

**FENOMENOLOGI KOMUNIKASI *INTERNSHIP* DALAM
KEGIATAN PEMASARAN SOSIAL DI AKUN INSTAGRAM
@ALPUKATBETAWI**

SKRIPSI

**Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata (S-1)**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Disusun Oleh :

NATASHYA KHAIRUNISA

1171003142

**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 : Natashya Khairunisa

NIM : 1171003142

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 Juni 2021


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Natashya Khairunisa
NIM : 1171003009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : “Fenomenologi Komunikasi *Internship* dalam Kegiatan Pemasaran Sosial di Akun Instagram @alpukatbetawi.”

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: Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D. ()

Penguji 1: Ari Kurnia, M.Ikom. ()

Penguji 2: Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 27 September 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini dengan judul “Fenomenologi Komunikasi *Internship* dalam Kegiatan Pemasaran Sosial di Akun Instagram @alpukatbetawi”. Penyusunan Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan tingkat strata satu, sehingga dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis membutuhkan waktu sekitar empat bulan yang penulis manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang penulis butuhkan. Melakukan studi pustaka yang diangkat sesuai dengan topik yang telah penulis tentukan, melengkapi formulir yang dibutuhkan, serta mengikuti bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir. Penulis juga menyadari bahwa karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis, masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis memberikan ruang kepada semua pihak untuk memberikan berbagai bentuk pendapat, saran dan kritik yang membangun.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak karena Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar berkat adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan Terima Kasih penulis ucapkan kepada:

1. Mama, Papa, dan Kakak

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan untuk mama, papa, dan kakak-kakak yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah yang tiada hentinya pada saat proses penulis memulai hingga menyelesaikan Tugas Akhir.

2. Dra. Suharyanti, M.SM

Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Yang telah memberikan masukan, saran dan dukungan kepada seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi yang di dalamnya termasuk penulis.

3. Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D.

Terima kasih kepada Ibu Eli sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang tidak lelah untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ari Kurnia, M.Kom.

Terima kasih kepada Ms Ari selaku dosen pembahas tugas akhir memberikan arahan dan membimbing peneliti agar menyusun tugas akhir dengan lebih baik lagi.

5. Seluruh dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada semua dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal di masa depan selama masa 4 tahun perkuliahan ini.

6. Pihak Terkait

Terima kasih peneliti ucapkan kepada para informan Putri Ajeng, Ayu Arumingtyas, Alif Fathur Nasuha, Anita Rahmania, dan Pak Adrian Arditiar sebagai triangulator yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan membantu peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

7. Para Sahabat-sahat Penulis

Terima kasih kepada Nilam, Alief, Anita, Ayu, Gie, Ajeng, Merry, Revina, Fitri dan Putri karena telah mendengarkan keluh kesah penulis

selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu mendukung, memotivasi, dan menghibur penulis dalam kondisi apapun.

8. Teman-teman Komunal 2017

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari semester pertama hingga akhir. Terima kasih karena telah selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan.

9. Teman-teman Warsam

Terima kasih kepada Doni, Aksal, Langit, Arga, Fahmi, Bedu, Irfan, dan Fadhlán karena telah mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu mendukung, memotivasi, dan menghibur penulis dalam kondisi apapun.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Natashya Khairunisa
NIM : 1171003142
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 Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Fenomenologi Komunikasi *Internship* dalam Kegiatan Pemasaran Sosial di Akun Instagram @alpukatbetawi.”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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: 17 Agustus 2021

Yang menyatakan,



(Natashya Khairunisa)

FENOMENOLOGI KOMUNIKASI INTERNSHIP DALAM KEGIATAN PEMASARAN SOSIAL DI AKUN INSTAGRAM @ALPUKATBETAWI

NATASHYA KHAIRUNISA

ABSTRAK

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi DKI Jakarta merupakan satu dari sekian banyaknya perusahaan yang menyediakan kegiatan magang untuk mahasiswi dan mahasiswa guna mendapatkan ilmu praktik, dengan memberikan tanggung jawab kerja untuk menjalankan kegiatan pemasaran sosial dan mengelola akun instagram @alpukatbetawi untuk menyebarluaskan informasi mengenai penggunaan aplikasi dari ALPUKAT Betawi. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori Fenomenologi Alfred Schutz (1899) dan pemasaran digital Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009). Metode penelitian ini ialah fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada teori fenomenologi menurut Alfred Schutz sudah menunjukkan hasil yang tepat sesuai dengan teori tersebut yang terdiri dari dua dimensi yaitu Motif karena (*because motive*) dan Motif untuk (*in order motives*) yang dimana pada kedua dimensi tersebut menunjukkan bahwa dengan hadirnya para pemegang dapat memberikan keuntungan berupa pemanfaatan teknologi dengan baik sehingga dapat menyebarluaskan informasi menjadi lebih luas dan mudah. Namun, pada teori pemasaran digital menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009) menunjukkan bahwa Instagram ALPUKAT Betawi baru memenuhi dua dari tiga dimensi pada teori tersebut yaitu *content marketing* dan *social media strategy* yang merupakan dimensi paling kuat. Hal itu dilihat di Instagram ALPUKAT Betawi dalam bagaimana menyampaikan informasi.

Kata kunci: Fenomenologi Komunikasi, Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran Sosial, magang, Instagram, dan ALPUKAT Betawi.

**COMMUNICATION PHENOMENOLOGY OF INTERNSHIP
COMMUNICATION IN SOCIAL MARKETING ACTIVITIES ON
INSTAGRAM ACCOUNT @ALPUKATBETAWI**

NATASHYA KHAIRUNISA

ABSTRACT

The Department of Population and Civil Registration of DKI Jakarta Province is one of the many companies that provide internships for students and students to gain practical knowledge, by providing work responsibilities for carrying out social marketing activities and managing the @alpukatbetawi Instagram account to disseminate information regarding the use of applications from ALPUKAT Betawi. This research is studied by using the theory of Phenomenology of Alfred Schutz (1899) and digital marketing by Ridwan Sanjaya and Josua Tarigan (2009). This research method is phenomenology with a qualitative approach. The results of this study indicate that the phenomenological theory according to Alfred Schutz has shown the right results in accordance with the theory which consists of two dimensions, namely the motive for (because motives) and motives for (in order motives). The presence of interns can provide benefits in the form of good use of technology so that it can disseminate information more widely and easily. However, the digital marketing theory according to Ridwan Sanjaya and Josua Tarigan (2009) shows that Instagram ALPUKAT Betawi only fulfills two of the three dimensions of the theory, namely content marketing and social media strategy which are the strongest dimensions. This can be seen on Instagram ALPUKAT Betawi in how to convey information.

Keywords: *Phenomenology of Communication, Digital Marketing, Social Marketing Strategy, internship, Instagram, and ALPUKAT Betawi.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep yang Relevan.....	9
2.1.1 Fenomenologi Komunikasi	9
2.1.2 Digital Marketing.....	10
2.1.3 Media Sosial Instagram.....	11
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	13
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain dan Pendekatan.....	20
3.2 Obyek dan/atau Subyek.....	20
3.3 Pengumpulan Data	21
3.3.1 Sumber Data.....	21
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4 Analisis Data	24
3.5 Triangulasi Data	26

3.6	Operasionalisasi Konsep/Isu	26
BAB IV		28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	28
4.1.1	Profil Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	28
4.1.2	Profil Informan	31
4.1.3	Profil ALPUKAT Betawi	34
4.1.4	Media Sosial Instagram ALPUKAT Betawi	38
4.2	Penyajian Data.....	40
4.2.1	Fenomena <i>Internship</i> dalam Instagram ALPUKAT Betawi sebagai Strategi Pemasaran Sosial Digital.....	40
	43
4.3	Pembahasan dan Diskusi	47
4.3.1	Fenomenologi <i>Internship</i> di ALPUKAT Betawi.....	47
4.3.2	Instagram ALPUKAT Betawi sebagai Strategi Pemasaran Sosial	51
BAB V.....		57
KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Kendala dan Keterbatasan	58
5.3	Saran dan Implikasi	59
5.3.1	Saran untuk Penelitian Berikutnya	59
5.3.2	Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek	60
5.3.3	Implikasi	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		64
TRANSKRIP WAWANCARA – KEY INFORMAN 1.....		64
LAMPIRAN.....		68
TRANSKRIP WAWANCARA – KEY INFORMAN 2.....		68
LAMPIRAN.....		71
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN TAMBAHAN 1.....		71
LAMPIRAN.....		74
TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN TAMBAHAN 2.....		74
LAMPIRAN.....		77
TRANSKRIP WAWANCARA – TRIANGULATOR.....		77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Feeds Instagram ALPUKAT Betawi..... 5

Gambar 1.2 Instagram @ALPUKATBetawi 7

Gambar 4.1 Logo Dukcapil Provinsi DKI Jakarta 29

Gambar 4.2 Putri Ajeng Lestari, 22 tahun 32

Gambar 4.3 Ayu Arumingtyas, 23 tahun 32

Gambar 4.4 Aksal Dilangguh, 28 Tahun 33

Gambar 4.5 Rachel, 30 tahun 34

Gambar 4.6 Adrian Arditiar 34

Gambar 4.7 Logo ALPUKAT Betawi 35

Gambar 4.8 Fitur Aplikasi ALPUKAT Betawi 36

Gambar 4.9 Instagram ALPUKAT Betawi 38

Gambar 4.10 Cara Download Aplikasi ALPUKAT Betawi 39

Gambar 4.11 Kampanye Sosial ALPUKAT Betawi..... 39

Gambar 4.12 Cara Daftar Akun ALPUKAT Betawi 41

Gambar 4.13 Games di Instagam ALPUKAT Betawi..... 43

Gambar 4.14 *Feeds* Instagram ALPUKAT Betawi 44

Gambar 4.15 Kampanye Membagikan Maker ke Masyarakat..... 45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	14
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	26