

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
INFRAME PHOTO & STUDIO DALAM
MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



ATHALLANDA KEVIN VYARSA

1151800246

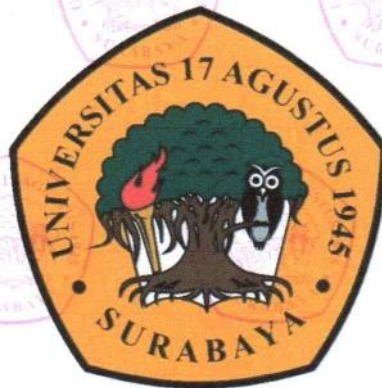
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
INFRAME PHOTO & STUDIO DALAM
MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



ATHALLANDA KEVIN VYARSA

1151800246

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Athallanda Kevin Vyarsa

NBI : 1151800246

Judul : **PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM INFRAME PHOTO & STUDIO DALAM MEMBENTUK *CUSTOMER ENGAGEMENT***

Surabaya, 4 Januari 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103



Irmashanti Danadharta, S.Hub.Int., MA

NPP. 20150170753

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 04 Januari 2024 :

Dewan penguji:

1. Irmashanti Danadharta, S.Hub.Int., MA

Ketua

2. Novan Andrianto, S.I.Kom, M.I.Kom


Anggota 1

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.SI

Anggota 2

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Athallanda Kevin Vyarsa
NBI : 1151800246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judu Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram InFrame
Photo&Studio Dalam Membentuk *Customer Engagement*

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa saya jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 4 Januari 2024
Yang Menyatakan



Athallanda Kevin Vyarsa
1151800246



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athallanda Kevin Vyarsa
NBI/ NPM : 1151800246
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

“Penggunaan Media Sosial Instagram InFrame Photo&Studio Dalam Membentuk Customer Engagement”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 04 Januari 2024

Surabaya, 4 Januari 2024
Yang Menyatakan



Athallanda Kevin Vyarsa
1151800246

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpah rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram InFrame Photo&Studio Dalam Membentuk *Customer Engagement*” ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akademik dan memenuhi syarat mencapai gelar sarjana program studi ilmu komunikasi serta guna memperdalam pemahaman mahasiswa mengenai penggunaan media sosial dalam membentuk *customer engagement*.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dalam materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun kami harapkan demi sempurna skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi penyusun dan para pembaca pada umumnya. Tidak lupa peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Muhammad Insan Romadhon, S.I.Kom, M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Irmashanti Danadharta, S.Hub.Int., MA selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran di dalam mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
4. Amalia Nurul Muthmainnah, S.I. Kom, MA Selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak waktu serta masukan mengenai banyak hal yang sangat berguna bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Pihak InFrame Photo&Studio yang bersedia menjadi informan dan memberikan data-data penunjang penelitian.

6. Teman-teman seperjuangan, Mirza peternak arwana , Tio *top global magic chess*, Rijal lengs, Kolai Sitompul, Maman Cha Eun Wo Karangpilang, Haloho Situmorang, Piyan Tanggulangin, Adriel Banteng dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas kontribusinya selama pengerjaan penelitian ini.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan saudara-saudara semua dan semoga skripsi ini membawa manfaat bagi semua pihak.

MOTTO

*“There's no turning back, don't give up the fight,
there's a light at the end of the tunnel”*

-Arina Ephipania-

ABSTRACT

Customer Engagement is a form of consumer involvement with a brand, where emotional interactions occur between consumers and the company. Customer engagement can be formed through the implementation of marketing communication strategies that have been designed in a structured manner by the company. Implementing this marketing communication strategy can then increase consumer engagement with the products or services offered by the company. This research aims to determine customer engagement that is formed on Instagram social media InFrame Photo&Studio. This type of research is descriptive research that uses a qualitative approach. Data collection was carried out through interviews with the content creator of InFrame Photo&Studio and two previous customers of InFrame Photo&Studio. Data analysis uses data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research are that InFrame Photo&Studio uses Instagram to form their customer engagement. The application of marketing communication strategies to form customer engagement via Instagram includes sales promotion, digital marketing, online strength and digital content, as well as words of mouth. Features on Instagram such as likes, comments, direct messages, and hashtags are also important factors in forming customer engagement by facilitating the interaction process between consumers and InFrame Photo&Studio.

Keywords : Customer Engagement, InFrame Photo&Studio, Instagram

ABSTRAK

Customer Engagement merupakan bentuk keterlibatan konsumen dengan sebuah *brand*, dimana terjadi interaksi emosional antara konsumen dengan perusahaan. *Customer engagement* dapat terbentuk melalui penerapan strategi komunikasi pemasaran yang telah dirancang secara terstruktur oleh perusahaan. Penerapan strategi komunikasi pemasaran ini dapat kemudian menambah *engagement* konsumen dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *customer engagement* yang terbentuk pada media sosial Instagram InFrame Photo&Studio. Jenis penelitian merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber *content creator* InFrame Photo&Studio dan dua *customer* InFrame Photo&Studio yang pernah menggunakan jasa InFrame Photo&Studio. Analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil dari penelitian ini adalah InFrame Photo&Studio menggunakan media sosial Instagram dalam membentuk *customer engagement* mereka. Penerapan strategi komunikasi pemasaran untuk membentuk *customer engagement* melalui Instagram mencakup *sales promotion*, *digital marketing*, kekuatan *online* dan konten digital, serta *words of mouth*. Fitur-fitur pada Instagram seperti *like*, *comment*, *direct message*, dan *hashtag* juga menjadi faktor penting dalam membentuk *customer engagement* dengan memudahkan proses interaksi antara para konsumen dengan pihak InFrame Photo&Studio.

Kata kunci : *Customer Engagement*, InFrame Photo&Studio, Instagram

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 <i>Critical Review</i>	11
2.3 Landasan Teori	15
2.3.1 <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	15
2.3.2 <i>Customer Engagement</i>	16
2.4 Landasan Konseptual	19
2.4.1 <i>New Media</i>	19

2.4.1.1 Media Sosial.....	20
2.4.1.1.1 Instagram.....	21
2.5 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Keabsahan Data.....	29
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Deskripsi Subjek/Objek Penelitian	31
4.1.1 InFrame Photo & Studio	31
4.1.2 Gambaran Instagram InFrame Photo&Studio.....	32
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	33
4.2.1 Alasan Penggunaan Instagram dalam Membentuk <i>Customer Engagement</i>	33
4.2.2 Perencanaan Pemasaran InFrame Photo&Studio.....	35
4.2.3 Instagram Dalam Membentuk <i>Customer Engagement</i> InFrame Photo&Studio.....	46
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.1 1 Profil Narasumber.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Data <i>Engagement</i> @Inframe_photo	6
Gambar 2. 1 Elemen-elemen <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC).....	16
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 1 Kantor InFrame Photo&Studio.....	31
Gambar 4.1 2 Halaman Instagram InFrame Photo&Studio	32
Gambar 4.2 1 Hasil Postingan InFrame Photo&Studio.....	34
Gambar 4.2 2 Paket <i>Wedding</i> InFrame Photo&Studio	37
Gambar 4.2.3 Kolom <i>comments</i> InFrame Photo&Studio.....	38
Gambar 4.2.4 Kolom <i>comments</i> InFrame Photo&Studio	39
Gambar 4.2.5 Penggunaan <i>hashtag</i> oleh InFrame Photo&Studio.....	40
Gambar 4.2 6 <i>Highlights Bridestory</i> InFrame Photo&Studio	43
Gambar 4.2.7 Penggunaan <i>caption</i> oleh InFrame Photo&Studio.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Guideline Interview</i>	55
Lampiran 2 Surat Pengantar Observasi.....	57
Lampiran 3 Hasil Cek Turnitin.....	58
Lampiran 4 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	59
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi.....	62
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	65