



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP
BALETON FLOWERCHEF MELALUI APLIKASI
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**



ISMU NIDA' FADILA

**UNIVERSITAS
44320010086
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING
COMMUNICATION**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismu Nida' Fadila
NIM : 44320010086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop
Baleton Flowerchef melalui Aplikasi Instagram
dalam Meningkatkan 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, 12 Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ismu Nida' Fadila


HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ismu Nida' Fadila
NIM : 44320010086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop
Baletan Flowerchef melalui Aplikasi Instagram
dalam Meningkatkan 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 Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Sandy Permata S.Sos, M.Ikom ()

NIDN : 0323128306

Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si ()

NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, S.Psi.M.Ikom ()

NIDN : 0314057804

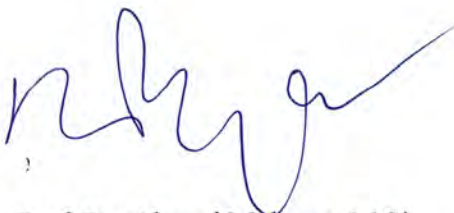
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Februari 2024

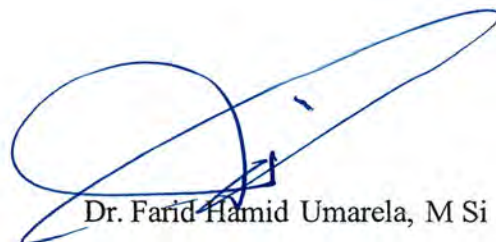
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala limpah rahmatnya dan karunia-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran pada Penjualan Online Shop Baletton Flowerchef melalui Aplikasi Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness”. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Advertising and Marketing Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi.
3. Ibu Rika Yessica Rahma, S.Psi, M.Ikom selaku Penguji Ahli pada Sidang Tugas Akhir Skripsi.
4. Ibu Melly Ridaryanthi M.Soc, Sc, Ph.D selaku dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kak Trisha Liawati selaku pemilik Baletton Flowerchef dan Kak Reihan selaku Social Media Specialist yang telah membantu saya dalam mendapatkan data pada proses wawancara.

8. Kedua orang tua (Ayah dan Ibu), Mba Qori, Mas Imam, Adit, Haura dan Haidar yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat dan semuanya. Saya sangat mencintai mereka dan berharap menjadi anak yang dapat dibanggakan.
9. Adella, Dewi, Vina dan Zahra selaku sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan dan nasihat serta sebagai teman perjuangan dari semester awal hingga semester akhir.
10. Ghina, Dian, Nadia, Anggi, Dhona, Lulu, Rifka, Amel dan Erin selaku sahabat penulis di rumah yang selalu memberikan dukungan, doa dan nasihat.
11. Seventeen dan Ateez selaku idola saya yang selalu menemani dan menghibur di waktu senggang pada saat mengerjakan Laporan Skripsi. Karya dan kerja keras mereka memotivasi saya untuk semangat dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.

Semoga Skripsi ini membawa berkah bagi penulis dan pembaca sehingga bermanfaat bagi pengembangan ilmu. Untuk memperbaiki hal ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.



UNIVERSITAS Jakarta, 12 Februari 2024
MERCU BUANA

Ismu Nida Fadila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ismu Nida' Fadila
NIM : 44320010086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop
Baleton Flowerchef melalui Aplikasi Instagram
dalam Meningkatkan 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Februari 2024



Ismu Nida' Fadila

ABSTRAK

Nama : Ismu Nida' Fadila
NIM : 44320010086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop
Baletton Flowerchef melalui Aplikasi Instagram
dalam Meningkatkan Brand Awareness
Pembimbing : Sandy Permata S.Sos, M.Ikom

Strategi Komunikasi pemasaran sangat penting bagi para pelaku bisnis online shop untuk meningkatkan brand awareness melalui aplikasi Instagram. Baletton Flowerchef menjadi salah satu toko bunga terbaik di daerah Jakarta dan Tangerang yang memanfaatkan aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran online shop Baletton Flowerchef melalui aplikasi Instagram dalam meningkatkan Brand Awareness. Teori yang digunakan yaitu Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran online, Pengertian Strategi Komunikasi, Jenis – Jenis Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Baru, Media Sosial, Karakteristik Media Sosial, Instagram, Fitur – Fitur Instagram, Brand Awareness, Tingkatan Brand Awareness, Teori AISAS. Metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Baletton Flowerchef melakukan penerapan melalui model AISAS untuk memetakan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan Brand Awareness. Adapun strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah berkolaborasi dengan brand atau komunitas, membuat event, membuat workshop, bekerjasama dengan KOL dan membuat monthly campaign melalui aplikasi Instagram. Bentuk pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Baletton Flowerchef dalam meningkatkan brand awareness yaitu menggunakan fitur – fitur Instagram seperti feed, Instagram story dan Instagram reels sebagai media Baletton untuk mengembangkan konten komunikasi pemasaran.

Kata kunci: *Komunikasi Pemasaran, Brand awareness, Instagram*

ABSTRACT

Name : Ismu Nida' Fadila
NIM : 44320010086
Study Program : *Communication Science*
Title of Thesis Report : *Marketing Communication Strategy of Baleton Flowerchef Online Shop through Instagram Application in Increasing Brand Awareness*
Counsellor : Sandy Permata S.Sos, M.Ikom

Marketing Communication Strategy is very important for online shop business people to increase brand awareness through the Instagram application. Baleton Flowerchef is one of the best flower shops in the Jakarta and Tangerang areas that utilizes the Instagram application as a marketing communication medium. The purpose of this research is to find out the marketing communication strategy of Baleton Flowerchef online shop through Instagram application in increasing Brand Awareness. The theories used are Marketing Communication, Online Marketing Communication, Definition of Communication Strategy, Types of Marketing Communication Strategy, New Media, Social Media, Social Media Characteristics, Instagram, Instagram Features, Brand Awareness, Levels of Brand Awareness, AISAS Theory. Qualitative research method. Data collection techniques were obtained through primary data and secondary data. Primary data was obtained through observation and interviews. While secondary data is obtained through documentation. The results of this study indicate that Baleton Flowerchef applies the AISAS model to map marketing communication strategies in increasing Brand Awareness. The marketing communication strategies carried out are collaborating with brands or communities, creating events, creating workshops and creating monthly campaigns through the Instagram application. The form of utilizing Instagram application as a marketing communication media for Baleton Flowerchef in increasing brand awareness is using Instagram features such as feeds, Instagram stories and Instagram reels as Baleton media to develop marketing communication content.

Keywords: *Marketing Communication, Brand awareness, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KAJIAN TEORI.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Online	17
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3.2 Jenis - Jenis Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.4 Media Baru.....	20
2.4.1 Media Sosial	21
2.4.2 Karakteristik Media Sosial	21
2.5 Instagram.....	22

2.5.1 Fitur – Fitur Instagram.....	23
2.6 Brand Awareness.....	24
2.6.1 Tingkatan Brand Awareness.....	24
2.7 Teori AISAS.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subyek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
4.1.1 Latar Belakang Baleton Flowerchef.....	33
4.1.2 Logo Baleton Flowerchef.....	35
4.1.3 Profil Akun Instagram Baleton Flowerchef.....	36
4.1.4 Produk dan Layanan Baleton Flowerchef.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.3 Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Media Sosial Favorit	2
Gambar 4.1 Logo Baletan Flowerchef.....	35
Gambar 4.2 Profil Instagram Baletan Flowerchef.....	36
Gambar 4.3 Kolaborasi Baletan dengan Brand.....	46
Gambar 4.4 Event Baletan Flowerchef.....	47
Gambar 4.5 Kolaborasi Baletan dengan Komunitas.....	47
Gambar 4.6 Campaign Hari Ibu	47
Gambar 4.7 Campaign Hari Natal.....	48
Gambar 4.8 Baletan Flowerclass	48
Gambar 4.9 Free Stuff Baletan	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	61
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	64
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	80
Lampiran 4 Curriculum Vitae	82

