

**PEMANFAATAN INSTAGRAM JUBETOR.ID SEBAGAI
SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Bakrie



SAFIRA

1151003151

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Safira

NIM : 1151003151

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink on a light blue background. The signature appears to be 'Safira' written in a cursive style.

Tanggal : 20 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

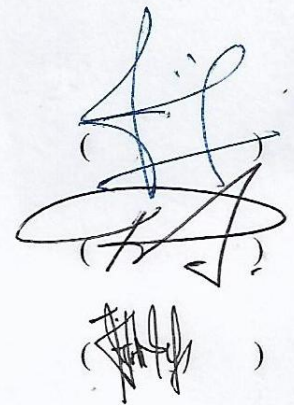
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Safira
NIM : 1151003151
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Instagram Jubetor.id Sebagai *Social Media Marketing* dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness***

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Adrian Arditiar, M.I.Kom
Penguji 1 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si
Penguji 2 : Tri Nuraini, S.E., M.Sc



Handwritten signatures of the examiners and supervisor, corresponding to the names listed in the text.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan berkah dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pemanfaatan *Instagram* JUBETOR.ID Sebagai *Social Media Marketing* dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

- a) Mama, Abi, Ka Farhan, Ka Nazmi, Farah dan Almeer serta seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah selalu memberikan doa-doa indah dan selalu mengingatkan saya untuk berusaha keras dan tidak lupa untuk selalu ingat kepada Allah SWT.
- b) Pak Adrian Arditiar, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi untuk semua bimbingan dan arahan yang telah diberikan. Serta selalu memotivasi selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
- c) Ibu Virginia Josodipoero selaku dosen sekaligus triangulator pada Tugas Akhir ini yang telah membantu dan banyak mengajarkan saya tentang ilmu social media marketing. Saya ucapkan terima kasih telah menjadi dosen yang selalu menginspirasi mahasiswanya.
- d) Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan dengan semangat. Selain ilmu, terima kasih telah menjadi teman sekaligus orang tua untuk semua mahasiswanya.
- e) Adit dan Raka selaku pemilik dari Jubetor Indonesia yang mau membantu saya dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah mengajarkan banyak hal mengenai bisnis melalui media sosial.

- f) Sahabat-sahabat terdekat, terima kasih kepada Ananda Luriana, Diah Anzilir, Coryna Gina, Tyas Prasetyo, Dhita Ariiqoh, Yunasita, Arifah Hashifah, Linda Bestari, Novisa Fitrisari, dan Ayuni Tiara yang selalu ada dan bersama sekaligus menjadi teman seperjuangan selama mengerjakan Tugas Akhir. Terima kasih juga kepada sahabat sedari SMP dan SMA yaitu Enggal Handoyo, Ariefta Bunga, Windi Nurhayati, Syifa Salsabila, Astri Indah, Rahmi Safitri, Andiaz Anugraini, Badriatulaili, dan Hasti Nurma yang selalu memberikan bantuan dan semangat serta doa-doa meskipun sudah tidak sering bersama lagi.
- g) Teman-teman satu perbimbingan Glika, Lilin, Fakhri, Bayu, Rizki Dwi, Eko, Ervina, dan Ficky yang selalu berjuang bersama dari awal sampai akhir Tugas Akhir ini selesai.
- h) Seluruh komunal 2015, terima kasih untuk sudah berjuang bersama dari awal perkuliahan sampai dengan menyelesaikan Tugas Akhir. Terima kasih untuk turut memberi warna di keseharian saya selama kuliah.
- i) Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih untuk membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 20 Juli 2019



Safira

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Safira
NIM : 1151003151
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 Noneklusif** (*Non-Exclusive Royaty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pemanfaatan Instagram Jubetor.id Sebagai Social Media Marketing dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Juli 2019

Yang menyatakan,



Safira

PEMANFAATAN INSTAGRAM JUBETOR.ID SEBAGAI *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Safira

ABSTRAK

Media sosial saat ini telah dijadikan *platform* untuk memasarkan produk dan telah digunakan oleh *brand-brand* terkemuka di dunia seperti *Starbucks, Nike, Dell* dan lain sebagainya. Salah satu media baru yang tengah tren dalam dunia bisnis dan saat ini digunakan oleh berbagai perusahaan untuk menjadi salah satu bentuk promosi adalah media baru *Instagram*, dan tanpa disadari kehadirannya mengubah kehidupan berbisnis. Pemasaran melalui media sosial ini disebut *social media marketing*. Penelitian ini menjelaskan mengenai pemanfaatan Instagram sebagai *social media marketing* dalam upaya peningkatan *brand awareness* Jubetor.id. Jubetor.id adalah sebuah *brand* yang menawarkan produk berupa motor *custom*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengotimalisasian Instagram sebagai *social media marketing* yang dilakukan oleh Jubetor.id dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori brand awareness Kotler dan Keller pada tahun 2009. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang dilakukan wawancara secara mendalam dengan empat informan yang terbagi menjadi dua informan utama dari pihak Jubetor dan dua informan tambahan yang merupakan pengikut dari Instagram Jubetor dan juga satu triangulator yang merupakan ahli dalam bidang sosial media dan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka dan jurnal. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Jubetor.id sudah mengoptimalisasikan Instagram sebagai *social media marketing* dalam meningkatkan *brand awareness* sudah cukup maksimal hanya saja Jubetor.id memiliki kekurangan pada kategori *Interaction* dan tingkatan *brand awareness* Jubetor.id saat ini berada pada tingkatan ketiga yaitu pada tingkatan *brand recall*.

Kata kunci: Instagram, *Brand Awareness*, Jubetor.id

**UTILIZATION OF INSTAGRAM JUBETOR.ID AS A SOCIAL MEDIA
MARKETING IN AN EFFORT INCREASE BRAND AWARENESS**

Safira

ABSTRACT

Social media has now become a platform to market products and has been used by leading brands in the world such as Starbucks, Nike, Dell and others. One of the new media trends in the business world and currently used by various companies to be a form of promotion is the new media Instagram, and unwittingly its presence changes the business life. Marketing through social media is called social media marketing. This research explains about the use of Instagram as social media marketing in an effort to increase Jubetor.id brand awareness. Jubetor.id is a brand that offers custom motorcycle products. The purpose of this study is to find out how to optimize Instagram as a social media marketing undertaken by Jubetor.id in increasing brand awareness. This research is a case study with a descriptive qualitative approach using Kotler and Keller's brand awareness theory in 2009. Data sources in this study are primary data conducted in-depth interviews with four informants which are divided into two main informants from the Jubetor and two informants an addition who is a follower of Instagram Jubetor and also a triangulator who is an expert in the field of social media and secondary data is carried out through literature and journals. The results of this study explain that Jubetor.id has optimized Instagram as a social media marketing in increasing brand awareness, it is already quite maximal, only that Jubetor.id has a shortage in the Interaction category and the level of brand awareness for Jubetor.id is currently at the third level, namely the level of the brand recall.

Keywords: Instagram, Brand Awareness, Jubetor.id

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	23
2.2.1 <i>Digital Marketing</i>	23
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	26
2.2.3 Media Baru.....	29
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	34
2.2.5 <i>High-Low Involvement Product</i>	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Objek Penelitian	42
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Definisi Konseptual.....	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	47

3.7 Keterbatasan Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian	51
4.1.2 Profil Jubetor.id	51
4.1.2 Logo dan Visi Misi Jubetor Indonesia (Jubetor.id).....	54
4.1.3 Instagram Jubetor Indonesia (Jubetor.id).....	55
4.1.4 Profil Informan	58
4.1.5 Subjek Triangulator	60
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Pengoptimalisasian <i>Instagram</i> sebagai <i>Social Media Marketing</i> Jubetor.id.....	62
4.2.2 Instagram sebagai <i>Social Media Marketing</i> Jubetor.id dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	66
4.2.3 <i>Brand Awareness</i> Jubetor Indonesia (Jubetor.id).....	70
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Instagram sebagai <i>Social Media Marketing</i> Jubetor.id.....	76
4.3.2 Pemanfaatan Instagram Jubetor.id sebagai <i>Social Media Marketing</i> dalam Upaya Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	89
4.3.3 Kegiatan <i>Offline</i> Membantu Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Jubetor.id.....	96
4.3.4 <i>Brand Awareness</i> Jubetor.id.....	98
BAB V KESIMPULAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	106
5.2.1 Saran Teoritis	106
5.2.2 Saran Praktis	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Paling Aktif di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Fakta Instagram Di Indonesia dan Global.....	3
Gambar 1.3 Tampilan Instagram Amazara	5
Gambar 1.4 Tampilan Instagram Katros Garage	7
Gambar 1.5 Tampilan Instagram @jubetor.id	10
Gambar 4.1 Founder (Adit) dan Cofounder (Raka) Jubetor Indonesia.....	52
Gambar 4.2 Motor-motor koleksi Jubetor.id.....	53
Gambar 4.3 Fotografi yang ditampilkan oleh Jubetor.id	54
Gambar 4.4 Logo Jubetor Indonesia (jubetor.id).....	53
Gambar 4.5 Tampilan Akun Instagram dan <i>postingan</i> @Jubetor.id	55
Gambar 4.6 Tampilan <i>postingan</i> Jubetor Indonesia (jubetor.id).....	56
Gambar 4.7 Tampilan <i>Review Session</i> dalam Jubetor Indonesia.....	57
Gambar 4.8 Tampilan testimoni motor terjual di Jubetor	57
Gambar 4.9 Rahmanditya Satria Pratama	58
Gambar 4.10 Raka Dika WS.....	59
Gambar 4.11 Aulia Budiman	59
Gambar 4.12 Vicky Fauzan.....	59
Gambar 4.13 Virginia Josodipoero	60
Gambar 4.14 Komentar Instagram Jubetor.id	77
Gambar 4.15 Contoh <i>Instafeed</i> Jubetor.id	79
Gambar 4.16 <i>Screenshoots</i> komentar yang tidak dibalas oleh Jubetor.id.....	81
Gambar 4.17 Jubetor tidak membalas segala pertanyaan melalui <i>direct message</i>	83
Gambar 4.18 Konten-konten Jubetor.id berbentuk foto dan video.....	86
Gambar 4.19 Aditya (kanan) dengan <i>customer</i> Jubetor.id.....	87
Gambar 4.20 Testimoni yang ditampilkan oleh Jubetor	88
Gambar 4.21 Natta Reza bersama Jubetor.id.....	94
Gambar 4.22 <i>Giveaway</i> yang dilakukan oleh Jubetor.....	95
Gambar 4.23 Jubetor pada saat mengikuti GIIAS 2019	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	45

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....40

