



**STRATEGI KONTEN MARKETING AKUN
@BLUBYBCADIGITAL DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER
ENGAGEMENT TAHUN 2022-2023**



SKRIPSI

SHOFI LUTHFI AZMI AZHAARA
MERCU BUANA
44320120037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shofi Lthfi Azmi Azhaara
NIM : 44320120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Akun @blubybcadigital dalam Meningkatkan Customer Engagement Tahun 2022-2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 September 2023



Shofi Luthfi Azmi Azhaara

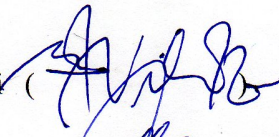
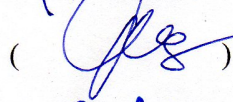

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Shofi Lthfi Azmi Azhaara
NIM : 44320120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Skripsi : Strategi Akun @blubybcadigital dalam Meningkatkan Customer Engagement Tahun 2022-2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si ()
NIDN : 0319027201
Ketua Penguji : Ponco Budi Sulistyو, M.Comm, Ph.D ()
NIDN : 0329057401
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202

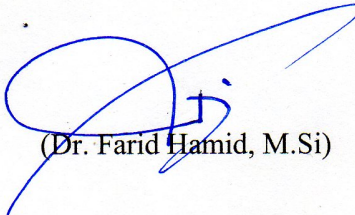
Jakarta, 21 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shofi Lthfi Azmi Azhaara
NIM : 44320120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Akun @blubybcadigital dalam Meningkatkan Customer Engagement Tahun 2022-2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 September 2023

Yang menyatakan,



(Shofi Luthfi Azmi Azhaara)

ABSTRAK

Nama : Shofi Luthfi Azmi Azhaara
NIM : 44320120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Akun @blubybcadigital dalam Meningkatkan Customer Engagement Tahun 2022-2023
Pembimbing : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si

Kemajuan teknologi dan informasi, khususnya internet memberikan peluang bisnis untuk menggunakan internet secara terbuka sebagai alat pemasaran, oleh karena itu disebut juga sebagai pemasaran digital atau *digital marketing*. *Digital marketing* adalah strategi dan proses dalam menggunakan teknologi digital untuk memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan atau organisasi lain hingga pada akhirnya dapat menciptakan *icustomer engagement*. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui dan menjelaskan implementasi strategi Content Marketing oleh akun @blubybca. 2) Mengetahui dan menjelaskan bentuk Customer Engagement berdasarkan implementasi strategi Content Marketing Marketing oleh akun @blubybca. 3) Mengetahui dan menjelaskan dampak implementasi strategi Content Marketing terhadap Customer Engagement akun @blubybca.

Adapun metode Penelitian Kualitatif Deskriptif, dan paradigma post positivisme, yang memiliki subyek Satu key Informan, Satu Informan Utama dan dua Informan Penunjang. Teknik wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara. Teknik observasi dilakukan oleh dua orang observer dengan cara terstruktur. Analisis data penelitian bersifat deskriptif. Peneliti juga melakukan reduksi data untuk memilah data dan menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa @blubybcadigital telah berhasil meningkatkan customer engagement dengan baik dengan memanfaatkan pengelolaan media sosial tiktok melalui konten marketing, dimana pesan yang dimuat dalam pengelolaan konten Tiktok @blubybcadigital berhasil disampaikan dan diterima dengan baik oleh pengikut media sosial tiktok

Kata Kunci : Strategi Konten Marketing, Customer Engagement, @blubybca digital

ABSTRACT

Name : Shofi Luthfi Azmi Azhaara
NIM : 44320120037
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Strategi Akun @blubybcadigital dalam Meningkatkan Customer Engagement Tahun 2022-2023
Counsellor : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si

Advances in technology and information, especially the internet, have changed the way humans communicate. The internet shows that everyone will be able to engage in conversations without having to meet face to face due to the progress of the times. This provides business opportunities to openly use the internet as a marketing tool, therefore it is also known as digital marketing or digital marketing. Digital marketing is a strategy and process of using digital technology to facilitate communication with customers or other organizations so that in the end it can create customer engagement. The purpose of this research is 1) to know and explain the implementation of the Content Marketing strategy by the @blubybca account. 2) Know and explain the form of Customer Engagement based on the implementation of the Content Marketing Strategy by the @blubybca account. 3) Know and explain the impact of implementing the Content Marketing strategy on Customer Engagement for the @blubybca account.

As for the Descriptive Qualitative Research method, and the post-positivism paradigm, which has a subject of one key informant, one main informant and two supporting informants, the researcher also conducted data reduction to sort the data and used the data validity technique of source triangulation.

Based on the results of this study, it shows that @blubybcadigital has succeeded in increasing customer engagement well by utilizing the management of social media tiktok through marketing content, where messages contained in the management of Tiktok @blubybcadigital content have been successfully conveyed and well received by tiktok social media followers.

Keywords : Marketing Content Strategy, Customer Engagement, @blubybcadigital

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada saya sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun, selalu saya harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca terutama terhadap diri saya sendiri.

Dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materi, sehingga proposal penelitian ini dapat saya selesaikan, Ucapan terima kasih ini saya samapaikan kepada :

1. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang telah memberikan bimbingan, saran dan perbaikan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini. Semoga Tuhan YME memberikan berkat dan perlindungan bagi Ibu dan keluarga,
2. Kepada Bapak Bagus Patria Adiputro selaku Digital Marketing Manager blu by BCA digital, yang telah berkenan untuk diwawancarai sehingga data penelitian dapat dipenuhi,
3. Kepada Ibu Swasthi Mangunjaya selaku Content Creator media sosial blu by BCA digital, yang juga telah berkenan untuk diwawancarai sehingga data penelitian dapat dipenuhi,
4. Kepada follower akun Tiktok @blubybcadigital atas nama Jihan yang telah berkenan untuk diwawancarai sehingga data yang diperlukan untuk penelitian ini dapat terlengkapi,
5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku DEKAN dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
6. Bapak Dr. Irmulansanyti T, SH, M.Si selaku wakil DEKAN dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
7. Bapak D.r Farid Hamid, M.Si selaku KAPRODI S1 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
8. Ibu D.r Suraya, M.Si selaku SEKPRODI 1 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,

9. Ibu Anindita, M.Ikom selaku SEKPRODI 2 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
10. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku SEKPRODI 3 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
11. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku SEKPRODI 4 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
12. Bapak Dr. Enjang PeraIrawan, M.I.Kom SEKPRODI 5 dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana 2023-2023,
13. Kepada staf tata usaha Universitas Mercu Buana yang selalu sigap membantu penulis mengenai permasalahan administrasi.
14. Seluruh Dosen S1 Ilmu Komunikasi Program Studi Periklanan & Marketing Pemasaran yang telah memberikan ilmu kepada saya dalam perkuliahan,
15. Orang Tua saya yang tercinta yang selalu mendukung saya, Bapak Darmo Setiawan Dan Ibu Rismag Daleni, Terima kasih telah selalu memberikan doa dan dukungan terhadap saya tanpa henti,
16. Muhammad Khaisan Zata dan teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu menemani dan memberikan dukungan terhadap saya

Jakarta, 26 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Shofi Luthfi Azmi Azhaara

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Konten Marketing	18
2.2.2 Digital Marketing	23
2.2.3 Storytelling.....	26
2.2.4 Customer Engagement	28
2.2.5 Strategi	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subyek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39

3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum Objek	42
4.1.1	Sejarah PT Bank Digital BCA	42
4.1.2	Visi dan Misi PT Bank Digital BCA.....	43
4.1.3	Profil TransVision.....	43
4.1.4	Akun Instagram TransVision	44
4.1.5	Struktur Organisasi.....	45
4.1.6	Lokasi Penelitian.....	46
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Implementasi strategi Content Marketing oleh akun @blubybcadigital.....	47
4.2.2	Bentuk Customer Engagement berdasarkan implementasi strategi Content Marketing Marketing oleh akun @blubybcadigital	51
4.2.3	Dampak implementasi strategi Content Marketing terhadap Customer Engagement akun @blubybcadigital	59
4.3	Hasil Observasi	63
4.4	Pembahasan.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran.....	72
5.2.1	Saran bagi Praktisi.....	72
5.2.2	Saran bagi Akademis.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4. 1: Hasil Observasi	64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Tiktok Akun @blubybcadigital.....	3
Gambar 1. 2 Konten yang di sajikan akun Tiktok @blubybcadigital.....	5
Gambar 1. 3 Strategi Pemasaran Paling Berdampak	6
Gambar 1. 4 Profile Viewers & Comment di akun Tiktok @blubybcadigital.....	8
Gambar 1. 5 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global (2018-2022).....	9
Gambar 4. 1 Logo blu by BCA digital.....	43
Gambar 4. 2 Profil Akun Media Sosial Tiktok @blubybcadigital.....	44
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4. 4 Lokasi PT. Bank BCA.....	46
Gambar 4. 5 Profil Instagram dari Blu By BCA Digital.....	49
Gambar 4. 6 Balasan Komentar dari Tim blu by BCA digital pada Media Sosial Tiktok	52
Gambar 4. 7 Salah Satu Konten Tiktok blu by BCA digital.....	54
Gambar 4. 8 Antusias Komentar-komentar dalam Akun Media Sosial Tiktok @blubybcadigital	55

UNIVERSITAS
MERCU BUANA