



**PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL INTRAGRAM
TERHADAP BRAND AWARENESS GORDI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

OLEH :

DWIKI FACHRIANDI

55218120002

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Marketing and Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Iklan Melalui Instagram Terhadap Brand
Awareness Gordi

Jakarta, 21 Maret 2022

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Iklan Melalui Instagram Terhadap Brand
Awareness Gordi
Nama : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Jenjang Pendidikan : S2
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing And Corporate Communication
Tanggal : 21 Maret 2022

Jakarta, 21 Maret 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM, M.Si) (.....)
2. Penguji Ahli :
(Achmad Jamil, Dr. M.Si) (.....)
3. Pembimbing :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si) (.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Iklan Melalui Instagram Terhadap Brand
Awareness Gordi
Nama : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Jenjang Pendidikan : S2
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing And Corporate Communication
Tanggal : 21 Maret 2022

Jakarta, 21 Maret 2022

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Achmad Jamil, Dr. M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

(.....)
(.....)
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Marketing And Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Iklan Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Gordi

Jakarta, (21 Maret 2022)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Ely Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebesar besarnya bahwa semua pernyataan didalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Iklan Melalui Media Social Instagram Terhadap Brand Awareness Gordi**
Nama : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 05 Januari 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 05 Febuari 2022



(Dwiki Fachriandi)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dwiki Fachriandi
NIM : 55218120002
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “PENGARUH IKIAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS GORDI”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Maret 2022 , didapatkan nilai persentase sebesar 30%

Jakarta, 30 Maret 2022
Administrator Turnitin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Sukadi, SE., MM

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, petunjuk dan kemudahan kepada peneliti, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Social Instagram Terhadap Brand Awareness Gordi”** dapat terselesaikan. Penyusunan thesis ini merupakan salah satu persyaratan akademik pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk memperoleh derajat gelar Magister Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan Thesis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino, Ms Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si. Selaku Wakil Dekan dan juga Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukkan untuk membimbing serta memberi saran dalam penyelesaian Thesis ini.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Para dosen dan seluruh staf pengajar program studi Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberika bekal ilmu yang bermanfaat

6. Kedua orang Umar Said S.Pd, M.Si dan Riza Sri Hartati tercinta yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, dukungan, bimbingan, dan do'a yang tulus dalam setiap langkahku.
7. Saudara saya tercinta Aldi Ichsan Pratama dan Fariz Tri Ananda, yang selalu mengingatkan saya untuk mengerjakan tugas sesegera mungkin.
8. Teman-teman yang selalu *mensupport* dan ikut bergadang demi membantu tugas akhir ini Cindy dan Noveny, serta teman-teman bimbingan thesis 2022, aku benar-benar menghargai apa yang telah mereka lakukan untuk ku
9. Serta teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terutama yang tetap bersemangat dalam kebersamaan dan berjuang untuk mencapai kesuksesan.

Peneliti menyadari bahwa isi Thesis ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Thesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan yang berkepentingan terhadap Thesis ini. Dan semoga Allah SWT juga senantiasa mencurahkan rahmat-Nya kepada kita semua, Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Tangerang, 05 Febuari 2022

Dwiki Fachriandi
55218120002

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
PERNYATAAN SIMILIARITY	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Masalah	7
1.4. Mantafaaf Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Media Sosial	12
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	12
2.2.3. Iklan Online	26

2.2.4. Iklan Instagram.....	27
2.2.5. Instagram.....	34
2.2.6. <i>Brand Awereness</i>	37
2.3. Kerangka Pemikiran.....	40
2.4. Hipotesis.....	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian.....	42
3.2. Pendekatan Penelitian.....	42
3.3. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	43
3.4. Definisi Oprasional.....	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6. Teknik Analisi Data.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Penelitian.....	67
4.2. Hasil Penelitian.....	69
4.3. Hasil Pembahasan.....	139

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	145
5.2. Saran.....	146

DAFTAR PUSTAKA.....	148
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	150
-------------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

1.1. Gambar profil instgram	6
1.2. Gambar Post Instagram Gordi.....	6
2.1. Gambar Model Komunikasi Pemasaran Sutisna.....	16
2.2. Gambar Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	17
2.3. Gambar kerangka pemikiran	40

