

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA BRAND
ALAS KAKI LOKAL “KRONIKEL” DALAM MENINGKATKAN
CUSTOMER ENGAGEMENT**



Jane Emanuela

00000027562

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG
2023**

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA *BRAND*
ALAS KAKI LOKAL “KRONIKEL” DALAM MENINGKATKAN
*CUSTOMER ENGAGEMENT***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jane Emanuela

0000027562

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jane Emanuela

Nomor Induk Mahasiswa 00000027562

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING BRAND* ALAS KAKI LOKAL “KRONIKEL” DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Desember 2022



Jane Emanuela

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**Strategi *Social Media Marketing* Pada Brand Alas Kaki Lokal “Kronikel”
dalam Meningkatkan *Customer Engagement***

Oleh

Nama : Jane Emanuela

NIM : 00000027562

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada hari

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Januari 2023

Pembimbing



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN: 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Strategi *Social Media Marketing* Pada *Brand* Alas Kaki Lokal “Kronikel”
dalam Meningkatkan *Customer Engagement***

Oleh

Nama : Jane Emanuela

NIM : 00000027562

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Januari 2023

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

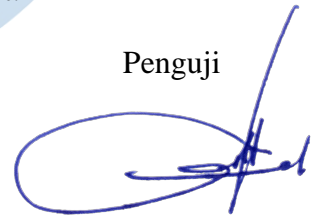
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN: 0324098002

Penguji



Theresia LV Lolita, M.Ikom
NIDN:0327019001

Pembimbing



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN: 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendra Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jane Emanuela

NIM : 00000027562

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Strategi Social Media Marketing Brand Alas Kaki Lokal “Kronikel” dalam Meningkatkan Customer Engagement”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 3 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Jane Emanuela)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: **“Strategi Social Media Marketing Brand Alas Kaki Lokal “Kronikel” dalam Meningkatkan Customer Engagement”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

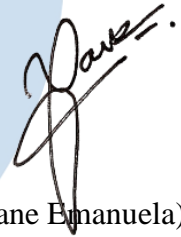
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., sebagai ketua sidang yang telah memberikan saran dan bimbingan untuk menyempurnakan tesis ini.
6. Ibu Theresia LV Lolita, M.Ikom, sebagai dosen penguji yang juga berpartisipasi dalam menyempurkan tesis ini.
7. Amanda Tandary, Jason Tenggara, dan Giggysy Anggina yang telah bersedia untuk berpartisipasi sebagai narasumber penelitian ini.
8. Fatima Tuzzahro, selaku *Social Media Specialist* yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber ahli
9. Orang tua dan adik-adik saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Rehxyana, Jessica, Kimberly, Chelsea, Khansa dan seluruh sahabat saya yang senantiasa membantu dan menyemangati saya untuk dapat menyelesaikan tesis ini.

11. Josia yang telah senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi maupun inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 3 Januari 2023



(Jane Emanuela)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING BRAND ALAS KAKI LOKAL “KRONIKEL” DALAM MEINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*

Jane Emanuela

ABSTRAK

Kronikel merupakan salah satu brand alas kaki lokal yang berkembang dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini tidak menjauhkan Kronikel dari munculnya para kompetitor yang mengharuskan Kronikel untuk bersaing. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi *social media marketing* yang digunakan oleh Kronikel pada media sosial Instagram dalam meningkatkan *customer enggament* dengan menggunakan konsep *social media marketing*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus terhadap Instagram Kronikel. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam bersama empat narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kronikel menggunakan Instagram untuk melakukan *social media marketing* dengan membuat beberapa strategi seperti membuat *giveaway*, konten interaktif melalui fitur-fitur Instagram, dan *campaign* yang disediakan oleh Instagram. Kronikel telah melakukan tahapan strategi *social media marketing* dengan baik sehingga menghasilkan *customer engagement* yang baik, seperti mendapatkan advokasi dari *customer*, mendapatkan respon positif apabila terjadi kesalahan, dan meningkatnya *engagement rate* yang telah ditentukan.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Instagram, Customer Engagement*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES ON LOCAL FOOTWEAR BRAND “KRONIKEL” TO INCREASE CUSTOMER ENGAGEMENT

Jane Emanuela

ABSTRACT

Kronikel is a one of local footwear brand that has developed by leveraging social media. This does not prevent Kronikel from the emergence of competitors that require Kronikel to compete. This study aims to find out the social media marketing strategy used by Kronikel on Instagram social media to increase customer engagement using the social media marketing and customer engagement lifecycle from Sashi. This study uses a descriptive qualitative research method with a case study approach to Instagram Kronikel. Data collection was carried out by conducting in-depth interviews with four sources. The results of this study indicate that Kronikel uses Instagram to carry out social media marketing by making several strategies such as creating giveaways, interactive content through Instagram features, and campaigns provided by Instagram. Kronikel has carried out the stages of the social media marketing strategy well so as to produce good customer engagement, such as getting advocacy from customers, getting a positive response if something goes wrong, and increasing the predetermined engagement rate.

Keywords: *Social Media Marketing, Instagram, Customer Engagement*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	13
2.3 Alur Penelitian.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	25
3.3 Metode Penelitian	25

3.4	Informan dan Partisipan	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Keabsahan Data.....	27
3.7	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Subjek/Objek Penelitian	29
4.2	Hasil Penelitian	31
4.3	Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
5.2.1	Saran Akademis	70
5.2.2	Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		75

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Media Sosial Kompetitor Kronikel	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.1 Analisis SWOT Kronikel	64
Tabel 4.2 Target Audiens Kronikel.....	65

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Most-used Social Media Platforms</i>	2
Gambar 1.2 Foto Profile Kronikel Shopee	4
Gambar 1.3 Foto Konten Interaktif Kronikel	5
Gambar 1.4 Foto Konten Interaktif Kronikel	5
Gambar 1.5 Foto Konten Sukarela <i>Customer</i> Kronikel	6
Gambar 1.6 Foto Konten Sukarela Kronikel	6
Gambar 4. 1 Logo Kronikel	29
Gambar 4.2 <i>Website</i> Kronikel	30
Gambar 4.3 Toko <i>Online</i> Shopee Kronikel	30
Gambar 4.4 Profil Instagram Kronikel	31
Gambbar 4.5 Profil Tiktok Kronikel	31
Gambar 4.6 Konten Story Instagram Kronikel	32
Gambar 4.7 Konten <i>Story</i> Kronikel	32
Gambar 4.8 Konten Kronikel sebagai Sepatu Konser	35
Gambar 4.9 Kolaborasi Kronikel X Disney	38
Gambar 4.10 <i>Campaing self-sabotage</i> Kronikel	47
Gambar 4.11 Konten Interaktif Kronikel	48
Gambar 4.12 Konten Apresiasi Kronikel	49
Gambar 4.13 Konten <i>Customer</i> Kronikel	50
Gambar 4.14 Konten <i>Giveaway</i> Kronikel	51
Gambar 4.15 Konten <i>Endorsement</i> Kronikel	51
Gambar 4.16 Konten SALE Kronikel	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	75
Lampiran B Transkrip Wawancara	76
Lampiran C Formulir Pengesahan	130
Lampiran D Curriculum Vitae	132

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized building or grid pattern composed of several white squares of varying sizes arranged in a roughly rectangular shape.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA