

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI PENINGKATAN
BRAND LOYALTY DI LOVEAN TOUR SURABAYA**

SKRIPSI

Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Hermawan Ardinantoro
NBI. 1152000132

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan
Brand Loyalty di Lovean Tour Surabaya**

SKRIPSI

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



Oleh :

Hermawan Ardinantoro

NBI.1152000132

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hermawan Ardinantoro

NBI : 1152000132

**Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan Brand Loyalty
di Lovean Tour Surabaya**

Surabaya, 9 Juli 2024

Mengetahui

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

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I

Dr. Dra. Ayun Maduwintarti, M.P

NPP 20120870103

Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom

NPP 20150130616

TANDA 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 9 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom
Ketua
2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Anggota
3. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom
Anggota

Mengetahui

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hermawan Ardinantoro
NBI : 1152000132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan *Brand loyalty*
di Lovean Tour Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang – undang Nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 30 Juni 2024
Yang Membuat Pernyataan



Hermawan Ardinantoro



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 PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hermawan Ardinantoro
NBI : 1152000132
Fakutas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan *Brand loyalty* di Lovean Tour Surabaya”

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 : 01 Juli 2024



Hermawan Ardinantoro

ABSTRACT

This research aims to explore the use of Instagram as a tool to increase brand loyalty at Lovean Tour and Travel. With the increasing use of social media, especially Instagram, companies can utilize this platform to build and maintain customer loyalty. The research method used is qualitative with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with Lovean Tour and Travel management and customers, as well as content analysis from the company's Instagram account. The research results show that Instagram plays an important role in Lovean Tour and Travel's marketing strategy. The use of attractive visual content, direct interaction with customers, as well as exclusive promotions through Instagram Stories and other features, has proven effective in increasing customer engagement and loyalty. Apart from that, positive testimonials and reviews from customers published on Instagram also contribute to strengthening the brand image. This research concludes that strategic use of Instagram can be a powerful tool in building and increasing brand loyalty, and recommends optimizing the use of Instagram features to achieve this goal.

Keywords: Social media, Instagram, Brand loyalty, Product

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan Instagram sebagai alat untuk meningkatkan *brand loyalty* di Lovean Tour and Travel. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, perusahaan dapat memanfaatkan platform ini untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan pelanggan Lovean Tour and Travel, serta analisis konten dari akun Instagram perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam strategi pemasaran Lovean Tour and Travel. Penggunaan konten visual yang menarik, interaksi langsung dengan pelanggan, serta promosi eksklusif melalui Instagram Stories dan fitur lainnya, terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, testimoni positif dan ulasan dari pelanggan yang dipublikasikan di Instagram juga berkontribusi dalam memperkuat citra brand. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram secara strategis dapat menjadi alat yang ampuh dalam membangun dan meningkatkan *brand loyalty*, serta merekomendasikan pengoptimalan penggunaan fitur-fitur Instagram untuk mencapai tujuan tersebut.

Kata kunci: Sosial media, Instagram, Brand loyalty, Produk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan *Brand loyalty* di Lovean Tour Surabaya". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing peneliti dan teman-teman peneliti yang sangat membantu ketika peneliti membutuhkan. Dengan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang tiada henti mengalir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
2. Rektor Untag Surabaya – Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA;
3. Dekan FISIP Untag Surabaya – Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP;
4. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untag Surabaya – Bapak Mohamad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom;
5. Ibu dan Ayah tercinta, yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual, serta materil yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan;
6. Bapak Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing sampai akhir. Kemudian kepada Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, Sos., M. Med Kom selaku dosen pembimbing 2 yang juga telah membimbing dari awal sampai akhir;
7. Teman-teman seperjuangan dalam grup “Bangku Belakang” yang selalu menemani suka dan duka serta memberikan semangat dan bantuan selama penulis menyusun skripsi ini;
8. Seluruh responden dan partisipan dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan memberikan data yang sangat berharga bagi penulis; dan
9. Naili Nur Azizah, yang selalu memberikan dukungan dan juga semangat kepada peneliti dalam menjalankan kegiatan perkuliahan.

Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam bentuk apapun. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 30 Juni 2024
Peneliti

Hermawan Ardinantoro

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	III
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	2
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1. Teori Media Richness	11
2.3 Definisi Konsep	12
2.3.1. Pengertian Instagram	12
2.3.2. Pengertian Strategi.....	13
2.3.3. Pengertian Strategi Komunikasi	14
2.3.4. Pengertian Brand	16
2.3.5. <i>Brand loyalty</i>	17
2.4 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data	23
3.6 Keabsahan Data	24

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	25
4.1. Profil Lovean Tour and Travel	25
4.1.1. Profil Lovean Tour and Travel.....	26
4.1.2. Produk Lovean Tour and Travel	29
4.2. Analisis Data.....	33
4.2.1. Analisis Hasil Wawancara	33
4.2.2. Analisis Berdasarkan Teori	38
4.3. Hasil Penelitian	40
4.3.1. Hasil berdasarkan wawancara	40
4.3.2. Hasil berdasarkan teori	40
4.3.3. Strategi Komunikasi Lovean Tour and Travel.....	41
4.3.4. Brand Lovean Tour and Travel	41
BAB V PENUTUP	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Rekomendasi.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN 1	47
Lampiran Hasil Wawancara 1	57
Lampiran Hasil Wawancara 2.....	58
Lampiran Dokumentasi Wawancara 1	59
Lampiran Dokumentasi Wawancara 2	59
Lembar Kartu Bimbingan.....	60
Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1	62
Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2.....	63
Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3	64
Hasil Turnitin.....	65
Surat Keterangan Turnitin	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4. 1 Logo Lovean Tour and Travel	25
Gambar 4. 2 Halaman Instagram @loveantourtravel	26
Gambar 4. 3 Struktur Perusahaan.....	28
Gambar 4. 4 Produk Lovean Tour and Travel	29
Gambar 4. 5 Wawancara dengan admin Instagram @loveantourtravel	33
Gambar 4. 6 Wawancara dengan konten kreator @loveantourtravel	36