

RANCANGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI PELANGGAN DI PERUMDA TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR

MUHAMMAD SEPDIYANA HAFIZ



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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Rancangan Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. 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

Muhammad Sepdiyana Hafiz
J0301211317

ABSTRAK

MUHAMMAD SEPDIYANA HAFIZ. Rancangan Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI dan SISKI MULYAWATY.

Penelitian ini bertujuan merancang pengelolaan media sosial Instagram yang efektif untuk meningkatkan interaksi pelanggan di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya media sosial sebagai alat strategis dalam menjalin komunikasi dua arah antara organisasi publik dan masyarakat. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Penelitian ini mengacu pada teori 4C (Context, Communication, Collaboration, dan Connection) dari Chris Heuer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram Tirta Pakuan telah mencerminkan sebagian unsur 4C, namun masih perlu perbaikan dalam hal respons terhadap keluhan dan interaksi pelanggan. Oleh karena itu, dirancang pengelolaan media sosial yang lebih sistematis dan adaptif demi meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan.

Kata kunci: Instagram, Interaksi Pelanggan, Media Sosial, Pengelolaan, Teori 4C

ABSTRACT

MUHAMMAD SEPDIYANA HAFIZ. *Instagram Social Media Management Plan to Enhance Customer Engagement at Perumda Tirta Pakuan Bogor City. Supervised by VIVIEN FEBRI ASTUTI and SISKI MULYAWATY.*

This study aims to design effective Instagram social media management to enhance customer interaction at Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor. The background of the research highlights the importance of social media as a strategic tool for establishing two-way communication between public organizations and the community. A descriptive qualitative method was used, with data collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman model. The study refers to the 4C theory (Context, Communication, Collaboration, and Connection) developed by Chris Heuer. The results show that Tirta Pakuan's Instagram management reflects several aspects of the 4C theory, but improvements are needed in responding to customer complaints and fostering interactive engagement. Therefore, a more systematic and adaptive social media management plan was proposed to improve the quality of communication with customers.

Keywords: 4C Theory, Customer Interaction, Instagram, Public Relation, Social Media Management



- 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, menyusun laporan, penulisan kritik, atau tinjauan masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

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

RANCANGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INTERAKSI PELANGGAN DI PERUMDA TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR

MUHAMMAD SEPDIYANA HAFIZ

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 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.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si.



Judul Laporan : Rancangan Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor
Nama : Muhammad Sepdiyana Hafiz
NIM : J0301211317

Disetujui Oleh

Pembimbing 1
Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom.

Pembimbing 2
Siska Mulyawaty, S.I.Kom., M.Si.

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: 15 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Maret hingga April 2025 di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dengan mengangkat judul "Rancangan Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan di Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor." Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University.

Pada proses penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta semangat yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta Ayah, Mamah, dan Adik yang senantiasa memberikan doa, dan dukungan moral yang tak tergantikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Siska Mulyawaty, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah sabar membimbing, berdiskusi, serta mengarahkan penulis selama proses penyusunan laporan ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Dr. Abung Supama Wijaya S.I.Kom., M.Si. selaku dosen penguji saya.

Terima kasih kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor atas kesempatan, arahan, dan izin yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga kepada teman-teman terdekat yang telah menjadi support system dalam berbagai suka dan duka selama masa perkuliahan.

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi digital, serta menjadi referensi bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bogor, Juli 2025

Muhammad Sepdiyana Hafiz

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	4
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Publik	5
2.2 Media Sosial	6
2.3 Instagram	6
2.4 Pengelolaan Media Sosial	7
2.5 Interaksi Pelanggan	8
2.6 Teori 4C	8
2.7 Kerangka Berpikir	10
2.8 Penelitian Terdahulu	10
III METODE	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Lokasi dan Waktu	18
3.3 Data dan Instrumen	18
3.4 Informan	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	19
3.6 Teknik Analisis Data	20
3.7 Luaran Penelitian	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perumda Tirta Pakuan	21
4.2 Pengelolaan Media Sosial Instagram Perumda Tirta Pakuan	27
4.3 Rancangan Pengelolaan Media Sosial Instagram yang tepat Untuk Meningkatkan Interaksi Pelanggan	42
V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	70

DAFTAR TABEL

1	Tabel penelitian terdahulu	10
2	Tabel Informan	19

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Screenshot</i> komentar pelanggan	3
2	Kerangka berpikir	10
3	Kantor Perumda Tirta Pakuan	21
4	Logo Perumda Tirta Pakuan	23
5	Struktur organisasi Perumda Tirta Pakuan	24
6	Laman <i>website</i>	26
7	Tampilan Instagram Perumda Tirta Pakuan	26
8	Tampilan Facebook Perumda Tirta Pakuan	27
9	Tampilan X Perumda Tirta Pakuan	27
10	Contoh Template <i>Story</i> yang digunakan	29
11	Contoh feeds yang relevan	30
12	Data interaksi Insight	30
13	Contoh sapaan “Kak” terhadap pelanggan	31
14	Parameter matrik	32
15	Contoh konten penting	33
16	Konten kolaborasi dengan radar bogor	37
17	Contoh konten <i>giveaway</i>	38
18	Referensi postingan gaya visual modern	43
19	Referensi postingan narasi kasual	43
20	Referensi postingan referensi budaya populer	44
21	Referensi konten rutin pelayanan	45
22	Referensi konten temporer	45
23	Referensi konten infografis	46
24	Referensi <i>reels</i> kampanye	46
25	Referensi respon komentar pelanggan	48
26	Referensi konten model narasi	48
27	Penggunaan fitur interaktif	49
28	<i>Caption</i> informatif	50
29	Penerapan etika dan empati	50
30	Kolaborasi dengan Media Lokal	51
31	Menggandeng <i>Influencer</i>	52
32	Melibatkan Pelanggan sebagai kontributor	53
33	Konsistensi Sapaan	54
34	Penyampaian informasi dan maaf	54
35	Unggahan kisah petugas lapangan	55

DAFTAR LAMPIRAN

1	Panduan wawancara	62
2	Transkrip wawancara	63
3	Foto wawancara bersama Informan 1	68

4	Foto wawancara bersama Informan 2	68
5	Foto wawancara bersama Informan 3	69
6	Foto wawancara bersama Informan 4	69

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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.

Perpustakaan IPB University