

**STRATEGI PEMANFAATAN FITUR-FITUR INSTAGRAM  
@chevillyresortandcamp SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PEMASARAN UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:  
ANGGY SENJA MAHARANI  
044117240**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
AGUSTUS 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Anggy Senja Maharani  
NPM : 044117240  
Judul : Strategi Pemanfaatan Fitur-Fitur Instagram  
@chevillyresortandcamp Sebagai Media Komunikasi  
Pemasaran Untuk Mempertahankan Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peugui dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

## DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, M.Si  
NIK. 1.0616 049 757

Pembimbing II : Muslim.M.Si  
NIK: 1 0909 048 513

Pembaca : Dini Valdiani, M.Si  
NIK. 1.1110 033 517

Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal: : 04 Agustus 2021

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Ketua Program Studi

Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIK : 1.9600 607.199009.2.001

Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn  
NIK. 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**Anggy Senja Maharani. 2021. Strategi Pemanfaatan Fitur-Fitur Instagram @chevillyresortandcamp Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Mempertahankan Pelanggan. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Roni Jayawinangun dan Muslim**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemanfaatan fitur-fitur instagram @chevillyresortandcamp sebagai media komunikasi pemasaran dalam mempertahankan pelanggan yang dapat dijalankan dengan baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemanfaatan media sosial instagram @chevillyresortandcamp sebagai media komunikasi pemasaran, dan bagaimana rancangan strategi media sosial instagram @chevillyresortandcamp untuk mempertahankan pelanggan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan di *Chevilly Resort and Camp* pada bulan Desember 2020 hingga Juni 2021. Teknik yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dimana narasumber dipilih berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu, dalam hal ini peneliti memilih pengguna instagram aktif yang mengikuti akun media sosial @Chevillyresortandcamp dari semua jenis kalangan, yang pernah berkunjung lebih dari satu kali, dilakukannya teknik wawancara dan observasi. Hasil-hasil wawancara kemudian diperkuat dengan Triangulasi sumber, dimana pernyataan *key informan* di perkuat dengan membandingkan hasil wawancara dengan pengunjung. Hasil dari pengumpulan data menunjukkan bahwa instagram terbukti efektif dalam menjangkau penggunaanya, sehingga dapat membantu kegiatan dalam komunikasi pemasaran, rancangan strategi yang dijalankan Chevilly juga diharapkan dapat mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci : Strategi penggunaan media sosial, Instagram, komunikasi pemasaran, rancangan strategi, pelanggan.**