



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
@HOYJAKARTA DALAM UPAYA MENINGKATKAN
*CUSTOMER ENGAGEMENT***



Tegar Raditya Ananda Muchtar Sanusi

UNIVERSITAS

44318010027

MERCU BUANA

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

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tegar Raditya Ananda Muchtar Sanusi
NIM : 44318010027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital @Hoyjakarta
Dalam Upaya Meningkatkan Customer Engagement

Menyatakan bahwa 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 Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Februari 2025



Tegar Raditya Ananda Muchtar Sanusi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tegar Raditya Ananda Muchtar Sanusi
NIM : 44318010027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital
@hoyjakarta Dalam Upaya Meningkatkan
Customer Engagement

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 1 : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D
NIDN : 0324128202
Ketua Penguji : Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom., M.I.Kom
NIDN : 0308089202
Penguji Ahli : Eka Perwita Sari Fauzi, S.Sos, MA
NIDN : 0316088201

Jakarta, 24 Maret 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi


(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 : Tegar Raditya Ananda Muchtar
Sanusi
NIM : 44318010027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran
Digital @hoyjakarta Dalam Upaya
Meningkatkan Customer Engagement

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 Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Februari 2025

Yang menyatakan,

UNIVERS
MERCU BUANA



63B4CAMX231383446

Tegar Raditya Ananda Muchtar
Sanusi

ABSTRAK

Nama	: Tegar Raditya Ananda Mughtar Sanusi
NIM	: 44318010027
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital @hoyjakarta Dalam Dalam Upaya Meningkatkan Customer Engagement
Pembimbing	: Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

Perkembangan industri bisnis semakin kreatif dan inovatif. Salah satu industri yang paling cepat pertumbuhannya adalah industri busana, salah satu pelakunya adalah @hoyjakarta yang merupakan usaha di industri busana yang berlokasi di Jakarta Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh @hoyjakarta dalam upaya mereka meningkatkan *customer engagement*. Penelitian ini bersifat kualitatif dan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif yang kemudian akan ditarik kesimpulannya sebagai suatu ciri atau gambaran tentang fenomena tertentu.

Hasil penelitian menunjukan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran digital yang dilakukan @hoyjakarta ditujukan untuk meningkatkan frekuensi interaksi dan *customer engagement* konsumen @hoyjakarta dan untuk mengkonversi hubungan pelanggan menjadi penjualan.

Kata Kunci : Aktivitas, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Digital, Customer Engagement

ABSTRACT

Name : Tegar Raditya Ananda
Mughtar Sanusi
NIM : 44318010027
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report/Thesis/Dissertation : @hoyjakarta Digital Marketing
Communication Activities In
Efforts To Increase Customer
Engagement
Counsellor : Melly Ridaryanthi,
M.Soc.Sc, Ph.D

The developments of the business industries are getting more creative and innovative. One of the fastest growing industries are the fashion industries, one of them are @hoyjakarta, which is a growing business in the fashion industries located in West Jakarta.

This research aims to study the digital marketing communication activities done by @hoyjakarta on their efforts to improve customer engagement. This is a qualitative research which used constructivism as it's paradigm and used descriptive analysis to describe the phenomenon and latter used to draw conclusions.

The results of this research showed that the activities done by @hoyjakarta are aimed towards the focus of improving the frequencies of interactivities and customer engagement on their social media, and to convert those engagements to selling their products to the customers.

Keywords: Activities, Marketing Communication, Digital Marketing, Customer Engagement

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital @hoyjakarta Dalam Upaya Meningkatkan Customer Engagement”. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik berupa tenaga, pikiran, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Farid Hamid Umarella, Dr. M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi, yang telah memberikan waktu dan membantu peneliti menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Vidayanti selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom., M.I.Kom. yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Gery Nuryogo selaku Staf Administrasi Akademik yang membantu peneliti dalam melengkapi berkas-berkas skripsi
8. Bapak Feddy Ramadhan selaku Owner Hoy Jakarta dan narasumber penelitian ini.
9. Seluruh teman-teman di Hoy Jakarta yang bersedia menjadi narasumber di penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan kinerja yang lebih baik pada masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 19 Februari 2025

Tegar Raditya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 FOKUS PENELITIAN.....	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	14

TINJAUAN PUSTAKA 14

2.1	PENELITIAN TERDAHULU.....	14
2.2	KOMUNIKASI PEMASARAN	23
2.3	PERIKLANAN.....	26
2.4	NEW MEDIA	26
2.5	CONTENT MARKETING (PEMASARAN KONTEN)	27
2.5.1	Pengertian Konten <i>Marketing</i>	27
2.5.2	Faktor dalam membuat Konten Marketing.....	29
2.6	DIGITAL MARKETING	31
2.6.1	Pengertian Digital Marketing	31
2.6.2	Manfaat Digital Marketing	33
2.7	SOCIAL MEDIA	35
2.7.1	Instagram	35
2.8	NEW WAVE MARKETING.....	37
2.9	STORYTELLING	37
2.10	CUSTOMER ENGAGEMENT	40
2.10.1	Pengertian Customer Engagement.....	40
2.10.2	Proses Customer Engagement	41
2.10.3	Faktor dalam meningkatkan Customer Engagement.....	42
2.11	DIGITAL MARKETING COMMUNICATION	43
2.11.1	Pengertian Digital Marketing Communication.....	43
2.11.2	Manfaat Digital Marketing Communication	44
2.11.3	Aktivitas Digital Marketing Communication	45

BAB III..... 48

METODOLOGI PENELITIAN 48

3.1	PARADIGMA PENELITIAN.....	48
3.2	METODE PENELITIAN.....	49
3.3	SUBJEK PENELITIAN	50
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	51
3.4.1	Data Primer	52

3.4.2	Data Sekunder.....	52
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA	52
3.6	TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA	54
3.7	TRIANGULASI SUMBER	54
BAB IV		55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	55
4.1.1	Profil Hoy Jakarta.....	55
4.1.2	Logo HoyJakarta.....	56
4.1.3	Visi dan Misi HoyJakarta	57
4.1.4	Struktur Organisasi HoyJakarta.....	57
4.2	HASIL PENELITIAN.....	58
4.2.1	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital Hoy Jakarta ...	58
4.3	PEMBAHASAN	74
BAB V		81
KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	KESIMPULAN	81
5.2	SARAN.....	83
5.2.1	Saran Akademis.....	83
5.2.2	Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Akun @Hoyjakarta	7
Gambar 4.1 Instagram HoyJakarta.....	56
Gambar 4.2 Engagement rate @HoyJakarta	56
Gambar 4.3 Logo Hoy Jakarta	56
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Hoy Jakarta	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Pertanyaan Wawancara (Key Informan)	89
Lampiran 2 Pedoman Pertanyaan Wawancara (Informan)	91
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Narasumber (Key Informan)	92
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Narasumber (Informan)	95
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber	97

