



# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONMEAT.ID DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Studi Deskriptif Pengelolaan Instagram Onmeat.id Periode Mei 2020

## **TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1(S1) Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh :

**AI WULAN SARI**

44316110055

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



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONMEAT.ID  
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS Studi  
Deskriptif Pengelolaan Instagram Onmeat.id Periode Mei 2020

Nama : Ai Wulan Sari

NIM : 44316110055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 3 September 2022

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
  
MERCU BUANA  
Pembimbing

(Mochamad Taufiq Hidayat, S.Sos M.IKom. )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONMEAT.ID  
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS Studi  
Deskriptif Pengelolaan Instagram Onmeat.id Periode Mei 2020

Nama : Ai Wulan Sari

NIM : 44316110055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 3 September 2022

Ketua Sidang,

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

(.....)

Penguji Ahli,

**Siti Muslichatul Mahmudah, M.IKom.**

(.....)

Pembimbing,

**Mochamad Taufiq Hidayat, M. IKom.**

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONMEAT.ID  
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS Studi  
Deskriptif Pengelolaan Instagram Onmeat.id Periode Mei 2020

Nama : Ai Wulan Sari

NIM : 44316110055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 4 Maret 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi Advertising &  
Marketing Communications

(M. Taufiq Hidayat, M.IKom.)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliaty, MSi.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ai Wulan Sari  
NIM : 44316110055  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONMEAT.ID DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS Studi Deskriptif Pengelolaan Instagram Onmeat.id Periode Mei 2020** 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, 4 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,



METERAI TEMPEL  
779AF40X313483323  
(44316110055)  
Ai Wulan Sari

Mengetahui

Pembimbing,



(M. Taufiq Hidayat, M.IKom.)

Ketua Bidang Studi Advertising &  
Marketing Communications



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Onmeat.id Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Periode Mei 2020)”. Skripsi ini di buat untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan studi Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Program studi *Marketing Communication & Advertising*.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan baik berupa materil maupun spirituil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak M. Taufik Hidayat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai pada tepat waktu.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku ketua prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA, selaku ketua bidang studi Marketing Communication & Advertising.
5. Seluruh dosen dan staff Prodi Marketing Communication & Advertising yang telah membantu peneliti selama masa kuliah.

6. Pemilik Onmeat.id atas bantuan dan sarannya selama proses implementasi Skripsi ini.
7. Serta untuk seluruh pihak yang turut membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih penulis.

Demikian perbaikan strategi promosi ini dibuat dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dengan senang hati.

Jakarta, Juli 2022

Ai Wulan Sari



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.4.3 Manfaat Sosial.....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoritis .....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.1.1 Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	13
2.2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	14
2.2.1.4 Karakteristik Komunikasi Pemasaran .....	



2.2.2 Media Sosial .....	16
2.2.2.1 Instagram .....	18
2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	20
2.3.1 Mencapai <i>Brand Awareness</i> .....	21
2.3.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	24

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma.....	
3.2 Penelitian.....	23
3.3 Metode Penelitian .....	24
3.4 Subyek Penelitian .....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.5.1 Data Primer.....	25
3.5.2 Data Sekunder.....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	28
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan.....	31

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek penelitian.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	48
4.2.2 Proses Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram.....	54
4.2.3 Hasil Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram.....	55
4.2.4 Analisis SWOT .....	64
4.2.5 Hasil Analisis Strategi Bisnis Onmeat.id .....	68
4.2.6 Sasaran dan Strategi Usaha .....	69
4.2.7 Segmentation, Targeting, Positioning (STP).....	71
4.3 Pembahasan.....	72

### BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran .....	76
5.2.1 Saran Akademis .....	76
5.2.2 Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.1 Matriks Alasan Penggunaan Strategi Komunikasi pemasaran melalui Instagram untuk meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	52
Tabel 4.2 Kekuatan ( <i>Strength</i> ) Onmeat.id .....	64
Tabel 4.3 Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) Onmeat.id .....	65
Tabel 4.4 Peluang ( <i>Opportunity</i> ) Onmeat.id.....	66
Tabel 4.5 Ancaman ( <i>Threat</i> ) Onmeat.id .....	66
Tabel 4.6 <i>Internal Strategic Factors Summary</i> .....	67
Tabel 4.7 <i>External Strategic Factors Summary</i> .....	68
Tabel 4.8 Strategi Usaha Onmeat.id .....	69
Tabel 4.9 STP pada persepi Onmeat.id dan Pelanggan Onmeat.id .....	71

