



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI *SOCIAL MEDIA*
MARKETING DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

PRESTO PRISHA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh:

Rina Susanty

44318110023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI DIGITAL ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

	SURAT PERNYATAAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	-----------------------------------------------------------------------------------	---

No. Dokumen	15.4.03.01	Distribusi	All
Tgl. Efektif	1 MEI 2014		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RINA SUSANTY
 NIM : 44318110023
 Konsentrasi : PERIKLAMAN & KOMUNIKASI PEMASARAN


Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BANDENG PRESTO PRISHA DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS KHALAYAK (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM
@Presto.Prisha PERIODE 2019 - 2020

Adalah mumi 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, 20 DESEMBER 2020

Yang membuat pernyataan,


RINA SUSANTY
 Nama dan Tandatangan

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II
(Jika ada)

Nama dan Tandatangan

Nama dan Tandatangan

Ketua Program Studi

Nama dan Tandatangan

Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Mercu Buana
 Jl. Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat 11650
www.mercubuana.ac.id



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Penggunaan Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Dalam
Membangun *Brand Awareness* Presto Prisha**

Nama : Rina Susanty

NIM : 44318110023

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 25 Februari 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS

(Dr. SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Penggunaan Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Dalam
Membangun *Brand Awareness* Presto Prisha**

Nama : Rina Susanty

NIM : 44318110023

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 25 Februari 2021

Ketua Sidang,
Yuni Tresnawati, M.Ikom.


(.....)

Penguji Ahli,
Berliani Ardha, SE, M.Si.


(.....)

Pembimbing,
Dr. SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Penggunaan Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Dalam
Membangun *Brand Awareness* Presto Prisha**

Nama : Rina Susanty

NIM : 44318110023

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 25 Februari 2021
Disetujui dan Diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Pembimbing

(Dr. SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco B. Sulistyono, M.Comm, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Rina Susanty
44318110023

Title : Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing
Dalam Membangun *Brand Awareness* Presto Prisha
Jumlah halaman : xi + 67 hal + 1 tabel + 11 gambar
Bibliografi : 26 acuan, 1962 - 2017

ABSTRAK

Banyak masyarakat Indonesia, khususnya Jakarta, hanya mengetahui ikan bandeng presto hanyalah oleh-oleh yang berasal dari kota Semarang, Indonesia. Padahal ada beberapa UMKM yang menjual jenis makanan ini di Jabodetabek, salah satunya Bandeng Presto Prisha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *digital marketing* melalui media sosial Instagram pada Bandeng Presto Prisha dalam membangun *brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi kepustakaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Presto Prisha menggunakan *brand* dengan unsur kata "presto" agar lebih mudah. Presto Prisha menggunakan Instagram dalam membangun *brand awareness*, mereka menggunakan Instagram *Ads*, dan *endorsement* selebgram, dan memanfaatkan semua *feature* yang ada di Instagram.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Social Media Marketing, Instagram*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Rina Susanty
44318110023

Title : *The use of Instagram For Social Media Marketing In Building Brand Awareness Presto*
Number of pages : *xi + 67 pages + 1 table + 11 picture*
Bibliography : *26 literature, 1962 - 2017*

ABSTRACT

Many Indonesians, especially Jakarta, only know that bandeng presto is just a souvenir from Semarang, Indonesia. Even though there are several small medium enterprises that sell this type of food in Jabodetabek, one of which is Bandeng Presto Prisha. The purpose of this study was to analyze digital marketing through social media Instagram at Bandeng Presto Prisha in building brand awareness.

This study uses a qualitative approach with a post-positivistic paradigm. The method used in this research is descriptive qualitative data collection techniques through interviews and literature study.

The results of this study indicate that Presto Prisha uses a brand with the element of the word "presto" to make it easier. Presto Prisha uses Instagram to build brand awareness, they use Instagram Ads, and celebrity endorsements, and take advantage of all the features on Instagram.

Keywords: Brand Awareness, Social Media Marketing, Instagram

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun *Brand Awareness* Presto Prisha (Studi Kualitatif Deskriptif Akun Instagram @presto.prisha Periode 2019 - 2020) guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I (SI) Komunikasi Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercubuana.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis senantiasa mengalami kesulitan-kesulitan, namun semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu S. Margaretha Niken Restaty, M. Si** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, dan dorongan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Ibu Yuni Tresnawati M. Ikom** selaku ketua sidang yang sudah meluangkan waktu untuk memimpin sidang dan memberi kritik dan saran untuk penelitian ini sehingga bisa menjadi lebih baik. Dan selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. **Ibu Berliani Ardha, SE, M.Si.** selaku dosen penguji yang sudah memberi kritik dan saran untuk penelitian ini sehingga bisa menjadi lebih baik.
4. **Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos M.Si,** selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana dan dosen Riset Komunikasi.

5. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. **Bapak Ponce Budi Sulisty M.comm, Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. **Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi** khususnya Program Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan banyak pelajaran dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. **Ibu Natalia Dwi Mariati** selaku pemilik brand Presto Prisha yang sudah meluangkan banyak waktu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. **Ibu Dita Aditia, Bapak Rachmad Wildan, dan Bapak Bastian** selaku narasumber yang memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
10. **Antonius Toni** selaku suami penulis yang telah sabar dan menyemangati dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan bagi penulis sendiri.

Jakarta, 27 Februari 2021

Rina Susanty

DAFTAR ISI

PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI <i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i> DALAM MEMBANGUN <i>BRAND AWARENESS</i> PRESTO PRISHA	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Penggunaan	16
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	17
2.2.4 Instagram.....	19
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Subjek Penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1 Data Primer	28
3.4.2 Data Sekunder.....	28

3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Hasil Penelitian.....	33
4.2.1 Deskripsi Identitas Informan.....	35
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	11
-----------------------------------------------------	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bandeng Presto Prisha di Media Sosial Instagram.....	2
Gambar 1.2 Bandeng Presto Prisha di Aplikasi Gojek (kiri) dan Grab (kanan).....	3
Gambar 1.3 Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
Gambar 1.4 Logo Bandeng Presto Prisha.....	32
Gambar 1.5 <i>Key Informan</i> ; Natalia Dwi Mariati.....	35
Gambar 1.6 Informan 1: Dita Aditia.....	36
Gambar 1.7 Informan 2: Rachmad Wildan.....	37
Gambar 1.8 Informan 3: Bastian.....	37
Gambar 1.9 Logo dan Nama Presto Prisha.....	39
Gambar 2.0 Biodata Instagram akun @presto.prisha.....	41
Gambar 2.1 Beberapa Produk yang Dijual.....	46
Gambar 2.2 Postingan <i>Graphic Info</i> Cara Menikmati Presto Prisha.....	47
Gambar 2.3 <i>Highest Engangement (Like + Comment)</i>	48
Gambar 2.4 <i>Graphic Info</i> Menjaga Kesehatan di Tengah Pandemi.....	49
Gambar 2.5 <i>Influencer</i> Tanya Larasati.....	53
Gambar 2.6 Promo Pembelian Melalui Pemesanan Online.....	54
Gambar 2.7 Komentar Konsumen Melalui Pemesanan Online.....	54