



**AKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@madame.gie DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Di susun oleh:  
**RISKA JAYANTI**  
(44216010003)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2021**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Riska Jayanti  
44216010003

Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @madame.gie Dalam Meningkatkan Brand Awareness  
Jumlah halaman:  
Bibliografi:

### ABSTRAK

Media sosial saat ini sudah berkembang pesat di era digital saat ini di berbagai kalangan masyarakat. Media sosial adalah sebuah jaringan teknologi berbasis online yang memiliki kekuatan sosial dapat mempengaruhi opini *public*. Istilah media sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Hal ini juga digunakan oleh Madame Gie dalam pemanfaatan media sosial mereka yang bernama @madame.gie.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @madame.gie Dalam Brand Awareness. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif Deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber yang berkaitan. Dalam penelitian ini, menggunakan teori komunikasi, teori public relations, teori media sosial dengan menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme dan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aktivitas pemanfaatan media sosial Madame Gie, memiliki tujuan untuk meningkatkan brand awareness mereka melalui konten-konten yang informatif untuk para pengikutnya. Para pengguna dan *non* pengguna produk kosmetik Madame Gie, mereka sangat tertarik.

**Kata Kunci:** *Aktivitas, Brand, Media Sosial, Instagram*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mercu Buana University  
Faculty Of Communications  
Field Of Public Relations Studies  
Riska Jayanti  
44216010003

Social Media Activities for Instagram @ madame.gie to Increase Brand Awareness

Number of pages:

Bibliography:

### ABSTRACT

*Social media is currently developing rapidly in today's digital era in various circles of society. Social media is an online-based technology network that has social power to influence public opinion. The term social media refers to the use of web and mobile based technology to turn communication into interactive dialogue. This is also used by Madame Gie in their use of their social media named @ madame.gie.*

*The purpose of this study was to determine the Social Media Utilization Activities of Instagram @ madame.gie in Brand Awareness. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews with related sources. In this study, using communication theory, public relations theory, social media theory using constructivism research paradigm and descriptive qualitative research methods.*

*Based on the results of the research, it shows that in the activity of using social media, Madame Gie aims to increase their brand awareness through informative content for their followers. Users and non users of Madame Gie cosmetics, they are very interested.*


**Keywords:** *Activities, Brand, Media Sosial, Instagram*

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram  
@madame.gie Dalam Meningkatkan Brand Awareness  
Nama : Riska Jayanti  
NIM : 44216010003  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Maret 2021

Mengetahui,  
Pembimbing

  
UNIVERSITAS  
Haekal Fajri Anrullah, S.Ikom, M.Comn  
MERCU BUANA

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @madame.gie  
Dalam Meningkatkan Brand Awareness

Nama : Riska Jayanti  
NIM : 44216010003  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Maret 2021

Ketua Sidang,

Dr. Elly Yulawati, M. Si

(.....)

Penguji Ahli,

Dra. Diah Wardani, M. Si

(.....)

Pembimbing,

Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Comn

(.....)

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram  
@madame.gie Dalam Meningkatkan Brand  
Awareness

Nama : Riska Jayanti

NIM : 44216010003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Maret 2021

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**


   
(Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Comn) (Dr. Elly Yulawati, M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu**

**Ketua Program Studi Ilmu**

**Komunikasi**

**Komunikasi**

  
(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Riska Jayanti

NIM : 44216010003

Bidang Studi : Public Relations

Alamat : Jl. Anggrek Neli Murni Blok C 8B Jakarta Barat,  
Palmerah

No. HP : 085693167036

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul: **Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @madame.gie Dalam Meningkatkan Brand Awareness** adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pemberatan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Maret 2021



## DAFTAR ISI

COVER .....	
ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABLE .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x

### BAB I

#### PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10

### BAB II

#### TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peneliti Terdahulu .....	11
2.2 Komunikasi.....	16
2.3 Public Relations .....	18
2.3.1 Ciri – ciri.....	19
2.3.2 Fungsi Public Relations .....	20
2.4 Brand (Merek).....	24
2.5 Brand Awareness .....	25
2.6 Media Sosial .....	27
2.7 Instagram.....	28
2.7.1 Fitur – fitur Instagram.....	28

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian .....	31
3.3 Subyek Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	37

### BAB IV

#### HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.1 Sejarah Organisasi.....	38
4.1.2 Visi Dan Misi .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	40



4.2.1	Hasil Penelitian Dengan Pihak Madame Gie	41
4.2.2	Awareness	44
4.2.3	Pembuatan Konten Madame Gie	45
4.2.4	Platfrom Media	46
4.2.5	Best Time Post	48
4.3	Pembahasan	56

## DAFTAR ISI

### BAB V

#### KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
5.1.1	Akademis	68
5.1.2	Praktis	68

DAFTAR PUSTAKA	70
----------------	----

LAMPIRAN	73
----------	----



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABLE

<b>Gambar 1</b> : Macam-macam produk Madame Gie .....	1
<b>Gambar 2</b> : Profil Instagram Madame Gie.....	7
<b>Gambar 3</b> : Pengguna internet Indonesia 2018 .....	8
<b>Gambar 4</b> : Pengguna internet Indonesia 2020 .....	8
<b>Gambar 5</b> : Pengguna Instagram Indonesia Periode Januari-Mei 2020.....	9
<b>Gambar 6</b> : Produk MAKE OVER.....	10
<b>Gambar 7</b> : Madame Gie.....	40
<b>Gambar 8</b> :Profile Instagram Madame Gie .....	49
<b>Gambar 9</b> : Akun Facebook Madame Gie .....	53
<b>Gambar 10</b> : Akun Youtube Madame Gie.....	53
<b>Gambar 11</b> : Akun Instagram Madame Gie .....	54



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu dan ayah penulis yaitu ibu Yanti dan bapak Ali Muzir yang telah membantu dan mendukung baik materil dan moril. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Aktivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram @madame.gie Dalam Meningkatkan Brand Awareness”**. Diajukan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Haekal Fajri Amrullah , S.Ikom, M.Comn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
2. Ponco Budi Sullistyo, M.Comn, Ph.D, selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Abdul Rahman HI, M.Si, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
6. Dosen – dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

7. Meruya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
8. Karyawan dan Staff Perpustakaan Universitas Mercu Buana Meruya
9. Sahabat kampus sekaligus teman diskusi penulis RH All Base (Syella, Firda, Diana, Laela, Elta, Safira dan Tasya) yang dengan sabar meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis
10. Aldi Saputra yang sudah meluangkan waktunya dan memberi dukungan penuh kepada penulis
11. Seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana Meruya angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu
12. Semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 22 Februari 2021

Peneliti



**(Riska Jayanti)**