

TUGAS AKHIR

**ANALISIS KONTEN PROMOSI DALAM MENCIPTAKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT**

**(Studi Pada Konten #KuisRabuAmazzone di Akun Instagram
@amazoneworld_official)**

**Tugas Akhir Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

IMAM AL RAYHAN

1171003179

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

JAKARTA


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Imam Al Rayhan

NIM : 1171003179

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Imam Al Rayhan

NIM : 1171003179

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

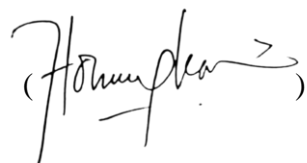
Judul Skripsi : Analisis Konten Promosi Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi Pada Konten #KuisRabuAmazzone di Akun Instagram @amazoneworld_official)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Dion Wardyono, SE., M.S.M. ()

Penguji 2 : Dra. Hanny Nurahmawati, M.I.Kom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2021

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Konten Promosi Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi Pada Konten #KuisRabuAmazzone di Akun Instagram @amazzoneofficial)” ini dengan baik dan diberikan kelancaran. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun peneliti, dalam rangka memenuhi persyaratan kelulusan pada jenjang perkuliahan Strata I di Fakultas Ekonomi dan Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, peneliti membutuhkan waktu sekitar tiga setengah bulan yang peneliti manfaatkan untuk melakukan menentukan objek penelitian, pengumpulan data, melakukan studi pustaka yang dibutuhkan sesuai dengan topik yang diangkat peneliti, seminar proposal, serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti menemukan berbagai macam halangan dan rintangan, baik dalam faktor internal maupun eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan dan motivasi serta pertolongan dari Tuhan Yang Maha Kuasa dan orang-orang terkasih sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Untuk itu, melalui kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur peneliti selalu ucapkan kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu, serta diberikan nya usia, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT sampai saat ini.

2. Keluarga Peneliti

Terima kasih kepada Alm. Nenek, Mamah, Papa, Papu, Tante Tuti, dan Adik peneliti yang tercinta karena selama ini selalu memberikan motivasi, dukungan, dan

doa agar peneliti selalu semangat dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih banyak untuk Alm. Nenek dan Mamah atas doa yang setiap harinya dipanjatkan untuk peneliti dan selalu memberikan semangat yang tak pernah padam jika peneliti sedang merasa lelah.

3. Universitas Bakrie

Terima kasih tempat peneliti menimba ilmu dan mengembangkan kemampuan akademis maupun non akademis di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya bidang Komunikasi Pemasaran.

4. Dra. Suharyanti, M.S.M.

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memotivasi dan memberikan fasilitas agar peneliti cepat menyelesaikan studi.

5. Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih telah membantu selama perkuliahan dengan memberikan ilmu, fasilitas, serta pendidikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir sampai akhir perkuliahan.

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

Terima kasih kepada Ibu Prima selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, solusi dan nasehat kepada peneliti agar bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

7. Dion Wardyono, SE., M.S.M.

Terima kasih kepada Mas Dion selaku dosen pembahas 1 yang telah memberikan masukan, arahan, dan bimbingan kepada peneliti sehingga dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini.

8. Dra. Hanny Nurahmawati, M.I.Kom

Terima kasih Mba Hanny selaku dosen pembahas 2 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya untuk peneliti dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dengan baik.

9. Benedictus Avianto Nugroho PS., S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Avi selaku triangulator sumber ahli dalam Tugas Akhir ini, membantu peneliti dalam memberikan pengetahuan banyak berdasarkan topik Tugas Akhir ini.

10. Marketing dan Social Media Amazzone World

Terima kasih kepada Kak Elyta selaku Marketing Amazzone World dan Kak Raka selaku Social Media Officer Amazzone World yang telah bersedia menjadi narasumber utama dalam penelitian ini dengan memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

11. Teman-teman Seperjuangan Kuliah

Terima kasih untuk Aisha, Akhmad, Jonathan, Eby, Sara, Azki, Aldio, Dhana, Arfan, Hezar, Hermansyah, Kiki, teman seperjuangan peneliti dari awal kuliah sampai dalam menyusun tugas akhir ini yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta arahan dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini sampai peneliti dapat menyelesaikan tepat waktu.

12. Mbah Boek Family

Terima kasih untuk keluarga mbah boek Mufid, Ivan, Naufal, dan Heri yang telah memberikan semangat dan dukungannya untuk peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini selalu memberikan canda tawa yang dapat menghilangkan rasa jenuh.

13. Teman-teman Peneliti

Terimakasih untuk teman-teman peneliti Aldin, Yuni, Nana, Jiah, Fanny, Kukuh, Ari, Yuli, Egina, Habian, Fanyasyah, yang telah memberikan semangat dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti sehingga peneliti bisa bangkit kembali.

14. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2017 (KOMUNAL'17)

Terima kasih kepada teman-teman Komunal 2017 yang sudah bersedia berjuang bersama dari awal tahun pertama perkuliahan dimulai sampai akhir ini, pengalaman dan pengetahuan yang berharga.

15. Teman-Teman Marketing Communications 2017


Terima kasih peneliti ucapkan kepada teman-teman sesama jurusan yang sudah bersedia bersama-sama berjuang dan belajar bersama dari awal peminatan sampai akhir perkuliahan ini.

16. Teman-teman Bimbingan Ibu Prima

Terima kasih untuk teman-teman seper bimbingan yang saling support satu sama lain agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Bekasi, 22 Agustus 2021

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Imam Al Rayhan', with a period at the end.

Imam Al Rayhan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Imam Al Rayhan
NIM : 1171003179
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-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Analisis Konten Promosi Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi Pada Konten #KuisRabuAmazzone di Akun Instagram @amazzoneworld_official)”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksektif ini Universitas Bakrie Berhak menyimpan, mengambil alih/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 : 26 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Imam Al Rayhan)

**ANALISIS KONTEN PROMOSI DALAM MENCIPTAKAN
*CUSTOMER ENGAGEMENT***

**(Studi Pada Konten #KuisRabuAmazzone di Akun Instagram
@amazzoneworld_official)**

IMAM AL RAYHAN

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang konten promosi melalui Kuis Rabu Amazzone yang diterapkan Amazzone World dalam menciptakan *customer engagement* melalui Instagram @amazzoneworld_official. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Konten Promosi #KuisRabuAmazzone Melalui Instagram Dalam Menciptakan *Customer Engagement*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder diperoleh dari observasi, studi pustaka dan jurnal. Dua informan utama pada penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dan ikut andil dalam konten promosi Kuis Rabu Amazzone yang merupakan pihak internal dari Amazzone World dan terdapat Triangulator Ahli dan tiga Triangulator dari *Followers*. Berdasarkan analisis penelitian ini menemukan beberapa data penting yakni fungsi komunikasi melalui konten Kuis Rabu Amazzone sudah diterapkan semua, Amazzone World melalui konten Kuis Rabu menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran, terdapat tiga tahapan dan tiga *customer engagement* dalam konten promosi Kuis Rabu Amazzone.

Kata Kunci: Konten Promosi, Kuis, Komunikasi Pemasaran *Digital*, Social Media, Instagram, *Customer Engagement*, Amazzone World.

**PROMOTIONAL CONTENT ANALYSIS IN CREATING
CUSTOMER ENGAGEMENT**

*(Study on the #QuisWedAmazzone Content on the @amazoneworld_official
Instagram Account)*

IMAM AL RAYHAN

ABSTRACT

This study describes promotional content through the Amazzone Wednesday Quiz that applies to Amazzone World in creating customer engagement through Instagram @amazoneworld_official. The purpose of this research is to find out how the #KuisRabuAmazzone Promotional Content Through Instagram In Creating Customer Engagement. In this study, researchers used descriptive qualitative research methods. Sources of data used in this study are primary data in the form of in-depth interviews and secondary data obtained from observations, literature studies and journals. The two main informants in this research are parties who are directly involved and take part in the promotional content of the Amazzone Wednesday Quiz which is an internal party from Amazzone World and there are Expert Triangulators and three Triangulators from Followers. Based on the analysis of this research, it found some important data, namely the communication function through the Amazzone Wednesday Quiz content has been implemented, Amazzone World through the Wednesday Quiz content has implemented the Marketing Communication Strategy, there are three stages and three customer engagements in the Amazzone Wednesday Quiz promotional content.

Keywords: *Promotional Content, Quiz, Digital Marketing Communication, Social Media, Instagram, Customer Engagement, Amazzone World.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep yang Relevan.....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	14
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	15
2.1.3 Media Sosial.....	16
2.1.4 Konten Media Sosial	17
2.1.5 Instagram.....	18
2.1.6 Promosi	21
2.1.7 Customer Engagement	22
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	24
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Obyek dan/atau Subyek.....	35

3.3	Pengumpulan Data	37
3.4	Analisis Data	39
3.5	Triangulasi Data	40
3.6	Operasional Konsep/Isu	41
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	46
4.1.1	Gambaran Umum Amazzone World.....	46
4.1.2	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.3	Gambaran Umum Subyek Penelitian	49
4.2	Penyajian Data.....	50
4.2.1	Analisis Deskriptif	51
4.3	Pembahasan dan Diskusi	66
BAB V	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Simpulan.....	80
5.2	Kendala dan Keterbatasan	83
5.3	Saran dan Implikasi	84
5.3.1	Saran Akademis	84
5.3.2	Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 3. 1 Operasional Konsep/Isu	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Jumlah pengguna Social Media di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Screenshot Konten Promosi #sejutaekspresidiDufan.....	4
Gambar 1. 3 Screenshot Konten Promosi “Best Feed The Meikarta”	5
Gambar 1. 4 Screenshot Akun Instagram Amazzone World	9
Gambar 1. 5 Screenshot Konten Promosi #KuisRabuAmazzone	10
Gambar 1. 6 Screenshot Syarat & Ketentuan Giveaway Dufan	11
Gambar 1. 7 Screenshot Syarat & Ketentuan Giveaway Trans Studio.....	12
Gambar 1. 8 Screenshot Syarat & Ketentuan Giveaway Go! Wet	12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. 1 Logo Amazzone World	47
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Amazzone World	47
Gambar 4. 3 Edisi 1, 2, dan 3	49
Gambar 4. 6 Elyta Puspita (Elyta) Marketing Amazzone World.....	50
Gambar 4. 7 Raka Aditya (Raka) Social Media Amazzone World	50
Gambar 4. 8 Visual Konten dan Caption	52
Gambar 4. 9 Syarat dan Ketentuan & Hadiah Kuis	54
Gambar 4. 10 Peringatan Pengumuman Hadiah.....	55
Gambar 4. 11 Screen Capture Komentar	58
Gambar 4. 12 Konten Tag Akun Komunitas	62
Gambar 4. 13 Pertanyaan Kuis Edisi 1	65
Gambar 4. 14 Pertanyaan Kuis Edisi 2	65
Gambar 4. 15 Pertanyaan Kuis Edisi 3	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Transkrip Wawancara.....	88
Lampiran 2 – Hasil Triangulasi Metode Wawancara Dan Observasi.....	109
Lampiran 3 – Hasil Dokumentasi	128