

**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH  
ANALISIS KOMUNIKASI INTERAKTIF AKUN  
INSTAGRAM @BICARAPEDE  
(*TEORI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*)**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dalam  
Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

**SYAFIRA PUTRI RAHMAH NINGRUM 1408520053**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT & KOMUNIKASI DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA 2024**

## LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN  
HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Analisis Komunikasi Interaktif akun Instagram @bicarapede (Teori *Customer Relationship Management*) adalah benar – benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 15-01-2024



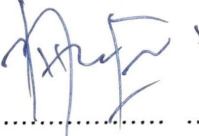
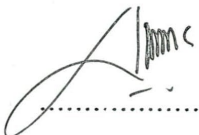
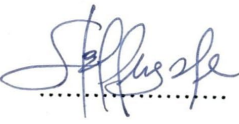

Syafira Putri Rahmah Ningrum  
NIM. 1408520053

**LEMBAR PENGESAHAN**

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta



**TIM PENGUJI**

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> NIP. 197709102008122002 Ketua Sidang	 .....	08 Juli 2024 .....
2.	<u>Asep Soegiarto, M.Si.</u> NIP. 198104042009121004 Dosen Pembimbing	 .....	28 Juni 2024 .....
3.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli	 .....	28 Juni 2024 .....
4.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007 Sekretaris Sidang	 .....	08 Juli 2024 .....

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat serta hidayahnya yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Komunikasi Interaktif Akun Instagram @bicarapede (Teori Customer Relationship Management)” sebagai syarat kelulusan mahasiswa Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Universitas Negeri Jakarta.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya laporan tugas akhir ini, serta tak luput berkat dukungan dan bimbingan orang tua dan seluruh keluarga. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si selaku Koordinator Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
5. Orang tua penulis, Suryanthi dan (Alm) Syariffuddin, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup
6. Sahabat penulis, Daffa Marshanda, Atikah Dini, dan Sahila yang senantiasa menyemangati penulis
7. Yusra, yang meskipun bukan saudara, selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan materi, termasuk membantu membiayai kuliah penulis. Peran Yusra sangat berarti dalam setiap tahap penulisan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta 2020 Penulis menyadari bahwa tugas

akhir ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan sebab terbatasnya pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman penulis. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN  
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syafira Putri Rahmah Ningrum  
NIM : 1408520053  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial  
Alamat email : syafiraputrirn@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (...)

yang berjudul : **Analisis Komunikasi Interaktif Akun Instagram @bicarapede (Teori Customer Relationship Management)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Juli 2024

Penulis

Syafira Putri Rahmah Ningrum

v

v

## ABSTRAK

Akun Instagram @bicarapede merupakan platform yang fokus pada pengembangan komunikasi yang percaya diri dan positif. Akun ini berhasil menarik perhatian pengguna Instagram dengan konten-konten interaktif dan edukatif yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi interaktif yang dilakukan oleh akun Instagram @bicarapede dengan menggunakan teori Customer Relationship Management (CRM).

Penelitian ini menggunakan teori Customer Relationship Management milik Francis Buttle, dalam buku CRM: Concepts and Technologies. Dalam teori tersebut terdapat beberapa konsep utama, diantaranya; Customer Identification, Customer Attraction, Customer Retention, dan Customer Development.

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Adapun yang menjadi key informan dalam penelitian ini adalah pengelola akun @bicarapede dan terdapat 3 informan pendukung yaitu followers aktif akun tersebut.

Akun Instagram @bicarapede menerapkan konsep-konsep CRM dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan followersnya. Customer Identification dilakukan dengan mengenali karakteristik dan kebutuhan followers melalui interaksi di komentar dan pesan langsung. Customer Attraction dicapai dengan konten-konten menarik yang relevan dengan kebutuhan dan minat followers. Customer Retention terlihat dari upaya akun ini untuk mempertahankan followers dengan interaksi yang konsisten dan tanggapan yang cepat. Customer Development dicapai dengan memberikan nilai tambah melalui konten edukatif dan interaktif yang membantu followers berkembang secara personal.

Penulis menyimpulkan bahwa akun Instagram @bicarapede berhasil membangun komunikasi interaktif yang efektif dengan followersnya melalui penerapan teori Customer Relationship Management. Hal ini dapat terlihat dari tingginya tingkat interaksi dan loyalitas followers terhadap akun tersebut.

Kata kunci : *Komunikasi Interaktif, Instagram, Customer Relationship Management*

## ABSTRACT

The Instagram account @bicarapede is a platform focused on promoting confident and positive communication. This account has successfully attracted the attention of Instagram users with its interactive and educational content. This research aims to analyze the interactive communication carried out by the Instagram account @bicarapede using the theory of Customer Relationship Management (CRM).

This research uses the Customer Relationship Management theory by Francis Buttle, as described in the book CRM: Concepts and Technologies. The main concepts in this theory include; Customer Identification, Customer Attraction, Customer Retention, and Customer Development.

This study employs a qualitative methodology with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques include in-depth interviews, observations, and documentation. The key informants for this research are the managers of the @bicarapede account, along with three supporting informants who are active followers of the account.

The Instagram account @bicarapede applies CRM concepts in building and maintaining relationships with its followers. Customer Identification is conducted by recognizing the characteristics and needs of followers through interactions in comments and direct messages. Customer Attraction is achieved through engaging content that is relevant to the needs and interests of followers. Customer Retention is evident from the account's efforts to retain followers with consistent interactions and prompt responses. Customer Development is achieved by providing added value through educational and interactive content that helps followers grow personally.

The author concludes that the Instagram account @bicarapede successfully builds effective interactive communication with its followers through the application of Customer Relationship Management theory. This is evidenced by the high level of interaction and loyalty of followers to the account.

Keywords : Interactive Communication, Instagram, Customer Relationship Management



## DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3 Identifikasi Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II .....	6
2.1 Deskripsi Konseptual.....	6
2.2 Penelitian yang Relevan .....	9
2.3 Keterkaitan Antarkonsep .....	14
BAB III .....	16
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	16
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	18
3.3 Subjek Penelitian .....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	22

3.6. Teknik Kalibrasi Keabsahan Data .....	24
BAB IV .....	25
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	25
4.2 Hasil Penelitian.....	26
Tabel 4 1 Tabel Validasi Hasil Wawancara.....	37
4.3 Pembahasan .....	40
BAB V .....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran .....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4 1 Tabel Validasi Hasil Wawancara .....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Grafik We are Social Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia .....	1
Gambar 1 2 Tampilan Profil Instagram @bicarapede .....	2
Gambar 5 1 Keterkaitan Konsep “Analisis Komunikasi Interaktif Akun Instagram @bicarapede (Teori <i>Customer Relationship Management</i> )” .....	15



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	57
Lampiran 2 Formulir Kegiatan Bimbingan.....	62
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	64
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	64

