



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI  
INSTAGRAM @HOLEOMUSEUM UNTUK MEMBANGUN *BRAND*  
*AWARENESS***

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

(S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi.

UNIVERSITAS  
Disusun Oleh:  
MERCU BUANA  
Nicholas Yudo Wibisono

44319010033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicholas Yudo Wibisono

NIM : 44319010033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : **Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram @Holeomuseum Untuk Membangun Brand Awareness**

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

Jakarta, 4 Januari 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Nicholas Yudo Wibisono

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nicholas Yudo Wibisono

NIM : 44319010033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : **Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram @Holeomuseum Untuk Membangun Brand Awareness**

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 : Engga Probi Endri, S.I.Kom. M.A.

NIDN : 0317089402

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D

NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom, M.IKom

NIDN : 0330019002

Jakarta, 4 January 2024

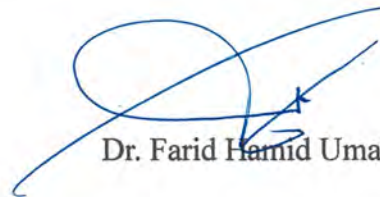
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof Dr. Ahmad Mulyana, M, Si



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicholas Yudo Wibisono  
NIM : 44319010033  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : **Aktivitas Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram @Holeomuseum Untuk Membangun Brand Awareness**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 January 2024  
Yang menyatakan,



Nicholas Yudo Wibisono

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat serta rahmat-Nya lah penelitian yang berjudul “AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI INSTAGRAM @HOLEOMUSEUM UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* ” ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari bahwa adanya hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikan penelitian ini. Namun, berkat dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak membuat skripsi bimbingan proposal ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan maupun bagi pembaca sehingga dapat memahami dengan baik Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing saya dan membantu saya melewati proses skripsi ini dari awal hingga selesai.
2. Ketua Penguji Sidang Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D dan Dosen Penguji Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.IKom, M.IKom
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Prof Dr. Ahmad Mulyana, M, Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Seluruh dosen pengajar peneliti selama berkuliah di Universitas Mercu Buana



7. Keluarga peneliti, papa Marwadi Sugondo, mama Yustina Krisantini dan kakak Anastasia Martina yang selalu memberikan dukungan, nasihat, yang tidak pernah henti kepada peneliti.
8. Paman Rm Dr. Thomas Kristiatmo, S.S., M.Hum., STL yang memberikan dukungan sarana dan nasihat kepada peneliti.
9. Seluruh dosen dan staff Universitas Mercu Buana terutama yang ada di Fakultas Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan pembelajaran yang baik kepada penulis, memberikan ilmu yang tulus serta membantu penulis dalam hal perkuliahan
10. Teman-teman geng Rusuh(Nesya,Yolan,Ruth,Michael,Noel) yang selalu memberikan perhatian, doa, dukungan, hingga selalu memberikan afirmasi positif untuk peneliti.
11. Kepada Bang Bryan dan Bang Yonathan selaku team dari Holeo Museum yang turut membantu dalam memberikan informasi kepada peneliti.
12. Serta kepada seluruh pihak terkait yang penulis tidak bisa menyebutkan satu per satu disini.

Jakarta, 4 Januari 2024

Nicholas Yudo

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS<br/>AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....  | 1           |
| 1.2 Fokus Penelitian .....  | 7           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 8           |
| 1.4.1 Manfaat Akademis.....   | 8           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....  | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>   | <b>9</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....   | 9           |
| 2.2 Kajian Teoritis .....   | 13          |
| 2.2.1. Komunikasi Pemasaran Digital.....  | 13          |
| 2.2.3. Media Sosial.....  | 17          |
| 2.2.4. Instagram.....   | 17          |
| 2.2.5 Brand Awareness .....   | 19          |
| 2.2.6 Museum.....   | 21          |
| 2.2.7 Holeo Museum .....  | 21          |
| 3.1 Paradigma penelitian .....  | 23          |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.2. Metode Penelitian.....   | 24        |
| 3.3. Subyek Penelitian.....   | 25        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....  | 27        |
| 3.4.1. Observasi.....   | 28        |
| 3.4.2. Wawancara .....  | 28        |
| 3.4.3. Dokumentasi.....   | 29        |
| 3.4.4. Sumber Data .....  | 30        |
| 3.5. Teknik Pengolahan Data.....  | 30        |
| 3.5.1 Reduksi Data .....  | 31        |
| 3.5.2 Penyajian Data.....   | 31        |
| 3.6. Teknik Keabsahan Data .....  | 32        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>37</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 37        |
| 4.1.1 Profil Perusahaan Holeo Museum.....   | 37        |
| 4.1.2 Visi & Misi Perusahaan.....   | 39        |
| 4.1.3. Jam Operasional .....  | 40        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....  | 40        |
| 4.2.1 Perencanaan Aktivitas Media Digital dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> .....                | 42        |
| 4.2.2 Tahap awal Pengelolaan/Aktivitas Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Awareness.....    | 44        |
| 4.2.3 Pembahasan penelitian .....   | 46        |
| 4.2.4 Aktivitas Digital Marketing.....  | 47        |
| 4.2.4 Kompetitor .....  | 50        |
| 4.2.5 Brand Awareness .....   | 50        |
| 4.2.6 Tahap Pengelolaan/Aktivitas Media Sosial Instagram dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> ..... | 54        |
| 4.3. Pembahasan .....   | 56        |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>   | <b>68</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....  | 68        |
| 5.2. Saran.....   | 69        |



|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 5.2.1. Saran Akademis.....  | 69        |
| 5.2.2. Saran Praktis.....   | 70        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>71</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>       | <b>73</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Data Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia ..... | 2  |
| Gambar 1. 2 jumlah data pengguna Instagram.....                        | 3  |
| Gambar 1. 3 Logo Holeo Museum.....                                     | 4  |
| Gambar 1. 4 Akun Instagram @Holeomuseum .....                          | 5  |
| Gambar 1. 5 Akun Instagram kolepa.....                                 | 5  |
| Gambar 1. 6 Akun Instagram @mojamuseum .....                           | 6  |
| Gambar 4. 1 Holeo dessert museum.....                                  | 38 |
| Gambar 4. 2 Akun Instagram holeomuseum.....                            | 39 |
| Gambar 4. 3 Area Mini Golf Holeo Museum.....                           | 42 |
| Gambar 4. 4 Area Mini Golf .....                                       | 42 |
| Gambar 4. 5 Dessert museum Holeo.....                                  | 43 |
| Gambar 4. 6 Gambar akun Instagram holeo .....                          | 46 |
| Gambar 4. 7 Contoh gambar undangan influencer .....                    | 47 |
| Gambar 4. 8 Contoh interaksi dengan followers.....                     | 48 |
| Gambar 4. 9 Contoh interaksi dengan followers.....                     | 49 |

## DAFTAR TABEL

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... | 9 |
|---------------------------------------|---|

