



**AKTIVITAS KOMUNIKASI CABANG BARU STREET BOBA CABANG
BANJAR WIJAYA TANGERANG DI INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* SELAMA MASA PANDEMI
COVID-19 TAHUN 2020-2021**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:

**HELEN PINDRIANI
44218110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Helen Pindriani
NIM : 44218110013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:
Aktivitas Komunikasi Cabang Baru Street Boba Cabang Banjar Wijaya Tangerang di Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Selama Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021 adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada bagian beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan kegiatan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 22 Mei 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini,



(Helen Pindriani)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M,Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Helen Pindriani
NIM : 44218110013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Aktivitas Komunikasi Cabang Baru Street Boba Cabang Banjar Wijaya
Tangerang di Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Selama
Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021

Jakarta, 22 Mei 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)




Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Helen Pindriani
NIM : 44218110013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Aktivitas Komunikasi Cabang Baru Street Boba Cabang Banjar Wijaya
Tangerang di Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Selama
Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021

Jakarta, 25 Juni 2022

Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si


(.....)

Penguji Ahli,
Dr. Irmulan Sati, M.Si


(.....)

Pembimbing,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Aktivitas Komunikasi Cabang Baru Street Boba Cabang Banjar Wijaya
Tangerang di Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Selama
Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021
Nama : Helen Pindriani
NIM : 44218110013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 07 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul *Aktivitas Komunikasi Cabang Baru Street Boba Yaitu Cabang Banjar Wijaya Tangerang di Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Selama Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021*. Sebagaimana tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu (S-1), dari Bidang Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dimana didalamnya pun akan ada banyak kekurangan, yang dapat disebabkan oleh kurangnya pengalaman, pengetahuan, dan ketelitian. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik atau saran dari pembaca demi membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Terdapat banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, namun berkat adanya dukungan dan semangat dari orang terdekat baik secara moril maupun materil sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, serta waktunya dan selalu memberi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Kepala Bidang Studi Ilmu Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Kepada kedua orang tua, Bapak Mugianto dan Ibu Istiadah beserta Andy Kurniawan dan Ervina selaku adik saya yang telah memberikan semangat,

doa, serta kasih sayang dan dukungan baik secara moral, material dan spiritual selama proses menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada sahabat-sahabat saya Nover, Yemima, Igi, Eka yang telah memberikan semangat, motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Yemima Intan sari Cintami, Bapak Rizky dan Ibu Anindita serta seluruh staf Street Boba Cabang Banjar Wijaya Tangerang yang telah mendukung penelitian ini dari awal hingga akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh dosen, guru, orang tua dan sahabat-sahabat yang mungkin tidak dapat penulis tulis seluruhnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada seluruh orang yang telah membantu penulis mencapai penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Jakarta, 13 April 2022

(Helen Pindriani)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.1.1 Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 <i>Marketing Public Relations</i>	23
2.2.2 Peranan <i>Marketing Public Relations</i>	25
2.2.3 Peran dan Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	26
2.2.4 Konsep Digital <i>Public Relations</i>	29
2.2.5 Peranan dan Fungsi Digital <i>Public Relations</i>	31
2.2.5.1 Peran Digital <i>Public Relations</i>	31
2.2.5.2 Fungsi Digital <i>Public Relations</i>	31
2.2.6 Media Sosial Instagram.....	32
2.2.7 Promosi	32
2.2.8 <i>Brand Awareness</i>	33
2.2.9 <i>Brand Knowledge</i>	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek Penelitian	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer	37
3.4.2 Data Sekunder	38
3.5 Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	41
4.1.3 Bidang Usaha	41
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.5 Logo Street Boba.....	42
4.1.6 Struktur Organisasi Street Boba.....	43
4.1.7 Tugas dan Wewenang	43
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Perencanaan aktivitas komunikasi cabang baru Street Boba cabang Banjar Wijaya Tangerang dalam membangun <i>brand awareness</i> di Instagram selama masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021.....	46
4.2.2 Pelaksanaan aktivitas komunikasi cabang baru Street Boba cabang Banjar Wijaya Tangerang dalam membangun <i>brand awareness</i> di Instagram selama masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021.....	50
4.2.3 Evaluasi aktivitas komunikasi cabang baru Street Boba cabang Banjar Wijaya Tangerang dalam membangun <i>brand awareness</i> di Instagram selama masa pandemi covid-19 tahun 2020-2021.....	53
4.3 Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
5.2.1 Saran Akademis	60
5.2.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo Street Boba.....	42
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Cabang Banjar Wijaya Tangerang	43
Gambar 4.3	Poster Grand Opening Street Boba Cabang Banjar Wijaya Tangerang	47
Gambar 4.4	Denah Lokasi Street Boba cabang Banjar Wijaya Tangerang	48
Gambar 4.5	Kedai Street Boba cabang Banjar Wijaya Tangerang	48
Gambar 4.6	Kolaborasi Street Boba Bersama Shani Amelia Meluncurkan Produk Baru	49
Gambar 4.7	Testimoni Produk Street Boba Oleh Influencer	49
Gambar 4.8	Media Sosial Instagram Street Boba	51
Gambar 4.9	Quiz, Tips, Live Grand Opening di Instagram Street Boba	51
Gambar 4.10	Promo Diskon, Promo <i>Buy One Get one, Buy Two Get One,</i> <i>Cashback, Bundling</i> Street Boba di Instagram Street Boba.....	52
Gambar 4.11	Konten Street Boba Berbagi Kepada Team Medis Pada Saat Pandemi Covid-19.....	52
Gambar 4.12	Jumlah Likes, Comment, Views dan Followers Pada Instagram Street Boba	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1 Key Informan dalam penelitian.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara Narasumber
- Lampiran 2 Surat Permohonan Wawancara Street Boba Cabang Banjar Wijaya
Tangerang
- Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 Curriculum Vitae