STRATEGI BRANDING DIGITAL ATLAS RECORD STORE JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND AWARENESS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TAHUN 2026

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Naufal Radityo Maulana

44323110002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

STRATEGI BRANDING DIGITAL ATLAS RECORD STORE JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND AWARENESS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TAHUN 2026

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh :

Naufal Radityo Maulana

44323110002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Naufal Radityo Maulana
NIM	: 44323110002
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Branding Atlas Record Store Jakarta Dalam Mempertahankan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Agustus 2026



Naufal Radityo Maulana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: NAUFAL RADITYO MAULANA
NIM	: 44323110002
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Marketing Komunikasi

Dengan judul "Strategi Branding Digital Atlas Record Store Jakarta Dalam Mempertahankan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Agustus 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 20%

Jakarta, 27 Agustus 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Naufal Radityo Maulana

NIM : 44323110002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Branding Atlas Record Store Jakarta Dalam Mempertahankan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 8 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing

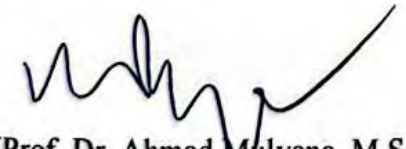


(Sofia Aunul, S.E,. M.Si)
NIDN/NUPTK: 0314097601

Jakarta, 21 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK: 031117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Branding Digital Atlas Record Store Jakarta dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram pada Tahun 2026"** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Marketing Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, motivasi, serta doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Sofia Aunul, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, waktu, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Prodi Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Pihak Atlas Record Store Jakarta yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis mama dan papa yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang yang tidak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
6. Kepada Anry Admie yang telah hadir menemani hari-hari penulis dan menyemangati penulis selama ini.
7. Kepada orang-orang terdekat penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun material dalam proses penyusunan skripsi ini.

lib.mercubuana.ac.id

8. Teman-teman Komunitas Atlas Records Store Lintang, Farhan, Mas mayo, Pak adi, Deni dan Aldi yang bersedia membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada sahabat penulis yang tak kalah penting kehadirannya, Yandi, Nadhif, Ardi, elisabet Terima kasih selalu ada dalam titik terendah penulis dan Terima kasih telah menjadi pendengar setia dalam menjalani hidup.

Saya berharap penelitian ini dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan kepada bidang ilmu komunikasi, khususnya bidang branding digital serta pemanfaatan media sosial Instagram untuk membangun kesadaran merek. Demikian juga studi ini diharapkan dapat menjadi patokan bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran digital, khususnya bagi bisnis ritel independen seperti Atlas Record Store Jakarta. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki batasan, sehingga kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Harapan kami adalah penelitian ini dapat memberikan keuntungan bagi pembaca, akademisi, dan peneliti di masa mendatang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juli 2026

Naufal Radityo Maulana

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Naufal Radityo Maulana
NIM	: 44323110002
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Branding Atlas Record Store Jakarta Dalam Mempertahankan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Naufal Radityo Maulana

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Nama : Naufal Radityo Maulana
NIM : 44323110002
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Branding Digital Atlas Record Store Jakarta Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026
Pembimbing : Sofia Aunul, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi branding digital Atlas Record Store Jakarta melalui akun Instagram @atlas.recordstore dalam upaya meningkatkan brand awareness di tengah kompetisi ritel musik yang semakin ketat pada tahun 2026. Penelitian ini Berparadigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif Deskriptif dan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi aktivitas akun Instagram, serta dokumentasi terhadap pengelola media sosial dan pelanggan aktif. Analisis ini telah melalui tahap reduksi, presentasi, dan kesimpulan sehubungan dengan empat fase utama The Circular Model of SoMe (bagikan, optimalkan, kelola, dan libatkan) dengan penekanan pada konsistensi visual merek dan optimasi format serta manajemen interaksi audiens untuk kemitraan komunitas kolaboratif dan influencer. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan terpadu keempat tahap tersebut berkontribusi signifikan dalam membangun dan memperkuat kesadaran merek, tercermin dari kemampuan audiens untuk mengenali, mengingat, dan memposisikan Atlas Record Store sebagai salah satu record store independen dengan identitas yang kuat di benak mereka.

Kata Kunci: Strategi branding digital, Model Sirkular of SOME, Brand awareness, Instagram, Vinyl.

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Name : Naufal Radityo Maulana
NIM : 44323110002
Study Program : Marketing Komunikasi
Thesis Title : Strategi Branding Digital Atlas Record Store Jakarta Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Media Sosial Instagram Pada Tahun 2026
Counsellor : Sofia Aunul, S.E., M.Si.

This study aims to analyze the digital branding strategy of Atlas Record Store Jakarta through its Instagram account @atlas.recordstore in an effort to increase brand awareness amid increasingly intense competition in the music retail industry in 2026. This research adopts a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach and case study method, with data collected through semi-structured interviews, observation of Instagram account activities, and documentation involving social media administrators and active customers. The analysis was conducted through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing, focusing on the application of the four main stages of The Circular Model of SoME: share, optimize, manage, and engage, each emphasizing brand visual consistency, content format optimization (carousel, reels, storytelling), audience interaction management, and collaboration with communities and influencers. The research findings show that the integrated application of these four stages contributes significantly to building and strengthening brand awareness, as reflected in the audience's ability to recognize, recall, and position Atlas Record Store as one of the independent record stores with a strong identity in their minds.

Keywords: *Digital branding strategy, The Circular Model of Some, Brand awareness, Instagram, Vinyl.*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL 0
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
PERNYATAAN *SIMILIARITY CHECK* iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.4.1 Manfaat Akademis 6
1.4.2 Manfaat Praktis 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Kajian Teoritis 11
2.2.1 Strategi Branding 11
2.2.2 *Brand Awareness* 13
2.2.3 *Digital Branding* 14
2.2.4 *The Circular Model of Some* 15
2.2.5 Media Sosial 16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 18
3.1 Paradigma Penelitian 18
3.2 Metode Penelitian 19

lib.mercubuana.ac.id

3.3 Subjek Penelitian 19
3.4 Teknik Pengumpulan Data 22
3.4.1 Data Sekunder 22
3.4.2 Data Primer 23
3.5 Teknik Analisis Data 23
3.5.1 Reduksi Data 25
3.5.2 Penyajian Data 25
3.5.3 Penarikan Kesimpulan dan Verivikasi 25
3.6 Teknik Keabsahan Data 26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Gambaran Umum Penelitian 27
4.1.1 Gambaran Umum Atlas Record Store Jakarta 27
4.1.2 Logo Atlas Record Store Jakarta 28
4.1.3 Sejarah Singkat Atlas Record Store Jakarta 29
4.1.4 Struktur Organisasi Atlas Record Store Jakarta 29
4.2 Hasil Penelitian 32
4.2.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram Atlas Record Store 33
4.2.1.1 Share 33
4.2.1.2 Optimize 42
4.2.1.3 Manage 47
4.2.1.4 Engage 51
4.3 Analisis Brand Awareness Atlas Record Store 57
4.3.1 Unaware Of Brand 57
4.3.2 Brand Recognition 59
4.3.3 Brand Recall 61
4.3.4 Top Of Mind 63
4.4 Pembahasan 64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 84
5.1 Simpulan 84
5.2 Saran 85
5.2.1 Saran Akademis 85
5.2.2 Saran Praktis 85
DAFTAR PUSTAKA 88

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu 9
Tabel 3.1 Informan.....21

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Brand Awareness 14
Gambar 4.1 Instagram Atlas Record Store Jakarta 28
Gambar 4.2 Logo Instgaram Atlas Record Store Jakarta..... 28
Gambar 4.3 Grafik Struktur Organisasi Atlas Record Store..... 30
Gambar 4.4 Salah Satu Postingan Instagram Atlas Record Store..... 35
Gambar 4.5 Kurangnya Responsivitas pada Tim Pengelola dari Atlas Record Store 37
Gambar 4.6 Konten Edukasi Atlas Record Store dengan Influencer kurator @Urbanxblight..... 40
Gambar 4.7 Tampilan Format Carousel di Instagram Atlas Record Store 44
Gambar 4.8 Tampilan Format Reels di Instagram Atlas Record Store..... 44
Gambar 4.9 Tim Pengelola dari Atlas Record Store Berinteraksi dengan Pengikutnya.... 48
Gambar 4.10 Tim Pengelola dari Atlas Record Store Berinteraksi dengan Pengikutnya.. 50
Gambar 4.11 Flyer promosi Atlas Records..... 52
Gambar 4.12 Model Some Atlas Record Store..... 80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curiculum Vittae 129
Lampiran 2. Transkrip Interview 130
Lampiran 3. Observasi 144

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id