



**PENERAPAN PROMOSI *DIGITAL* MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax
Periode Januari-Maret 2022

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Muhammad Adam Baihaqi
44317120043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Adam Baihaqi
NIM : 44317120043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Promosi Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022)

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, 6 September 2022



Muhammad Adam Baihaqi

MERCUBUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

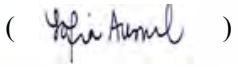
Nama : Muhammad Adam Baihaqi
NIM : 44317120043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Promosi Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi/Bidang Studi Ilmu Komunikasi/Advert & Marcomm, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Mohammad Taufiq Hidayat, M.I.Kom ()
NIDN : 8834360018

Ketua Pengaji : Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom ()
NIDN : 0302066903

Pengaji Ahli : Sofia Aunul, M.Si ()
NIDN : 0314097601

Menyetujui Ketua Bidang Studi Advert & Marcomm

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Jakarta, 6 September 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Adam Baihaqi
NIM : 44317120043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Promosi Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022)

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 September 2022

Yang menyatakan,



(Muhammad Adam Baihaqi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Penerapan Promosi *Digital* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* (Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022)”.

Dalam laporan tugas ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Permasaran, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. M. Taufiq Hidayat, M.IKom. selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Permasaran Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Sandy Permata, S.Sos,M.Ikom, Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku dosen mata kuliah Riset dan Tugas Akhir, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

5. Seluruh Dosen Fakultasi Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Permasaran Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Informan yang telah bersedia memberikan waktunya sehingga mendapatkan informasi yang valid dari lapangan untuk menyusun penelitian tugas akhir.
7. Segenap staf pegawai Fakultasi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
8. Orangtua saya, Ibu dan Bapak serta saudara kandung saya, Kakak, Abang dan Adik saya atas semua kesabaran, dukungan semangat dan lantunan doa serta kasih sayang yang senantiasa tercurah, sehingga penyusunan tugas akhir dapat diselesaikan.
9. Seluruh teman-teman seangkatan yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.
10. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya, Semoga Tuhan Yang Maha Esa, membala segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 13 Juli 2022



Muhammad Adam Baihaqi

ABSTRAK

Nama : Muhammad Adam Baihaqi
NIM : 44317120043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Promosi Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pengelolaan Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022)
Pembimbing : Mochammad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

Salah satu kunci sukses bagi seluruh bisnis dengan mengenal pelanggannya lebih dekat. Media sosial membuat proses pengenalan ini menjadi lebih mudah dibandingkan dengan sebelumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan, dan menjelaskan Penerapan Promosi *Digital* melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Akun Instagram @indodax Periode Januari-Maret 2022.

Dengan menggunakan konsep *digital marketing*, sosial media *marketing* dan promosi *digital* sebagai kajian teoritis, aspek utama yang diamati dalam penelitian ini antara lain konten promosi di media sosial instagram serta pemanfaatan *adwords* yang digunakan Indodax sebagai penunjang promosinya.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini merupakan paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian hasil penelitian disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Promosi *digital* yang digunakan oleh PT. Indodax Nasional Indonesia, khususnya pada media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur Instagram *Ads*, *adwords* dan SEO yang digunakan Indodax sebagai penunjang promosinya dapat dikatakan efektif dan tepat sasaran.

Kata kunci: Promosi Digital, Instagram, Bitcoin

ABSTRACT

Name	:	Muhammad Adam Baihaqi
NIM	:	44317120043
Study Program	:	Communication Sciences
Title Thesis Report	:	Application of Digital Promotion Using Social Media Instagram in Building Brand Awareness (Case Study of Instagram Account Management @indodax Period January-March 2022).
Counsellor	:	Mochammad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

One of the keys to success for all businesses is getting to know their customers better. Social media makes this recognition process easier than ever before. The purpose is to identify, describe, and explain the application of digital promotion using social media instagram in building brand awareness of instagram account management @indodax period January-March 2022.

By using the concepts of digital marketing, social media marketing and digital promotion as theoretical studies, the main aspects observed in this study include promotional content on Instagram social media and the use of Adwords used by Indodax to support company promotions.

The paradigm used in this study is a constructivist paradigm, with a qualitative approach. The research method used in this research is the case study method. Data collection techniques using the method of observation, interviews and documentation. Then the research results are presented in the form of descriptive writing.

The results showed that the application of digital marketing used by PT. Indodax Nasional Indonesia, especially on Instagram social media by utilizing the Instagram Ads, Adwords and SEO features that are used by Indodax to support its promotions can be said to be effective and on target.

Keywords: *Digital Promotion, Instagram, Bitcoin*

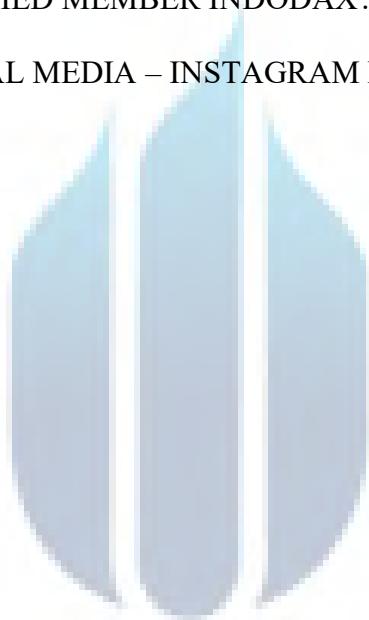
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penlitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.3 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	23
2.2.3 Promosi Digital	24
2.2.4 Tahapan Komunikasi Pemasaran Digital	27
2.2.5 Media Komunikasi Pemasaran Digital	29
2.2.6 Social Media Marketing	30
2.2.7 Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital	32
2.2.8 Pengelolaan Instagram	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36

3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subyek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Hasil Wawancara	49
4.2.1.1 <i>Reach</i>	49
4.2.1.2 <i>Content</i>	56
4.2.1.3 <i>Conversion</i>	59
4.2.1.4 <i>Measure</i>	63
4.2.1.5 <i>Review</i>	66
4.3 Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	86
LAMPIRAN: CV	86
LAMPIRAN: Surat Persetujuan Penelitian.....	87
LAMPIRAN: Surat Permohonan Penelitian	88
LAMPIRAN: Dokumentasi Observasi / Wawancara	89
LAMPIRAN: Daftar Pertanyaan Wawancara.....	90
LAMPIRAN: Hasil Wawancara	92

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 INSTAGRAM INDODAX.....	5
GAMBAR 1. 2 MEDIA SOSIAL DENGAN JUMLAH PENGGUNA AKTIF TERBANYAK DI DUNIA	9
GAMBAR 4. 1 VERIFIED MEMBER INDODAX.....	76
GAMBAR 4. 2 SOCIAL MEDIA – INSTAGRAM REPORT IN APRIL 2022..	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU	16
TABEL 3. 1 SUBYEK PENELITIAN	38
TABLE 4. 1 TIM DIGITAL MARKETING	71
TABLE 4. 2 TABEL TEMUAN	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA