



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

UNIVERSITAS
Disusun oleh :
MERCU BUANA
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
Mochamad Taufiq Hidayat
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

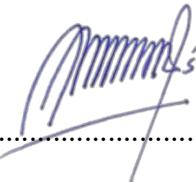
Ketua Sidang,

Eka Perwitasari Faizi, 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

MERCU BUANA

(M. Taufiq Hidayat, M.IKom.)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, MSi.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

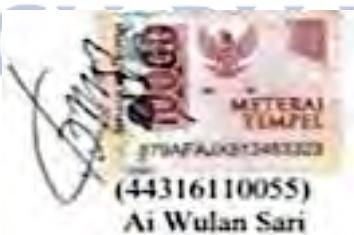
Nama : Ai Wulan Sari
NIM : 44316110055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

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

UNIVERSITAS
Yang membuat pernyataan,

MERCU BUANA


Mengetahui

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Communications



(M. Taufiq Hidayat, M.IKom.)



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat 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 dibuat 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 spirituial 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 bimbingan dasarannya 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 jauhdari sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dengan senanghati.

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 persepsi Onmeat.id dan Pelanggan Onmeat.id	71

