**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN PT. KAI (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG PENGGUNA AKUN INSTAGRAM PT. KERETA API INDONESIA DI BANDUNG)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media Instagram dalam menjaga loyalitas pelanggan melalui akun Instagram PT. KAI di Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori *New Media* McQuail. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan empat informan ahli, satu informan inti, dan satu informan akademisi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh oleh peneliti, pemanfaatan new media dalam menjaga loyalitas pelanggan PT.KAI dilihat dari tiga faktor yaitu keterhubungan akses, interaktivitas dan pemanfaatan (*new media*) mendapat respon positif dari para informan inti. Keterhubungan akses PT.KAI dengan pelanggan sangat mudah, interaktivitas PT.KAI dengan pelanggan sering dilakukan dan pemanfaatan Instagram PT.KAI dijadikan sebagai sarana informasi dan promosi.

Setelah peneliti melakukan penelitian pada pemanfaatan Media Instagram dalam menjaga loyalitas pelanggan PT.KAI, peneliti menyarankan agar admin Instagram PT.KAI lebih sigap dan cepat dalam merespon pertanyaan pelanggan dan lebih kreatif dalam memposting gambar maupun video agar tidak terkesan monoton dan membosankan.

**Kata Kunci:** Media Instagram, Pelanggan, PT. KAI.

***ABSTRACT***

*This study entitled "UTILIZATION OF INSTAGRAM IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY OF PT. KAI (QUALITATIVE DESCRIPTIVE STUDY ABOUT USER INSTAGRAM ACCOUNT OF PT. KERETA INDONESIA INDONESIA IN BANDUNG) ". The purpose of this study is to find out how to use Instagram in maintaining customer loyalty through PT. KAI in Bandung.*

*The research method used in this research is descriptive qualitative research method. The theory used is McQuail's New Media theory. Data collection techniques were carried out through literature study, observation, interviews, and documentation with four expert informants, one core informant, and one academic informant.*

*Based on the results obtained by researchers, the use of new media in maintaining customer loyalty of PT. KAI is seen from three factors namely the connectedness of access, interactivity and utilization (new media) get positive responses from core informants. The connection between PT. KAI's access with customers is very easy, PT. KAI's interactivity with customers is often done and the use of PT. KAI's Instagram is used as a means of information and promotion.*

*After the researchers conducted research on the use of Instagram in maintaining customer loyalty at PT. KAI, the researcher suggested that the PT. KAI Instagram admin is more alert and quick in responding to customer questions and more creative in posting pictures and videos so as not to seem monotonous and boring.*

***Keywords****: Instagram, Customers, PT. KAI*

**RINGKESAN**

Panalungtikan ieu dijudulan “PEMANFAATAN INSTAGRAM DINA NGAJAGI LOYALITAS LANGGANAN PT. KAI (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF NGEUNAAN PAMAKE REKENING INSTAGRAM PT. sepur INDONESIA DI BANDUNG)”. Tujuan panalungtikan ieu teh kanggo terang kumaha pemanfaatan Instagram dina ngajagi loyalitas langganan ngaliwatan rekening Instagram PT. KAI di Bandung.

Padika panalungtikan anu dipake dina panalungtikan ieu teh padika panalungtikan deskriptif kualitatif. Teori anu dipake nyaeta teori New Media Mcquail. Teknik pengumpulan data dipigawe ngaliwatan studi pustaka,observasi,wawancara,sarta dokumentasi kalawan opat informan ahli,hiji informan inti,sarta hiji informan akademisi.

Dumasar kenging anu ditampa ku peneliti,pemanfaatan new media dina ngajagi loyalitas langganan PT.KAI ditingali ti tilu faktor yaktos keterhubungan akses,interaktivitas sarta pemanfaatan (new media) mendapat respon positip ti para informan inti. Keterhubungan akses PT.KAI kalawan langganan gampil pisan,interaktivitas PT.KAI kalawan langganan sering dipigawe sarta pemanfaatan Instagram PT.KAI dijadikeun minangka sarana informasi sarta promosi.

Sanggeus peneliti ngalakukeun panalungtikan dina pemanfaatan Instagram dina ngajagi loyalitas langganan PT.KAI,peneliti ngusulkeun supados admin Instagram PT.KAI langkung tapis sarta enggal dina merespon patarosan langganan sarta langkung kreatif dina memposting gambar atawa video supados henteu terkesan monoton sarta pikaboseneun.

**Sanggem Kunci**: Instagram,Langganan,PT. KAI.