



**IMPLEMENTASI *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK  
BUKU TERBITAN PT BALAI PUSTAKA (PERSERO) DI  
MASA PANDEMI COVID-19**

**LAPORAN SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Disusun oleh:

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**ALIFA INDRINA RIZKA AMALIA**

**44319110034**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN  
DAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alifa Indrina Rizka Amalia  
NIM : 44319110034  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Judul : Implementasi *Content Marketing* Instagram Dalam  
Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Buku Terbitan PT  
Balai Pustaka (Persero) di Masa Pandemi COVID-19



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2022

Mengetahui,

**Pembimbing**

**(Andri Budiwidodo, M.Ikom)**




Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

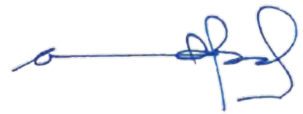
Nama : Alifa Indrina Rizka Amalia  
NIM : 44319110034  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Judul : Implementasi *Content Marketing* Instagram Dalam  
Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Buku Terbitan PT  
Balai Pustaka (Persero) di Masa Pandemi COVID-19

Jakarta, 27 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Ketua Sidang** : Dr. Ira Perwitasari, M.Ikom (  )

**Penguji Ahli** : Muthia Rahayu, M.Ikom (  )

**Pembimbing** : Andri Budiwidodo, M.Ikom (  )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Implementasi *Content Marketing* Instagram Dalam  
Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Buku Terbitan PT  
Balai Pustaka (Persero) di Masa Pandemi COVID-19  
Nama : Alifa Indrina Rizka Amalia  
NIM : 44319110034  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 27 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi**

**(Andri Budiwidodo, M.Ikom)**

**(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)**

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

**(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)**

**(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alifa Indrina Rizka Amalia  
NIM : 44319110034  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Implementasi Content Marketing Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Buku Terbitan PT Balai Pustaka (Persero) di Masa Pandemi COVID-19** 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 beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan *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, 27 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

(Alifa Indrina Rizka Amalia)

Mengetahui,

**Pembimbing**

(Andri Budiwidodo, M.Ikom)

**Ketua Bidang Studi**

( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	14
1.3 Tujuan .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital .....	22
2.2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	23
2.2.4 <i>Content Marketing</i> .....	25
2.2.5 New Media .....	29
2.2.6 <i>Social Media Marketing</i> .....	30
2.2.7 Instagram .....	31
2.2.8 <i>Brand Awareness</i> .....	32
2.2.9 Pandemi COVID-19 .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Subyek Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Primer .....	38
3.4.2 Sekunder .....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 Visi dan Misi .....	44
4.1.2 Tata Nilai Perusahaan.....	45
4.1.3 Budaya Perusahaan.....	47
4.1.4 Struktur Organisasi.....	48
4.2 Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Tujuan.....	51
4.2.2 Target Audiens .....	51
4.2.3 Ide dan Perencanaan Konten.....	53
4.2.4 Pembuatan Konten .....	58
4.2.5 Distribusi Konten .....	78

4.2.6 Amplifikasi Konten .....	81
4.2.7 Evaluasi <i>Content Marketing</i> .....	82
4.2.8 Peningkatan <i>Content Marketing</i> .....	86
4.3 Pembahasan .....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Saran Akademis .....	97
5.2.2 Saran Praktis .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>104</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Digital Marketing Trends 2019</i> .....	4
Gambar 2. Akun Resmi Instagram Gramedia.....	6
Gambar 3. <i>Favourite social media platforms in 2022</i> .....	8
Gambar 4. Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2022.....	9
Gambar 5. Konten Instagram Sebelum Pandemi COVID-19.....	10
Gambar 6. Konten Instagram di Masa Pandemi COVID-19 .....	11
Gambar 7. <i>Six categories of e-communications tools or media channels</i> .....	23
Gambar 8. <i>Step-by-Step Content Marketing</i> .....	25
Gambar 9. <i>The Content Marketing Matrix</i> .....	27
Gambar 10. Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	32
Gambar 11. Tata Nilai Perusahaan .....	46
Gambar 12. Budaya Perusahaan .....	48
Gambar 13. Struktur Organisasi Perusahaan .....	49
Gambar 15. <i>Insights Overview</i> .....	52
Gambar 14. Contoh Design Konten.....	56
Gambar 16. Konten Sinopsis Sebelum Pandemi .....	58
Gambar 17. Instagram Balai Pustaka Sebelum Pandemi.....	59
Gambar 18. Konten <i>Credible</i> Instagram Balai Pustaka.....	61
Gambar 19. Konten <i>Credible</i> Instagram Balai Pustaka.....	62
Gambar 20. Konten <i>Shareable</i> Instagram Balai Pustaka.....	63
Gambar 21. Konten <i>Shareable</i> Instagram Balai Pustaka.....	63
Gambar 22. Konten <i>Useful</i> Instagram Balai Pustaka.....	65
Gambar 23. Konten <i>Fun</i> Instagram Balai Pustaka.....	66
Gambar 24. Konten <i>Interesting</i> Instagram Balai Pustaka.....	67
Gambar 25. Konten Videografi di Instagram Balai Pustaka.....	68
Gambar 26. Konten <i>Quotes</i> di Instagram Balai Pustaka.....	69
Gambar 27. Konten <i>Relevant</i> di Instagram Balai Pustaka.....	70
Gambar 28. Konten <i>Relevant</i> di Instagram Balai Pustaka.....	71
Gambar 29. Konten <i>Trend</i> Tilik Instagram Balai Pustaka.....	72
Gambar 30. Konten <i>Trend</i> Instagram Balai Pustaka .....	73
Gambar 31. Konten <i>Meme</i> Instagram Balai Pustaka .....	74
Gambar 32. Konten <i>On Brand</i> Instagram Balai Pustaka .....	75



Gambar 33. Konten <i>On Brand</i> Instagram Balai Pustaka .....	76
Gambar 34. Konten Pantun Instagram Balai Pustaka .....	77
Gambar 35. <i>Schedule</i> Publikasi Instagram .....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 2. Informasi Umum Balai Pustaka.....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian .....	104
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara .....	105
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	107
Lampiran 4. <i>Curriculum Vitae</i> .....	138

