

## ABSTRAK

Nama : Jonathan Jason Valentino  
NIM : 44318110022  
Program Studi : Advertising & Marcomm  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Berbasis E-Wom Sebagai Media Promosi Dalam Membangun Brand Awareness Pada Akun Media Sosial Instagram @Classicalmochi.  
Pembimbing : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

Memasuki era industri 5.0 penggunaan media promosi konvensional semakin menurun peminatnya dan tergantikan oleh penggunaan *digital marketing*. Menurut data dari "Datareportal" tahun 2022. Pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191.4 juta jiwa dan media sosial Instagram merupakan media sosial pada peringkat ke dua yang sering dipakai mencapai 99,15 juta jiwa. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi dalam membangun *brand awareness* pada toko @ClassicalMochi.

Penelitian ini menggunakan konsep IMC (*Integrated Marketing Communication*), *Media Planning*, Pemanfaatan *Media Sosial*, *Cyberculture*, *SEO* dan *Brand awareness* dalam melihat apa saja upaya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi yang telah pihak toko Classicalmochi lakukan dalam membangun *Brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode penelitian studi kasus. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan fenomena unik dimana jumlah *audience* yang memberikan komentar pada setiap iklan cukup rendah, hal ini dinilai unik karena diketahui bahwa @Classicalmochi telah mendapatkan *follower* dengan jumlah yang cukup besar. Dengan metode penelitian berupa wawancara yang dilakukan dengan empat informan yang berupa dua informan internal yaitu CEO dan staf admin media sosial *Classicalmochi* dan dua informan eksternal yang merupakan *follower* dari akun @Classicalmochi.

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa toko *online Classicalmochi* telah membangun *brand awareness* toko mereka sampai pada tingkatan *brand recall*. Dengan melakukan konsep *media planning* dan *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi mereka dan menggunakan bauran pemasaran seperti *video marketing*, *sales promotion*, *advertising*, dan *direct marketing*.

**Kata Kunci** : Pemanfaatan Media, *Cyberculture*, *Media Planning*, *Instagram*, *Brand awareness*.

## ABSTRACT

Name : Jonathan Jason Valentino  
NIM : 44318110022  
Study Program : Advertising & Marcomm  
Title Internship Report : *Utilization of Instagram Social Media as Promotional Media in Building Brand awareness on Instagram Social Media Accounts @Classicalmochi.*  
Counsellor : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

*Entering the era of industry 5.0, the use of conventional promotional media has decreased in demand and has been replaced by the use of digital marketing. According to data from "Datareportal" for 2022, there are 191.4 million social media users in Indonesia and Instagram social media is social media in second place which is often used, reaching 99.15 million people. The purpose of this research is to find out how to use Instagram social media as a promotional medium in building brand awareness at the @ClassicalMochi store.*

*This study uses the concepts of IMC (Integrated Marketing Communication), Media Planning, Utilization of Social Media, Cyberculture, SEO and Brand awareness to see what efforts are made to use Instagram social media as a promotional medium that has been carried out by the Classicalmochi store in building brand awareness.*

*This research uses a qualitative approach using case study research method. In this study, researchers found a unique phenomenon where the number of audience members who commented on each advertisement was quite low, this was considered unique because it was known that @Classicalmochi had gained a large enough number of followers. With the research method in the form of interviews conducted with four informants in the form of two internal informants, namely the CEO and the Classicalmochi social media admin staff and two external informants who are followers of the @Classicalmochi account.*

*Based on the research results, it can be concluded that the Classicalmochi online shop has built their store's brand awareness to the level of brand recall. By carrying out the concept of media planning and digital marketing by utilizing social media Instagram as their promotional media and using marketing mixes such as video marketing, sales promotion, advertising, and direct marketing.*

**Keywords:** *Media Utilization, Cyberculture, Media Planning, Instagram, Brand awareness.*