

**ANALISIS STRATEGI *CONTENT MARKETING* DIGITAL FRUITY WAX
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT
(Studi Kasus: @fruity_wax)**

TUGAS AKHIR

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



NOVITA POLII

1151003029

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

2020

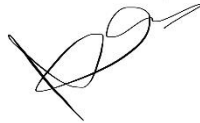
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Novita Polii

NIM : 1151003029

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Novita Polii
NIM : 1151003029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi *Content Marketing* Digital Fruity wax Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan *Customer Engagement* (Studi Kasus: @Fruity_Wax)

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 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si 
10 September 2020

Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M 
10 September 2020

Penguji 2 : Rangga Wisesa M.Si 

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang dengan judul “Analisis Strategi *Content Marketing* Digital Fruity wax Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan *Customer Engagement* (Studi Kasus: @Fruity_Wax)” dengan lancar. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

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

2. Suami

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada suami saya Gema Bima Alvindo yang selalu mendukung penulis dalam segala kegiatan kampus penulis. Terima kasih atas doa yang diberikan untuk kelancaran penulis dalam mengerjakan tugas akhir.

3. Ibu Dianinigtas Murtanti Putri, M.Si

Terima kasih kepada Miss Dian selaku dosen pembimbing yang sangat baik, selalu sabar, teliti, peduli serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas tantangan ataupun rintangan dan permasalahan yang selalu dihadapi oleh Peneliti selama penyusunan serta selalu memotivasi dan memberikan peneliti energi positif selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

4. Dosen-Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih sudah banyak memberikan ilmu, membimbing, membantu Peneliti mulai dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena sudah sabar dan ikhlas dalam memberikan ilmu kepada Peneliti. Terima kasih telah memberikan banyak hal pembelajaran selama Peneliti menjadi mahasiswi di Universitas Bakrie dan selalu mendukung

penulis dalam mengasuh kemampuan hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan baik dan tepat waktu.

5. Teman – Teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih kepada seluruh teman – teman Ilmu Komunikasi 2015 karena selalu mendukung satu sama lain disaat pembuatan Tugas Akhir. Terima kasih selalu membantu, menghibur, dan menyemangati Peneliti dari awal perkuliahan hingga saat ini.

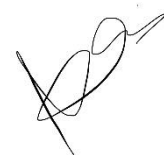
6. Komunal

Terima kasih kepada kakak-kakak Komunal dari angkatan 2010 hingga 2014 dan juga adik-adik Komunal dari 2016 hingga 2018 yang selalu memberikan dukungan, do'a, serta semangatnya kepada Komunal 2015 terutama kepada Peneliti.

7. Seluruh pihak yang tidak bisa Peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih untuk selalu hadir dan membantu Peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata Peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu Peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat positif dan membangun agar nantinya dapat memberikan mandaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, Peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 14 Agustus 2020



Novita Polii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Novita Polii
NIM : 1151003029
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-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS STRATEGI *CONTENT MARKETING* DIGITAL FRUITY WAX MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* (Studi Kasus: @fruity_wax)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, serta mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan juga 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 : 14 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Novita Polii

**ANALISIS STRATEGI *CONTENT MARKETING* DIGITAL FRUITY WAX
MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT
(Studi Kasus: @fruity_wax)**

Novita Polii

ABSTRAK

Arti kesehatan bukan saja dilakukan dengan olahraga, namun kesehatan disini juga mencakup kesehatan kulit, dan oleh karena itu keberadaan salon kecantikan sangat banyak dan menjamur di berbagai wilayah. Salon kecantikan yang banyak diminati tidak hanya dari pelayanan dan keramahan yang diberikan ketika kita datang untuk melakukan *treatment* saja, namun tanggapan yang cepat atau *responsive* dan informasi melalui media sosial Instagram yang disajikan, juga menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk tetap menggunakan salon tersebut sebagai referensinya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi konten pemasaran digital Fruity Wax dengan Instagramnya @fruity_wax dalam membangun *customer engagement*. Penelitian ini dianalisa dengan menggunakan teori konten pemasaran oleh McPheat, dan *customer engagement* dari Evans. Metode penelitian adalah metode studi kasus jenis instrumental, dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten *marketing* Fruity Wax melalui Instagram masih perlu banyak perbaikan terkait pengemasan kontennya, dimana pengemasannya tersebut harus mengandung unsur *story telling*, kemudian memperhatikan kebutuhan *followers* nya, lalu menyesuaikan dengan karakteristik penggunaannya. Selanjutnya, dari aspek *customer engagement* Fruity Wax dalam pengemasan pesan melalui Instagram ini hanya sampai pada tahapan ketiga saja yakni *creation*, yang mana pada tahapan ini pengelola akun @fruity_wax hanya memberikan dukungan seperti memberikan *feedback* yang bersifat komentar dan like saja, namun belum sampai pada tahapan *collaboration* antara pihak Fruity Wax dengan para *followers* nya. Hal tersebut disebabkan pihak Fruity Wax belum mengadakan *event* atau *campaign* yang melibatkan *followers* nya.

Kata Kunci: Konten pemasaran, Pemasaran digital, *Customer engagement*, Instagram, Fruity Wax

**ANALISIS STRATEGI CONTENT MARKETING DIGITAL FRUITYWAX
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT
(Studi Kasus: @fruity_wax)**

Novita Polii

ABSTRACT

The meaning of health is not only done with sports, but health here also includes skin health, and therefore the existence of beauty salons is very much and mushrooming in various regions. Beauty salons are in high demand not only from the service and hospitality provided when we come to do the treatment only, but the quick or responsive response and information through Instagram social media presented, is also a consideration for consumers to keep using the salon as a reference. The purpose of the research is to find out how Friuty Wax's digital marketing content strategy with instagram @fruity_wax in building customer engagement. The research was analyzed using marketing content theory by McPheat, and customer engagement from Evans. The research method is an instrumental type case study method, with a qualitative approach. The results showed that Fruity Wax's marketing content strategy through Instagram still needs a lot of improvement regarding the packaging of its content, where the packaging must contain story telling elements, then pay attention to the needs of its followers, and then adjust to the characteristics of its users. Furthermore, from the customer engagement aspect of Fruity Wax in packaging messages through Instagram, only until the third stage of creation, which at this stage the manager of the @fruity_wax account only provides support such as providing feedback that is comment and like only, but has not reached the stage of collaboration between Fruity Wax and its followers. This is because Fruity Wax has not held an event or campaign involving its followers.

Keywords: Content marketing, Digital marketing, Customer engagement, Instagram, Fruity Wax

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	14
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	16
2.2 Tinjauan Pustaka	37
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	37
2.2.2 Digital Marketing.....	38
2.2.3 Content Marketing.....	39
2.2.4 Media Sosial.....	42
2.2.5 Instagram.....	44
2.2.6 Customer Engagement	46
2.3 Kerangka Pemikiran	50
BAB III.....	54
METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	55
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	55

3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder	56
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	56
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	59
3.5 Teknik Analisis Data.....	60
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	62
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.1 Sejarah dan Profil PT Virus Kreatif Indonesia	67
4.1.2 Filosofi Nama dan Logo.....	67
4.1.3 Kapabilitas Perusahaan.....	68
4.1.4 Visi dan Misi Agensi Digital Virus	69
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	69
4.1.6 Brand Fruity Wax.....	70
4.1.7 Visi Misi Brand Fruity.....	70
4.1.8 Media Sosial Instagram Fruity Wax	70
4.1.9 Profil Informan	72
4.1.10 Pakar Bidang Digital Marketing dan Content Marketing	74
4.2 Hasil Penelitian.....	75
4.2.1 Content Marketing.....	75
4.2.2 Customer Engagement	88
4.3 Pembahasan.....	95
4.3.1 Tahapan Content Marketing	95
4.3.2 Media Sosial Instagram Fruity Wax	107
4.3.3 Tahapan Customer Engagement	111
4.4 Temuan Baru Terkait Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	120
4.5 Batasan Penelitian.....	121
BAB V	122
KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Instagram Pocariid	3
Gambar 1.2 <u>Logo Digital Agensi Webarq</u>	4
Gambar 1.3 Logo Digital Agensi Digital Virus	5
Gambar 1.4 Pentingnya Content Marketing	6
Gambar 1.5 Logo Fruity Wax	8
Gambar 1.6 Akun Instagram @fruity_wax.....	9
Gambar 1.7 <u>Contoh Konten Pada Akun Instagram @fruity_wax</u>	10
<u>Gambar 1.8 Konten serta Insight Pada Akun Instagram @fruity_wax</u>	11
Gambar 4.1 Logo Digital Virus	66
Gambar 4.2 <u>Bagan Struktur Organisasi Digital Virus</u>	67
Gambar 4.3 Tampilan Akun Media Sosial Instagram Fruity Wax	69
Gambar 4.4 Konten Info Lokasi Store	70
Gambar 4.5 Desak Made Lidya Metasari	71
Gambar 4.6 Chita Darnis	72
Gambar 4.7 <u>Nurviana Mey Saputri</u>	72
<u>Gambar 4.8 Juharia Nur</u>	73
<u>Gambar 4.9 Annisa Pradnya</u>	74
<u>Gambar 4.10 Mohammad Gezah Al Banna</u>	75
<u>Gambar 4.11 Konten Edukatif Pada Akun Instagram</u>	78
<u>Gambar 4.12 Konten Edukatif Pada Akun Instagram</u>	79
<u>Gambar 4.13 Konten Promosi Pada Akun Instagram</u>	84
Gambar 4.14 Konten Informasi Pada Akun Instagram.....	85
Gambar 4.15 <u>Konten Giveaway</u>	86
Gambar 4.16 Konten Pada Akun Instagram FruityWax	91
Gambar 4.17 Konten Pada Akun Instagram FruityWax	93
Gambar 4.18 Konten Pada Akun Instagram FruityWax	95
Gambar 4.19 Komentar Pada Konten Instagram Fruity Wax	95
Gambar 4.20 <u>Konten Edukatif Fruity Wax</u>	98
<u>Gambar 4.21 Konten Promosi Fruity Wax</u>	101
<u>Gambar 4.22 Insight Konten Promosi FruityWax</u>	101
<u>Gambar 4.23 Konten Giveaway</u>	104
<u>Gambar 4.24 Tampilan Akun Media Sosial Instagram Fruity Wax</u>	108

Gambar 4.25 Tampilan Caption Pada Konten Giveaway 114

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 2.2 Fitur-fitur <i>Instagram</i>	48
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	61