

**KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* MENGGUNAKAN
INSTAGRAM @KIS951FM DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS RADIO KIS 95.1 FM**

TUGAS AKHIR



**DHAIFINA IKEN MAZAYA
1171903019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* MENGGUNAKAN
INSTAGRAM @KIS951FM DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS RADIO KIS 95.1 FM**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**DHAIFINA IKEN MAZAYA
1171903019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

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 : Dhaifina Iken Mazaya

NIM : 1171903019

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 July 2020

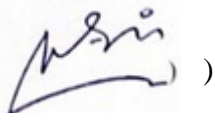
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Dhaifina Iken Mazaya
NIM : 1171903019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonimu dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran *Online*
Menggunakan Instagram @KIS951FM
dalam Membangun *Brand Awareness*
Radio KIS 95.1 FM

Telah berhasil dipertahankan 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 : Dr Prima Mulyasari Agustini, S.sos, M.Si ()

Penguji 1 : Dr Tuti Widiastuti, M.Si. ()

Penguji 2 : Dr Dessy Kania, B.A., M.A. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Komunikasi Pemasaran *Online* Menggunakan Instagram @KIS951FM dalam Membangun *Brand Awareness* Radio KIS 95.1 FM”

Dalam penulisan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan ini, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik. Tentunya penulis banyak dibantu oleh orang-orang yang mendukung penelitian ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Allah SWT atas karunia-Nya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, Ikmal Budi Setya Soeharto dan Endang Trimurtini, serta adik penulis M. Deeny Kyoozirou dan juga seluruh keluarga besar yang tidak pernah berhenti memberikan dorongan, kasih sayang dan semua dukungan, baik secara moril dan materil
3. Dr Prima Mulyasari Agustini, S.sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan kritik, saran dan motivasi kepada penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
4. Ketua sidang Ibu Dr Tuti Widiastuti, M.Si. dan penguji ahli 1 Ibu Dr Dessy Kania, B.A., M.A. yang telah memberikan saran kepada penulis dalam memperbaiki Tugas Akhir ini.
5. Para narasumber yang sudah membantu peneliti dalam memberikan informasi seputar penelitian yaitu, Dinda Daud selaku *Vice President* MARI (Mahaka Radio Integra), Eraldhys Webyansyah selaku *Head Digital* MARI (Mahaka Radio Integra), Arzia Nuari selaku *Online Content Producer* KIS FM.
6. Dion Subiakto selaku dosen *Marketing Communication* dan Rifa N. Octaviani selaku *followers* aktif Instagram radio KIS FM sekaligus triangulator yang telah memberikan saran bermanfaat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

7. Seluruh dosen *Marketing Communication* Kelas Karyawan Universitas Bakrie atas segala jasanya yang telah memberikan ilmu berharga dan pengalaman luar biasa kepada penulis selama masa perkuliahan
8. Cut Sarah Malinda, Nabila Putri Andira, Nadhira Avinanda yang sudah memberi penulis semangat, dukungan, masukan, dan arahan dari awal perkuliahan di Universitas Bakrie hingga saat ini.
9. Sahabat-sahabat penulis, Indira Rizki Puspabisma, Jessica Claudia, Aliya Miranti, Khansa Arma, Dinda Ayu Nastiti, dan Bella Ayu Amelinda yang selalu memberi dukungan, semangat, dan saran kepada penulis kapanpun dan dimanapun.
10. Raisa Shobrina, Laksamana Satrio A.P, dan Windria Pradipta selaku teman-teman penulis yang telah memberikan semangat dalam membuat Tugas Akhir ini
11. Teman-teman dari Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie *Marketing Communication Batch 8* yang menemani selama 1,5 tahun ini.
12. Staff BAA (Biro Administrasi Akademik) dan sivitas akademik Universitas Bakrie yang telah memberikan Bantuan hingga TA ini terselesaikan.

Semoga Tugas Akhir yang berjudul “Komunikasi Pemasaran *Online* Menggunakan Instagram @KIS951FM dalam Membangun *Brand Awareness* Radio KIS 95.1 FM” mendapatkan hasil yang diharapkan dan berguna bagi masyarakat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Jakarta, 24 July 2020



Dhaifina Iken Mazaya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dhaifina Iken Mazaya

NIM : 1171903019

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 RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Komunikasi Pemasaran *Online* Menggunakan Instagram @KIS951FM dalam Membangun *Brand Awareness* Radio KIS 95.1 FM

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 24 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Dhaifina Iken Mazaya)

**KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* MENGGUNAKAN INSTAGRAM
@KIS951FM DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* RADIO KIS
95.1 FM**

Dhaifina Iken Mazaya

ABSTRAK

Saat ini radio berkembang cukup pesat dalam menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat. Dengan semakin banyaknya saluran radio yang mempunyai segmentasi dan target pendengar yang beragam. KIS FM adalah salah satu radio yang melakukan *repositioning* secara besar yang semula merupakan radio orang kantoran menjadi radio perempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana komunikasi pemasaran *online* KIS FM menggunakan Instagram @KIS951FM dalam membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan tiga narasumber yaitu *Vice President of Content* Mahaka Radio Integra, *Head of Digital* Mahaka Radio Integra, dan *Online Content Producer* KIS FM. Dalam dimensi *context* KIS FM membentuk komunikasi dan informasi kepada followersnya bahwa KIS FM adalah radio perempuan dengan cara menggunakan visual berwarna pink dan pastel. Selain itu KIS FM membuat konten-konten yang berhubungan dengan perempuan seperti fashion, make up, gossip, dll. Pada dimensi *communication* KIS FM menggunakan *caption* yang relate dan juga dengan bahasa seperti teman agar terbangunya kedekatan antara KIS FM dengan *followersnya*. Dan pada dimensi *collaboration* KIS FM mengajak pendengar dan juga followersnya untuk terlibat dalam *content* yang dibuat oleh KIS FM agar *brand awareness* KIS FM sebagai radio perempuan akan semakin menyebar dan dapat menjadi *top of mind*

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran *Online*, *Brand Awareness*, Instagram, KIS FM, Radio.

**ONLINE MARKETING COMMUNICATION USING INSTAGRAM
@KIS951FM IN BUILDING BRAND AWARENESS FOR KIS 95.1 FM RADIO**

Dhaifina Iken Mazaya

ABSTRACT

Currently radio is growing quite rapidly in showing its power in influencing society. With the increasing number of radio channels that have various segmentation and target audience. KIS FM is one of the radios that has done major repositioning, from being an office person radio to a female radio. The purpose of this research is to see how KIS FM's online marketing communication uses Instagram @KIS951FM in building brand awareness. This research uses a qualitative approach with descriptive qualitative methods. Researchers conducted in-depth interviews with three sources, namely Vice President of Content Mahaka Radio Integra, Head of Digital Mahaka Radio Integra, and Online Content Producer of KIS FM. In the context dimension, KIS FM forms communication and information to its followers that KIS FM is a female radio by using pink and pastel visuals. In addition, KIS FM creates content related to women such as fashion, make up, gossip, etc. In the communication dimension, KIS FM uses relevant captions and language like friends so that the closeness of KIS FM and its followers can formed. And in the collaboration dimension, KIS FM invites listeners and followers to be involved in the content created by KIS FM so that KIS FM's brand awareness as a female radio will spread more and become top of mind.

Key Words: *Online Marketing Communication, Brand Awareness, Instagram, KIS FM, Radio.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis Penelitian	6
BAB II	8
KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	17
2.2.2.1 Penggunaan Media Sosial	19
2.2.3 Media Sosial.....	23
2.1.4 Instagram.....	25
2.1.5 Brand Awareness	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Objek Penelitian dan subjek penelitian	33

3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	35
3.5	Teknik Analisis Data.....	37
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	38
3.7	Keterbatasan Penelitian	39
BAB IV		40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1.	Gambaran Umum MARI (Mahaka Radio Integra)	40
4.1.2	Visi dan Misi	41
4.1.3	GEN 98,7 FM.....	41
4.1.4	JAK 101 FM.....	42
4.1.5	HOT 93.2 FM.....	43
4.1.5	MUSTANG 88.00 FM	44
4.1.6	MOST 105.8 RADIO	45
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Gambaran Umum KIS 95.1 FM.....	46
4.2.2	Analisis Aspek <i>Context</i> Pada Instagram KIS 95.1 FM	51
4.2.3	Analisis Aspek <i>Communication</i> Pada Instagram KIS 95.1 FM.....	61
4.2.4	Analisis Aspek <i>Collaboration</i> Pada Instagram KIS 95.1 FM.....	68
4.2.5	Analisis Aspek <i>Connection</i> Pada Instagram KIS 95.1 FM	74
4.3	Pembahasan	75
4.3.1	Penggunaan Warna Pastel dan juga Konten Seputar Perempuan....	78
4.3.2	Program <i>Good Morning Kids</i> dalam Instagram KIS FM.....	81
4.3.3	Peggunaan Bahasa yang Dekat dengan <i>Followers</i>	84
4.3.4	Promosi 360 dengan <i>Kis Day Out</i> dan <i>Kis My Workshop</i>	85
4.3.5	Fitur SKALA (Satu Kata Jadi Lagu) dan Mendadak <i>Medley</i>	84
4.3.6	Brand Awareness pada Instagram KIS 95.1 FM	90
BAB V.....		92
KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran.....	94
5.2.1	Saran Teoritis.....	94
5.2.2	Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN.....		xiv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Instagram KIS FM Sebelum <i>Repositioning</i>	4
Gambar 1.2	Tampilan Instagram KIS FM Setelah <i>Repositioning</i>	5
Gambar 2.1	Piramida Dimensi <i>Brand Awareness</i> oleh Aaker (2009).....	29
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 4.1	Logo Mahaka Radio Integra.....	39
Gambar 4.2	MARI dalam Majalah Forbes.....	41
Gambar 4.3	Penyiar Radio GEN FM	41
Gambar 4.4	Penyiar Radio JAK FM	42
Gambar 4.5	Penyiar Radio HOT FM	42
Gambar 4.6	Penyiar Radio Mustang	43
Gambar 4.7	Penyiar Most Radio	44
Gambar 4.8	Penyiar KIS FM	45
Gambar 4.9	Poster Program <i>Good Morning Kids</i>	46
Gambar 4.10	Poster Program <i>Kis In The Morning</i>	47
Gambar 4.11	Poster Program <i>Kis Music Therapy</i> Aisyah Fabien	47
Gambar 4.12	Poster Program <i>Kis Music Therapy</i> Tika Indria	47
Gambar 4.13	Poster Program <i>Afternoon KIS</i>	48
Gambar 4.14	Poster Program <i>Goodnight KIS</i>	48
Gambar 4.15	Poster Program <i>KIS On The Weekend</i>	49
Gambar 4.16	Tampilan <i>Profile</i> Instagram KIS FM	50
Gambar 4.17	Tampilan Instagram KIS FM Bulan September 1.....	51
Gambar 4.18	Konten Instagram KIS FM Agustus 2019 1.....	53
Gambar 4.19	Konten Instagram <i>Good Morning KIS</i> Agustus 2019	54
Gambar 4.20	Konten Instagram <i>KIS In The Morning</i> September 2019	55
Gambar 4.21	Konten Instagram <i>KIS In The Morning</i> September 2019	56
Gambar 4.22	Instagram <i>Stories</i> <i>KIS Music Therapy</i> Agustus 2019	57
Gambar 4.23	Konten <i>#KISNAP</i> Agustus 2019	58

Gambar 4.24 Konten #KISZODIAK September 2019	59
Gambar 4.25 Konten Instagram KIS FM September 2019 2.....	60
Gambar 4.26 Konten Instagram KIS FM September 2019 3.....	62
Gambar 4.27 Kolo <i>Comment</i> Instagram KIS FM September 2019	64
Gambar 4.28 Konten Instagram KIS FM September 2019 4.....	66
Gambar 4.29 Unggahan <i>After Event KIS My Workshop</i> di Infratech	68
Gambar 4.30 Unggahan Instagram <i>Followers KIS FM</i> yang mengikuti #KISMyWorkshop Agustus 2019	69
Gambar 4.31 Konten #GiveawayKIS di Instagram KIS FM Agustus 2019.....	71
Gambar 4.32 Unggahan <i>After Event KIS My Workshop</i> di Infratech	72
Gambar 4.33 Konten #KisDayOut di Instagram KIS FM Agustus 2019.....	72
Gambar 4.34 Tampilan Instagram KIS FM Bulan September 1	75
Gambar 4.35 Konten <i>Hallyu Wafe</i> di Instagram Female Radio.....	76
Gambar 4.36 Konten promo <i>Good Morning Kids</i> bersama Penyanyi Cilik	77
Gambar 4.37 <i>Campaign Good Morning Kids</i> Menyulap Barang Bekas	78
Gambar 4.38 Promo <i>Good Morning Kids Goes To School</i> di Instagram	78
Gambar 4.39 Unggahan <i>After Event Good Morning Kids Goes To School</i> di Instagram.....	79
Gambar 4.40 Promo <i>Kis Day Out</i> di Instagram	81
Gambar 4.41 Unggahan <i>After Event Kis Day Out</i> di Instagram	82
Gambar 4.42 Promo <i>KIS My Workshop</i> di Instagram.....	82
Gambar 4.43 Unggahan <i>After Event KIS My Workshop</i> di Instagram.....	83
Gambar 4.44 SKALA bersama Raisa	84
Gambar 4.45 Mendadak Medley bersama Isyana Syarasvati	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 3.1 Konseptual dan Operasional Konsep.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber Dinda Daud	xiv
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber Eraldhys.....	xxi
Lampiran 1. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber Arzianuari.....	xxix
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Dengan Triangulator Rifa N. Octavia	xliii
Lampiran 1. Transkrip Wawancara Dengan Triangulator Dion Subiakto	xlix