



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Yulfina Pancha Istiana

44218210006

Judul : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran  
Dalam Membangun *Brand Awareness* Toko Online Prelothes

Jumlah Halaman : 5 BAB 119 Halaman + Lampiran + 6 Buku + 18 Jurnal + 1 Internet

### **ABSTRAK**

Bisnis dagang berbasis digital ini bahkan diproyeksi tumbuh 33,2 persen dari 2020. Banyak toko online yang menjual barang thrift di Instagram. Maka dari itu dalam membangun *brand awareness* sangatlah penting dalam keberlangsungan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun *brand awareness*. Selain itu dapat juga mengetahui kelebihan, kekurangan, dan strategi efektif yang dapat dilakukan disaat menggunakan media sosial Instagram.

Teori *uses and gratification* dikembangkan oleh Kazt dan Gurevic yang bahwa khalayak aktif dalam memenuhi kebutuhannya dan dorongannya. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak aktif dalam proses komunikasi yang sudah berusaha mencari sumber media yang baik di dalam memenuhi kebutuhannya. Penggunaan teori ini untuk mendukung peneliti mampu menggali data penelitian secara menyeluruh hasil penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dirancang melalui teknik pengumpulan data berupa data primer yaitu obeservasi, wawancara semi struktur dan data sekunder yaitu dokumentasi dari tinjauan internet khususnya pada aktivitas Instagram Prelothes.

Berdasarkan hasil temuan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah Prelothes memanfaatkan *Professional Dashboard* Instagram yaitu fitur Instagram Ads, Instagram Feeds, Instagram Stories, dan Instagram Reels. Kelebihan Instagram adalah menyediakan fitur bisnis yang mudah digunakan dan juga jangkauan target pasar yang luas. Kekurangan Instagram adalah ketentuan atas fitur yang ada yang tidak terlalu menjelaskan secara rinci yang akan menjadikan hambatan bagi pengguna.

**Kata Kunci : Instagram, Media Baru, Media Komunikasi, *Brand Awareness***



*Mercu Buana University*

*Faculty of Communication*

*Studies Public Relations*

*Yulfina Pancha Istiana*

*44218210006*

*Title : Utilization of Instagram as a Marketing Communication Media in Building Brand Awareness Prelothes Online Store*

*Number of pages : 5 Chapters 119 Pages + Attachment + 6 Books + 18 Jurnal + 1 Internet*

### **ABSTRAK**

*This digital-based trading business is even projected to grow 33.2 percent from 2020. Many online stores sell thrift goods on Instagram. Therefore, building brand awareness is very important in business continuity. This study aims to find out how to use Instagram social media in building brand awareness. Besides that, you can also find out the advantages, disadvantages, and effective strategies that can be done when using Instagram social media.*

*The uses and gratification was developed by Katz and Gurevic which states that the audience is active in fulfilling their needs and impulses. In other words, media users are active parties in the communication process who have tried to find good media sources to meet their needs. The use of this theory to support researchers to be able to explore research data as a whole.*

*The results of this study use descriptive qualitative methods designed through data collection techniques in the form of primary data, namely observation, semi-structured interviews and secondary data, namely documentation from internet reviews, especially on Instagram Prelothes activities.*

*Based on the findings obtained in this study, Prelothes utilizes Professional Dashboard, namely the Instagram Ads, Instagram Feeds, Instagram Stories, and Instagram Reels features. The advantage of Instagram is that it provides easy-to-use business features and also a broad target market reach. The drawback of Instagram is the provision of existing features that are not very detailed which will create obstacles for users.*

***Keywords : Instagram, New Media, Communication Media, Brand Awareness***