

PENGARUH KUALITAS KONTEN TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA INSTAGRAM PERUSAHAAN UMUM DAERAH TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR

SAFA ADINDA YULIANSYAH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Konten terhadap *Customer Engagement* pada Instagram Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Safa Adinda Yuliansyah
J0301211365

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

SAFA ADINDA YULIANSYAH. Pengaruh Kualitas Konten terhadap *Customer Engagement* pada Instagram Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor. Dibimbing oleh BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Instagram menjadi media strategis bagi perusahaan daerah untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas konten terhadap *customer engagement* pada akun Instagram @perumdatirtapakuan. Kualitas konten diukur melalui empat indikator yaitu *informativeness*, *relevance*, *visual appeal*, dan *interactivity*, sementara *customer engagement* diukur melalui *enthusiasm*, *attention*, *absorption*, *interaction*, dan *identification*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil menunjukkan bahwa kualitas konten dinilai tinggi dengan skor rata-rata 3,92 dan *customer engagement* juga tinggi dengan rata-rata 3,60. *Relevance* dan *identification* menjadi indikator tertinggi. Analisis regresi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara kualitas konten dan *customer engagement*. Diperlukan strategi konten yang relevan dan interaktif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan di media sosial.

Kata kunci: *customer engagement*, kualitas konten, Instagram, Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor

ABSTRACT

SAFA ADINDA YULIANSYAH. The Influence of Content Quality on *Customer Engagement* on the Instagram Account of Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor. Supervised by BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Instagram has become a strategic *platform* for regional companies to strengthen relationships with customers through digital engagement. This study aims to examine the influence of content quality on *customer engagement* on the Instagram account @perumdatirtapakuan. Content quality is assessed through *informativeness*, *relevance*, *visual appeal*, and *interactivity*, while *customer engagement* includes *enthusiasm*, *attention*, *absorption*, *interaction*, and *identification*. A descriptive quantitative method was employed by distributing questionnaires to 100 respondents. The results indicate that content quality is rated highly with an average score of 3.92, and *customer engagement* is also high with an average of 3.60. *Relevance* and *identification* emerged as the strongest indicators. Regression analysis reveals a significant positive effect of content quality on *customer engagement*. Relevant and interactive content strategies are essential for enhancing engagement on institutional social media *platforms*.

Keyword: content quality, *customer engagement* Instagram, Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA INSTAGRAM PERUSAHAAN UMUM
DAERAH TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR**

SAFA ADINDA YULIANSYAH

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Laporan : Pengaruh Kualitas Konten terhadap *Customer Engagement* pada Instagram Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor

Nama : Safa Adinda Yuliansyah
NIM : J0301211365

Disetujui oleh

Pembimbing:
Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian:
26 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah kualitas konten dan *customer engagement*, dengan judul "Pengaruh Kualitas Konten terhadap *Customer Engagement* pada Instagram Perusahaan Umum Daerah Tirta Pakuan Kota Bogor".

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Ibunda Nofi Andriani dan Ayahanda Lukman Yulian atas doa yang tiada henti, dukungan moril dan materil, serta semangat yang tidak pernah surut dalam mendampingi proses pendidikan penulis sejak awal. Apresiasi juga ditujukan kepada keluarga besar yang telah memberi dukungan penuh secara langsung maupun tidak langsung selama masa studi. Penghargaan yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga yang sangat membantu selama proses penyusunan laporan akhir ini.

Terima kasih juga disampaikan kepada Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor yang telah memberi izin penelitian penulis serta kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan mengakses data yang dibutuhkan. Bantuan dan keterbukaan dari berbagai pihak di lingkungan perusahaan telah mempermudah penulis dalam memperoleh data secara akurat dan relevan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, atas koordinasi dan dukungan akademik yang sangat membantu selama proses perkuliahan hingga penyusunan laporan akhir. Terima kasih juga kepada Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University, atas fasilitas serta kebijakan akademik yang menunjang proses studi penulis. Penghargaan juga penulis berikan kepada seluruh asisten dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 58 atas pendampingan selama pelaksanaan kegiatan praktikum, pembimbingan teknis, dan berbagi ilmu selama perkuliahan.

Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada rekan-rekan Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 58, Sekolah Vokasi IPB University, atas semangat, kerja sama, dan pengalaman berharga yang telah dibagikan selama menempuh masa studi.

Semua pihak yang telah mendukung dari pelaksanaan penelitian hingga penyusunan laporan akhir ini dalam berbagai bentuk yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terima kasih. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Safa Adinda Yuliansyah



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Digital	5
2.2 Media Digital	5
2.3 Media Sosial	5
2.4 Interaksi Online	6
2.5 Studi Literatur Terkait	7
2.6 Instagram	10
2.7 <i>Customer Engagement</i>	11
2.8 Kualitas Konten	12
2.9 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	13
III METODE	15
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Lokasi dan Waktu	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.4 Subyek Penelitian	16
3.5 Teknik Analisis Data	16
3.6 Luaran Penelitian	21
3.7 Definisi Operasional Variabel	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Kualitas Konten Instagram Perumda Tirta Pakuan	26
4.3 Tingkat <i>Customer Engagement</i> pada Instagram Perumda Tirta Pakuan	34
4.4 Pengaruh Kualitas Konten terhadap <i>Customer Engagement</i> pada Instagram Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor	38
V SIMPULAN DAN SARAN	45
Simpulan	45
Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	56

DAFTAR TABEL

1	Akun Instagram Perusahaan Daerah Layanan Air Minum per tanggal 15 April 2025	2
2	Studi literatur terkait	8
3	Uji validitas variabel kualitas konten	17
4	Uji validitas variabel <i>customer engagement</i>	18
5	Uji reliabilitas variabel kualitas konten	19
6	Hasil uji reliabilitas Item-Total variabel kualitas konten	19
7	Uji reliabilitas variabel <i>customer engagement</i>	19
8	Hasil uji reliabilitas Item-Total variabel <i>customer engagement</i>	19
9	Definisi operasional variabel	22
10	Data responden	25
11	Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas konten	33
12	Distribusi jawaban responden terhadap variabel <i>customer engagement</i>	35
13	Hasil uji normalitas	38
14	Hasil uji linearitas	39
15	Hasil uji heteroskedastisitas	39
16	Hasil uji koefisien determinasi	40
17	Hasil uji <i>F</i>	40
18	Hasil analisis regresi linear sederhana	41
19	Hasil uji <i>t</i>	41
20	Nilai interval dan klasifikasi tingkat koefisien korelasi	42

DAFTAR GAMBAR

21	Kerangka konseptual	13
22	Logo Perusahaan Perumda Tirta Pakuan	23
23	Konten Edukasi tips hemat air di halaman rumah	27
24	Konten informasi Tirta Pakuan Menjawab	28
25	Konten promosi pemasangan baru	29
26	Konten kuis akhir pekan Perumda Tirta Pakuan	30
27	<i>Reels</i> Instagram @perumdatirtapakuan	31
28	Konten <i>Stories</i> Tirta Pakuan Update	32
29	Konten informasi gangguan layanan 3 Mei 2025	36