selama peneliti menempuh masa perkuliahan di Jakarta.
11. Yang tersayang teman-teman 911 peneliti, Manik, Putri, Hanny, Maysa atas waktu, perhatian, semangat, dan do'a sebagai teman-teman garis pertama ketika peneliti butuh untuk saling menguatkan, juga berbagi kebahagiaan dan kecemasan.

12. Yang tersayang teman-teman “Kuwon Yeoja”, Putri, Yue, Pelita, dan Gita tempat pulang dan berbagi cerita khas pertemanan ala perempuan sejak SMA hingga sekarang.
13. Yang tersayang teman-teman “SEMANGAT”, Manik, Salsa, Atih, Mamah, Ale, Dek Adi, dan Chris, atas kebaikan-kebaikan, semangat, cerita, dan kebersamaan yang diberikan sejak terbentuk di IPA 1 hingga sekarang.
14. Yang tersayang teman-teman “KERESEK”, Maysa, Mega, Windy, Alda, Okti, Monica, Thia, Kiara, Irna, dan Nony atas segala bentuk bantuan, semangat, budi baik, suka, duka, pengalaman, cerita, keluh kesah, dan canda tawa yang ada sejak awal masa perkuliahan hingga sekarang.
15. Yang tersayang dan paling runyam teman-teman “Cucu Opung”, Ever dan Jihan sebagai wadah berbagi konten, keluh kesah, emosi, hobi, dan waktu senggang yang juga turut membantu mewarnai momen dan proses perkuliahan selama ini.
16. Yang tersayang teman-teman tanpa julukan, Icha, Puspa, Rose, Mbak Indi, dan Fika atas kebaikan dan bantuan diantara minimnya intensitas pertemuan selama masa perkuliahan hingga sekarang.
17. Yang tersayang teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2015 dan Himpunan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Periode 2016/2017 atas segala pengalaman dan budi baik selama melangkah bersama.

Demikian ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Dengan harapan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Jakarta, 7 Agustus 2019

Nisya Aulia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nisya Aulia
NIM : 1151003118
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 Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Elemen-Elemen Instagram Alodokter_Id Dalam Membentuk *Customer Engagement*”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Nisya Aulia

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN INSTAGRAM ALODOKTER_ID DALAM
MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT***

Nisya Aulia

ABSTRAK

Perusahaan perintis yang bergerak dalam bidang kesehatan (*healthtech*) khususnya yang berbasis aplikasi saat ini memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media promosi untuk menggiring calon pengguna aplikasi mereka. Cara yang digunakan adalah dengan memanfaatkan elemen-elemen pada Instagram untuk membuat konten pemasaran yang berkualitas dan kreatif sehingga dapat membentuk hubungan dengan konsumennya. Maka dari itu, dalam penelitian ini dilakukan analisis elemen-elemen Instagram Alodokter_id dalam membentuk *customer engagement*. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana elemen-elemen Instagram yang dikemukakan oleh Stephanie Diamond dalam membentuk *customer engagement* yang dilakukan pada akun Instagram Alodokter_id. Peneliti juga melakukan analisis hubungan antara elemen-elemen Instagram milik Diamond dengan faktor-faktor penyebab *customer engagement* dari Sherman & Smith. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktifis. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pengamatan langsung Instagram Alodokter_id, dan didukung dengan wawancara mendalam terhadap tim Alodokter. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa elemen-elemen Instagram Diamond saling terintegrasi dalam membentuk sebuah konten Instagram Alodokter_id. Penelitian ini juga menemukan bahwa adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara elemen-elemen Instagram Diamond dengan faktor-faktor terbentuknya *customer engagement* Sherman & Smith.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, *Elemen Instagram*, *Instagram*, Keterlibatan Pelanggan, *Startup*.

**ANALYSIS OF ALODOKTER_ID'S INSTAGRAM ELEMENTS THAT
BUILD THE CUSTOMER ENGAGEMENT**

Nisya Aulia

ABSTRACT

The startup company which operates in health industry (healthtech) especially application-based ones that utilize Instagram as one of their promoting media platforms to attract their potential customers. The method that used is by utilizing elements in Instagram to create a marketing content that is creative and has good quality so that a relationship with consumers could be established. Therefore, this research conducts an analysis on the elements of Alodokter_id's Instagram account in establishing customer engagement. Aiming to understand the elements of Instagram as stated by Stephanie Diamond in establishing customer engagement as done in Alodokter_id's Instagram account. The author also conducts an analysis on the relationship between Diamond's Instagram elements with the driving factors of customer engagement by Sherman & Smith. This research is a qualitative research using constructivist paradigm. The source of primary data in this research is obtained from direct observation on Alodokter_id's Instagram account and supported by in-deep interview with Alodokter's team. The result of this research shows that Diamond's Instagram elements are integrated to form a content of Alodokter_id's Instagram. This research also finds a relationship between Diamond's Instagram elements with the driving factors of customer engagement of Sherman & Smith.

Keywords: Digital Marketing, Instagram Elements, Instagram, Customer Engagement, Startup.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	17

2.2.2 Elemen-Elemen Pada Instagram	21
2.2.3 Instagram.....	22
2.2.5 <i>Customer Engagement</i>	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Sumber Data.....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Definisi Konseptual Dan Operasionalisasi Konsep	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	37
3.7 Keterbatasan Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian	39
4.1.1 Profil Alodokter	39
4.1.2 Logo Dan Tagline Alodokter	44
4.1.3 Struktur Organisasi Alodokter	45
4.1.4 Profil Informan.....	46
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Instagram Sebagai Media Promosi.....	49
4.2.2 Pemanfaatan Elemen-Elemen Pada Instagram.....	54
4.2.2.1 <i>Good Customer Tesimonial</i>	54
4.2.2.2 <i>Team</i>	57

4.2.2.3 <i>Product</i>	59
4.2.2.4 <i>Event</i>	62
4.2.2.4 <i>Documentation</i>	63
4.2.3 Pembentukan <i>Customer Engagement</i>	66
4.2.3.1 <i>Originates From A Source The Trust</i>	66
4.2.3.2 <i>Reflect Someting About Themselves</i>	67
4.2.3.3 <i>The Content Puts Them In-The-Know</i>	70
4.2.3.4 <i>Other Respond</i>	71
4.2.3.5 <i>You Respond</i>	73
4.3 Pembahasan.....	75
4.3.1 Pola Elemen-Elemen Instagram Dalam Membentuk <i>Customer Engagement Alodokter_id</i>	75
4.3.2 Model Customer Engagement Dalam Membentuk Konten <i>Feedback Alodokter_id</i>	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis	91
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN 1	95
LAMPIRAN 2	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	33

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 27

Bagan 4. 1 Struktur Tim *Social media* Alodokter_id..... 45

Bagan 4. 2 Pola Hubungan Elemen Instagram dan Faktor *Customer Engagement* Pada Akun Alodokter_id..... 74

Bagan 4. 3 Pola Integrasi Elemen-Elemen Instagram Dalam Membentuk Konten Alodokter_Id 79

Bagan 4. 4 Model Pembentukan Konten Feedback Pada Instagram Alodokter_id 84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tampilan *Website* Alodokter..... 39

Gambar 4. 2 Tampilan *Chat* Dokter Gratis 40

Gambar 4. 3 Tampilan Alodokter *Shop*..... 41

Gambar 4. 4 Tampilan Instagram Alodokter_id 43

Gambar 4. 5 Logo Alodokter 44

Gambar 4.6 Allert Benedicto Ieuan Noya, *Medical editor / Supervisor* Konten Media Sosial Alodokter..... 46

Gambar 4.7 Dina Andriani, *Social Media Specialist* Alodokter 47

Gambar 4.8 Yunita Purnami, *Followers* Instagram Alodokter_id..... 47

Gambar 4.9 Dyama Khazim Setyadi, Praktisi *Social Media* Dan Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 48

Gambar 4. 10 Angka *likes* dan *views* Alodokter_id..... 50

Gambar 4. 11 Konten Alodokter_id yang memberikan Informasi 52

Gambar 4. 12 Konten Hari Ibu..... 55

Gambar 4. 13 Konten-Konten Berisi Elemen Tim Alodokter 58

Gambar 4. 14 Konten Elemen Produk *Hard Selling* Alodokter_Id 60

Gambar 4. 15 *Konten Elemen* Produk *Soft Selling* Alodokter_id 61

Gambar 4. 16 Konten Elemen *Event Live Chat* Alodokter_id..... 62

Gambar 4. 17 Konten Elemen Dokumentasi *Event* Alodokter_Id..... 64

Gambar 4. 18 Konten Elemen Dokumentasi *Event* Internal..... 65

Gambar 4. 19 Tindakan *Me-mention* Pada Akun Alodokter_Id 66

Gambar 4. 20 Konten Informasi Kesehatan Alodokter_id..... 69

Gambar 4. 21 Tindakan Saling Berbalas Komentar Antar *Followers* Alodokter_Id..... 70

Gambar 4. 22 Cara Halodoc Memberi Respon Pada Komentar Instagram 72

Gambar 4. 23 *Screenshoot* Pertanyaan Pada Video Edukasi Alodokter_Id 73

Gambar 4. 24 Contoh *Integrasi* Elemen Instagram Pada Konten Alodokter_id..... 80