



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS AKUN INSTAGRAM @JAKONEMOBILE**

SKRIPSI

UNIVERSITAS
NAUFAL AMRIJAWAS

44518010046

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS AKUN INSTAGRAM

@JAKONEMOBILE

SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

NAUFAL AMRI JAWAS

44518010046

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2023

KATA PENGANTAR

Kesejahteraan dengan cahaya kebenaran dan ilmu pengetahuan serta kemampuan berpikir, berkeaktivitas dan beraktivitas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Social media marketing dalam membangun brand awareness akun instagram @jakonemobile” Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam penulisan skripsi ini, Penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat berprestasi. Oleh karena itu, mengucapkan secara khusus terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang terhormat, telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya untuk membimbing saya dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.

Penyusunan guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menyelesaikan studi Jenjang Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi, Jurusan Digital Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Universitas Mercu Buana. Sehingga penulis dapat mempersembahkan karya penelitian ini. Oleh karena itu penulis menerima dengan terbuka dan senang hati apabila ada kritik dan saran yang membangun yang bertujuan pada kebaikan yang lebih baik dan berguna bagi semuanya. Untuk itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom sebagai Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai Ketua Program Studi Digital Communication
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.ikom sebagai Sekretaris Program Studi Digital Communication dan Dosen mata kuliah tugas Akhir Skripsi
4. Bapak Ahmad Mulyana, Dr, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
6. Ibu Yuni Tresnawati, S.sos, M.Ikom, sebagai Kepala Biro Kemahasiswaan dan Dosen Pembimbing Akademik

7. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Program Studi yang membimbing, mengarahkan, serta mengawasi dalam tugas akhir skripsi.

Mengapresiasi bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk skripsi ini. Oleh sebab itu, koreksi, kritik, dan saran yang membangun akan penulis harapkan,

Akhir kata mengucapkan terimakasih kepada semua pihak bersangkutan yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Naufal Amri Jawas

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	IV
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	VI
HALAMAN PENGESAHAN	VII
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR AKADEMIK.....	VIII
ABSTRAK.....	IX
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	15
1.3. FOKUS PENELITIAN	15
1.4. TUJUAN PENELITIAN.....	15
1.5. MANFAAT PENELITIAN.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. PENELITIAN TERDAHULU.....	16
2.2. KAJIAN TEORITIS	30
2.2.1. SOCIAL MEDIA.....	30
2.2.2. STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING.....	37
2.2.3. BRAND AWARENESS	44
2.2.4. INSTAGRAM.....	50
2.2.5. JAKONE MOBILE.....	55
2.2.6. INSTAGRAM JAKONEMOBILE.....	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	67
3.1. PARADIGMA PENELITIAN	67
3.2. METODE PENELITIAN.....	68
3.3. SUBYEK PENELITIAN	69
3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	70
3.4.1. DATA PRIMER.....	72
3.4.2. DATA SUKENDER	73
3.5. TEKNIK ANALISIS DATA	74

3.6. KEABSAHAN DATA KUALITATIF	76
BAB IV.....	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	78
4.1.1. SEJARAH PERUSAHAAN	78
4.1.2. VISI.....	79
4.1.3. MISI	80
4.1.4. BIDANG USAHA	80
4.1.5. LOGO PERUSAHAAN.....	81
4.1.6. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN	81
4.2. HASIL PENELITIAN	82
4.2.1. HASIL WAWANCARA	84
4.2.2. STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM.....	97
4.2.3. STATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING	99
4.2.4. HASIL OBSERVASI DATA	101
4.3. PEMBAHASAN	104
4.3.1. Konsep membangun brand awareness akun Instagram @jakonemobile social media specialist	105
BAB V.....	112
KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1. KESIMPULAN	112
5.2. SARAN	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	130
TRANSKRIP WAWANCARA	131
LAMPIRAN Dokumentasi	136

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Naufal Amri Jawas
NIM : 44518010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi social media marketing dalam marketing dalam membangun brand awareness akun Instagram @jakonemobile

Menyatakan bahwa laporan skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila ternyata didalam laporan skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2023



Naufal Amri Jawas

44518010046

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi Disertasi ini diajukan oleh :

Nama : Naufal Amri Jawas
NIM : 44518010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Social media marketing dalam membangun membangun brand awareness akun Instagram @jakonemobile

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

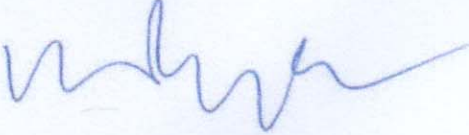
Pembimbing 1 : Muthia Rahayu, M.Ikom (Muthia Rahayu)
NIDN : 0322029302
Ketua Penguji : Farid Hamid Umarella A (Farid Hamid)
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, MA (Andi Pajolloi Bate)
NIDN : 0303069401

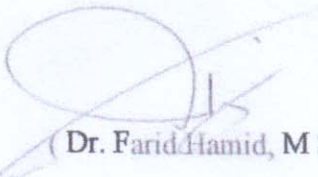
Jakarta, 18 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Laporan Skripsi ini di ajukan oleh :

Nama : Naufal Amri Jawas
NIM : 44518010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi media sosial marketing dalam membangun brand awareness akun Instagram @jakonemobile

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan dengan memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak bebas royalti **Non-Eksklusif Non-eksklutif (Non-exklusif Royalti- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada.

Dengan Hak bebas Royalti- Free Right ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, merawat, merapikan, mengalihkan media/format (*database*), mengelola dalam bentuk pangkalan data saya dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik hak pencipta.

Demikian pernyataan dengan sebenarnya penyampaian.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Naufal Amri Jawas

ABSTRAK

Naufal Amri Jawas

44518010046

Program Studi Ilmu Komunikasi

Bibliografi : 6 Jurnal, 5 BAB, 1 Buku, 2 Informan, 110 Daftar putaka, 9 Lampiran

Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan. Fokus pada strategi kesadaran merek dengan cara penawaran memenuhi kebutuhan. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur suatu brand awareness mampu disesuaikan dari studi yang dilakukan.

Hal yang diteliti proses kesadaran merk pada platform akun Instagram dengan strategi yang mengelola dari pernyataan serta percetakan social media marketing diantara pengguna jakonemobile, pelanggan, dan pengikut progress perkembangan konten secara marketing serta kesadaran platform akun instagram jakonemobile.

Penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif-Subjective dengan mengambil obyek penelitian akun Instagram Jakone Mobile. Mendiskripsikan social media marketing pada penggunaan konten kreasi dapat membangun awareness dalam akun platform Instagram yang secara umum dan khusus. Berkaitan betapa pentingnya strategi dengan social media marketing serta kesadaran merk platform sebagai materi instagram tertentu pada perkembangan media sosial.

Program marketing dalam social media sangat manfaat dalam perencanaan dapat memberikan peningkatan pengguna. Bersangkutan yang telah dibahas media sosial memiliki salah satu ciri khas, Longevity atau Volatility yaitu Pesan-pesan dikirimkan dapat disimpan dan diakses kembali untuk jangka waktu yang lama bahkan dapat disunting dan dimutakhirkan kembali sesuai kebutuhan serta Conten Share berupa followers, fans atau pelanggan dengan content creation yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran media sosial harus mewakili kepribadian agar dapat dipercaya oleh target konsumen.

Kata Kunci : Strategi, Social media marketing, Brand awareness, Media sosial, Akun instagram