

**STRATEGI PROMOSI KOLEGA COWORKING SPACE
MELALUI INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

RIZKY DWI MUHARRAM

1151003073

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

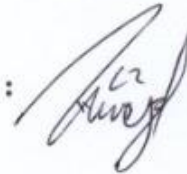
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya Saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah Saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rizky Dwi Muharram

NIM : 1151003073

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Juli 2019

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rizky Dwi Muharram
NIM : 1151003073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Promosi Kolega Coworking Space Melalui Instagram
Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adrian Arditiar, M.I.Kom
Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si
Penguji 2 : Rangga Wisesa M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 Agustus 2019



UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat, nikmat, rahmat, anugerah, dan izin-NYA, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Promosi Kolega Coworking Space Melalui Instagram Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian Tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai macam pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Papah, Mamah dan Helmy Gunawan

Terimakasih untuk Papah, Mamah, dan Helmy Gunawan atas do'a nya selama ini dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti agar tetap semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Adrian Arditiar M.I.Kom

Terimakasih kepada Mas Adrian selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik, peduli serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas rintangan dan permasalahan yang selalu dihadapi oleh peneliti selama penyusunan Tugas Akhir ini.

3. Ka Ramzy Faidhul Allaam dan Ka Tasha Fitri Amalia

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Ka Ramzy selaku Social Media

Kolega Coworking Space dan Ka Tasha selaku Social Media Kolega Coworking Space yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah mau meluangkan waktunya untuk diwawancara walaupun saat bekerja. Peneliti sangat berterima kasih atas bantuan Ka Ramzy dan Ka Tasha yang sudah membantu dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.

4. Sahabat terdekat di Kampus

Terima kasih kepada Uci, Alen, Indri dan Sols yang selama ini selalu memberikan semangat, menghibur dan menghabiskan waktu bersama di perkuliahan ini. Terimakasih kepada Bayu, Bagus, Eko, Memet, Risman, Hafiz, Aji, Arif, Dio, Hanif, Salam, Ficky dan Terry, sebagai sahabat peneliti juga yang selalu memberikan semangat satu sama lain dan saling menghibur selama perkuliahan ini.

5. Teman-teman Bimbingan

Terimakasih kepada Bayu, Eko, Vina, Fakhri, Glinka, Lilin, Safira telah membantu, menemani, dan memberi semangat selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih kepada teman-teman yang selalu membantu peneliti dalam mendapatkan informasi penting, dan saling menyemangati satu sama lain dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna dalam dunia perkuliahan ini.

7. Teman-teman Uwu

Terima kasih kepada a andry, a ool, a harol, ijal, agi, bem, a aduy, a enday dan a fadel yang telah menghibur kepada peneliti.

8. Komunal Binal

Terima kasih kepada kakak-kakak Komunal dari 2010 hingga 2014 dan adik-adik komunal dari 2016 hingga 2018 yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangatnya kepada Komunal 2015 terutama kepada peneliti. Peneliti sangat berterima kasih kepada Bimo dan Egi dari komunal 2013 dan komunal 2014 yang telah memberikan hiburan, masukan dan nasihat agar peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, 24 Juli 2019

Rizky Dwi Muharram

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Dwi Muharram
NIM : 1151003073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

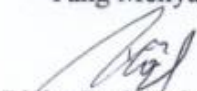
“Strategi Promosi Kolega Coworking Space Melalui Instagram Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 26 Juli 2019

Yang Menyatakan,


Rizky Dwi Muharram

STRATEGI PROMOSI KOLEGA COWORKING SPACE MELALUI INSTAGRAM DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Rizky Dwi Muharram

ABSTRAK

Social media merupakan media baru yang berkembang pesat di Indonesia. Salah satunya Instagram, media yang sangat populer untuk dijadikan sebagai salah satu tempat untuk strategi promosi. Hal ini dilakukan oleh Kolega Coworking Space suatu perusahaan *startup* yang bergerak di bidang *coworking space*. Untuk saat ini masih banyak orang-orang yang belum mengetahui Kolega Coworking Space secara umum maka dari itu dalam meningkatkan *brand awareness* Kolega Coworking Space menggunakan Instagram sebagai salah satu strategi promosi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Kolega Coworking Space melalui Instagram dalam upaya meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan cara wawancara dan melalui penelusuran data *online*, kemudian uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulator sumber data. Hasil dalam penelitian ini menyampaikan bahwa *social media marketing* yang dilakukan oleh Kolega Coworking Space melakukan semua tahapan yang ada pada proses *social media marketing* Heuer dalam Solis (2010). Pada tahap *context* yang dilakukan adalah menggunakan bahasa yang lebih santai, tidak terlalu kaku agar lebih dekat dengan orang-orang dan memberikan informasi yang variatif. Tahap selanjutnya yaitu *communication*, menggunakan fitur *feeds*, *direct message* dan *Instagram stories*. Pada tahap *collaboration*, Kolega Coworking Space berencana akan menggunakan influencer untuk memperluas *brand awareness* dari Kolega Coworking Space. Tahap terakhir *connection*, yang telah dilakukan oleh Kolega Coworking Space yaitu dengan memberikan *giveaway*, diskon dan promo agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang-orang.

Kata kunci: strategi promosi, *social media marketing*, Kolega Coworking Space, *brand awareness*.

**PROMOTION STRATEGY OF KOLEGA COWORKING SPACE THROUGH
INSTAGRAM IN AN EFFORTS TO INCREASE BRAND AWARENESS**

Rizky Dwi Muharram

ABSTRACT

Social media is a new media that is growing rapidly in Indonesia. Instagram is one of a very popular media to be used as a place for promotion strategies. Kolega Coworking Space is a startup company that used Instagram as media for promotion. There are still many people who do not know about kolega coworking space in general and therefore in increasing brand awareness Kolega Coworking Space using Instagram as a promotional strategy. This research focuses on how promotion strategies are carried out by Kolega Coworking Space through Instagram in an effort to increase brand awareness. This study uses qualitative research methods by collecting data using interviews and through online data search, then testing the validity of the data by using a data source triangulation. The results in this study convey that social media marketing conducted by Kolega Coworking Space performs all stages in the social media marketing process Heuer in Solis (2010). At the context stage, the lansayage is more relaxed, not too rigid to be closer to people and providing varied information. The next stage is communication, using feeds, direct message and Instagram stories. In the collaboration phase, Kolega Coworking Space plans to use influencers to expand brand awareness from Kolega Coworking Space. The last stage is connection, which has been done by Kolega Coworking Space by giving a giveaway, discounts and promos in order to establish good relationships with people.

Keywords: *promotion strategy, social media marketing, Kolega Coworking Space, brand awareness.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	23
2.2.1 Digital Marketing.....	23
2.2.2 Social Media Marketing.....	24
2.2.3 Instagram	25
2.2.4 Brand Awareness	26
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III	29

METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Sumber Data Primer.....	30
3.3.2 Sumber Data Sekunder	30
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Definisi Konseptual	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	34
3.7 Keterbatasan Penelitian	35
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	36
4.1.1. Profil Kolega Coworking Space	36
4.1.2 Profil Informan	41
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1. <i>Social Media Marketing</i> Kolega Coworking Space	44
4.2.2 Analisis Meningkatkan Brand Awareness Kolega Coworking Space.....	57
4.3. Pembahasan	64
4.3.1 Strategi Promosi <i>Social Media Marketing</i> Kolega Coworking Space.....	64
BAB V.....	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Teoritis.....	73
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Cohive 4
 Gambar 1. 2 Promo Cohive..... 4
 Gambar 1. 4 Konten Instagram Gowork..... 5
 Gambar 1. 5 Konten Video Gowork 6
 Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness 27
 Gambar 4. 2 Gedung Kolega Senopati..... 37
 Gambar 4. 1 Gedung Kolega Antasari 37
 Gambar 4. 3 Logo Kolega Coworking Space 38
 Gambar 4. 4 Coworking Area 39
 Gambar 4. 5 Meeting Room..... 39
 Gambar 4. 6 Office Suites 40
 Gambar 4. 7 Event Space 40
 Gambar 4. 8 Dedicated Area..... 40
 Gambar 4. 9 Public Area 41
 Gambar 4. 10 All Access Card..... 41
 Gambar 4. 11 Ramzy (Social Media Kolega Coworking Space)..... 42
 Gambar 4. 12 Tasha (Social Media Kolega Coworking Space) 43
 Gambar 4. 13 Raka (Freelancer) 43
 Gambar 4. 14 Hilillary (Mahasiswi) 43
 Gambar 4. 15 Rangga (Dosen Universitas Bakrie)..... 44
 Gambar 4. 16 Konten Instagram Kolega..... 48
 Gambar 4. 17 Konten Instagram Kolega..... 49
 Gambar 4. 18 Tag akun Kolega 59
 Gambar 4. 19 Instagram Kolega Coworking Space..... 60
 Gambar 4. 20 Kolega Agustusan 65
 Gambar 4. 21 Konten Promo Ramadhan 66
 Gambar 4. 22 Konten Kolaborasi dengan Remotivi 67
 Gambar 4. 23 Kolaborasi Kata.ai 68
 Gambar 4. 24 Caption Konten Kolega Coworking Space 69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3.1 Definisi Konseptual.....	32
Tabel 4.1 Informan Peneliti.....	42

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....28
Bagan 4.1 Flow Strategi Promosi Kolega Coworking Space70