



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ANGKRINGAN SEDULUR
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI MASA PANDEMI
COVID-19 PADA TAHUN 2021**

Tugas Akhir Skripsi

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Vivi Lestari Bachtar

44318110048

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vivi Lestari Bachtar
NIM : 44318110048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2021 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, 31 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,


A04DCAKX011716964
(Vivi Lestari Bachtar)

Mengetahui,

Pembimbing

(Sugihantoro, M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Komunikasi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Vivi Lestari Bachtar
NIM : 44318110048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2021

Jakarta, 31 Agustus 2022

Mengetahui,
Pembimbing



(Sugihantoro, M.I.Kom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Vivi Lestari Bachtar
NIM : 44318110048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2021

Jakarta, 31 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom ()

Penguji Ahli : Andri Budiwidodo, M.Ikom ()

Pembimbing : Sugihantoro, M.I.Kom ()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2021

Nama : Vivi Lestari Bachtar

NIM : 44318110048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 31 Agustus 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication




(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing



(Sugihantoro, M.I.Kom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT, yang telah banyak melimpahkan anugerah dan kasih sayang-Nya, serta rahmat yang tak terhingga nilainya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul: “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Masa Covid-19 Pada Tahun 2021” adalah salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata satu (S-1) pada fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta tahun 2021. Tidak lupa peneliti turut mengucapkan banyak terima kasih kepada Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, Bapak Sugihantoro, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing, dan yang paling utama peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua yang senantiasa memberikan semangat kepada diri saya untuk terus optimis dalam menuntut ilmu.

Sebagaimana dengan judul di atas, maka peneliti mengulas, menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Angkringan Sedulur, yang berlokasi di Kalideres, Jakarta Barat. Disamping itu, peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari segi berpikir, penelitian atau bahkan sajian data-data yang ada di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran pembangun dari pembaca, agar skripsi ini dapat lebih baik dan sempurna.

Maka, akhir kata peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang telah banyak membantu proses penyusunan skripsi ini, dan dengan kerendahan hati, semoga skripsi ini dapat menjadi sarana informasi dan ilmu pengetahuan bagi pembaca, dan khususnya pada Ilmu Komunikasi UMB.

Jakarta, November 2021

Peneliti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication
Vivi Lestari Bachtar
44318110048

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Masa Pandemi Covid-19
Pada Tahun 2021
Jumlah Halaman : 5 Bab+93 Halaman

ABSTRAK

Media sosial yang semakin berkembang memiliki peran yang sangat penting khususnya bagi para pengusaha. Saat ini banyak para pengusaha yang menggunakan Instagram sebagai media dalam pemasaran. Salah satunya yaitu Angkringan Sedulur yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memasarkan produknya sekaligus membangun serta meningkatkan *brand awareness* untuk mendapatkan respon yang baik dari konsumen. Berdasarkan fenomena sosial media dan menanggapi pandemi Covid-19, membuat Angkringan Sedulur harus menyusun strategi *digital marketing* melalui Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Instagram Angkringan Sedulur dalam meningkatkan *brand awareness* di masa pandemi Covid-19 pada taun 2021.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep komunikasi pemasaran, strategi pemasaran, sosial media, sosial media marketing, serta fitur-fitur Instagram. Dengan menggunakan komunikasi pemasaran di Instagram dan memanfaatkan fitur-fitur Instagram dapat memperluas jangkauan yang dituju Angkringan Sedulur.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Data primer dalam penelitian didapatkan melalui wawancara dengan pihak internal dan eksternal dari Angkringan Sedulur. Sedangkan untuk data sekunder melalui observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angkringan Sedulur melakukan strategi yang baik dalam penggunaan Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*. Angkringan Sedulur menggunakan fitur-fitur Instagram dengan baik namun masih belum konsisten. Selain itu, promosi yang memanfaatkan *content marketing* sudah berhasil serta meningkatkan *brand awareness* Angkringan Sedulur.

Kata kunci: Media Sosial, Pemanfaatan Instagram, *Brand Awareness*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication
Vivi Lestari Bachtar
44318110048

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Masa Pandemi Covid-19
Pada Tahun 2021
Jumlah Halaman : 5 Bab+93 Halaman

ABSTRACT

The growing social media has a very important role, especially for entrepreneurs. Currently, many entrepreneurs use Instagram as a medium for marketing. One of them is Angkringan Sedulur, which utilizes Instagram social media to market its products while building and increasing brand awareness to get a good response from consumers. Based on the social media phenomenon and responding to the Covid-19 pandemic, Angkringan Sedulur had to develop a digital marketing strategy through Instagram to increase brand awareness. The purpose of this study was to find out how the use of social media Instagram Angkringan Sedulur in increasing brand awareness during the Covid-19 pandemic in 2021.

In this study, researchers used the concepts of marketing communication, marketing strategy, social media, social media marketing, and Instagram features. By using marketing communications on Instagram and taking advantage of Instagram's features, you can expand the reach of Angkringan Sedulur.

This research is descriptive qualitative with a case study approach and constructivist paradigm. Primary data in the study were obtained through interviews with internal and external parties from Angkringan Sedulur. As for secondary data through observation and documentation.

The results showed that Angkringan Sedulur did a good strategy in using Instagram to increase brand awareness. Angkringan Sedulur uses Instagram's features well but still not consistent. In addition, promotions that utilize content marketing have been successful and have increased brand awareness of Angkringan Sedulur.

Keywords: Social Media, The use of Instagram, Brand Awareness

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Literatur	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	25
2.2.3 Social Media	25
2.2.4 Social Media Marketing	27
2.2.5 Instagram	28
2.2.5.1 Pengertian Instagram	28
2.2.5.2 Fitur-Fitur Instagram	29
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subjek Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	40

3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Triangulasi Data	42



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Angkringan Sedulur.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Angkringan Sedulur.....	45
4.1.3 Logo Angkringan Sedulur.....	45
4.1.4 Akun Instagram Angkringan Sedulur.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Imbas Pandemi Covid-19 Terhadap Angkringan Sedulur.....	47
4.2.2 Analisis Strategi Media Sosial Instagram Angkringan Sedulur.....	49
4.3 Pembahasan.....	50
4.3.1. Penerapan Strategi Sosial Media Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness.....	50
4.3.2 Penyajian Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Angkringan Sedulur di Masa Pandemi Covid-19.....	53
4.3.3 Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Angkringan Sedulur di Masa Pandemi Covid-19.....	62
4.3.4 Kendala Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Angkringan Sedulur di Masa Pandemi Covid-19.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Akademis.....	69
5.2.2 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
Lampiran.....	75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>Social Media</i> di Indonesia Tahun 2021	3
Gambar 1.2 Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2021	3
Gambar 1.3 Pengunjung Instagram Angkringan Sedulur Tahun 2020	5
Gambar 2.1 Tahapan <i>Brand Awareness</i>	33
Gambar 4.1 Suasana di Angkringan Sedulur	43
Gambar 4.2 Unggahan kerjasama bisnis angkringan	44
Gambar 4.3 Cabang Angkringan Sedulur	44
Gambar 4.4 Logo Angkringan Sedulur	45
Gambar 4.5 Tampilan Instagram Angkringan Sedulur	46
Gambar 4.6 Unggahan konten viral	54
Gambar 4.7 Unggahan konten informatif	54
Gambar 4.8 Unggahan layanan pemesanan <i>online</i>	55
Gambar 4.9 Unggahan konten <i>achievement</i>	55
Gambar 4.10 Unggahan konten bersifat komedi beserta komentarnya	56
Gambar 4.11 Unggahan konten perayaan hari besar	57
Gambar 4.12 Unggahan konten <i>eat for caring</i>	58
Gambar 4.13 Unggahan kuis hadiah	58
Gambar 4.14 Promo PSK	59
Gambar 4.15 Kutipan kalimat mutiara	59
Gambar 4.16 Konten #Blusukan	60
Gambar 4.17 <i>Link</i> di bio Instagram	61
Gambar 4.18 Sorotan cerita Instagram	61
Gambar 4.19 Pengunjung Instagram Angkringan Sedulur Tahun 2020	63
Gambar 4.20 Pengunjung Instagram Angkringan Sedulur Tahun 2021	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
-------------------------------------	----

