

**PEMANFAATAN INSTAGRAM BAKSO RUSUK SUNANGIRI SEBAGAI
SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



NANDA LISTYAWATI

1161003027

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

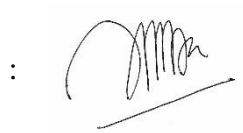
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nanda Listyawati

NIM : 1161003027

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nanda Listyawati', is enclosed in a thin black rectangular border. The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath.

Tanggal : Selasa, 25 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nanda Listyawati

NIM : 1161003027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri
Sebagai *Social Media Marketing* Dalam Membangun
Brand Awareness

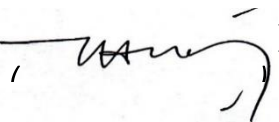
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adrian Arditiar, M.I.Kom

()

Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M. S.M.

()

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

()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri Sebagai *Social Media Marketing* Dalam Membangun *Brand awareness*”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari proses yang dilalui tidak mudah ini tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, dan motivasi dari banyak pihak, Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua

Terima kasih kepada kedua orang tua yang tidak henti memberikan Do'a dan memberikan dukungan kepada peneliti.

2. Adrian Arditiar, M.I.Kom

Terima kasih kepada Pak Adrian selaku dosen pembimbing peneliti, karena telah dengan sabar membimbing peneliti dari awal sampai akhir pengerjaan Tugas Akhir, selalu memberikan masukan, kritisi dan selalu menyediakan waktu dan bantuan kepada peneliti selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.

3. Dra. Suharyanti, M.S.M.

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, dan selaku dosen penguji pertama peneliti yang telah memberikan masukan yang membantu peneliti dalam mengerjakan pada penelitian ini

4. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada para Dosen-Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu segala ilmu yang diberikan kepada peneliti. Khususnya untuk Ibu Dr. Vivid. F. Argarini yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi kepada peneliti selama perkuliahan.

5. Trusyanti Kld Sutrasno, M.Comms

Terima kasih kepada Ibu Trusye selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti, atas segala bimbingan, waktunya serta saran yang telah diberikan kepada peneliti selama masa perkuliahan.

6. Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie

Terima kasih untuk seluruh Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie, Mas Ali Perpustakaan, Bapak Perpustakaan, Pak Erhan, seluruh Petugas BAA yang telah membantu peneliti selama masa perkuliahan, Divisi PR Universitas Bakrie, Mba Ginar, Mas Doddy, Mas Kiky yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menjadi bagian dari Duta Universitas Bakrie, petugas *Cleaning Service* dan seluruh Bapak *Security*.

7. Pihak Terkait

Terima kasih kepada Tiara Laraswati dan Muhammad Farhansyah selaku *key informan* dalam penelitian ini, lalu Muhammad Hary Alfayed, Naufal Galih Utama dan Nilam Dwi Renanda selaku informan tambahan, serta Kak Azzarul Mubin selaku *Triangulator* pada penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini

8. Kresnanda Bintang Pangestu

Terima kasih kepada Kresnanda karena selalu memberikan dukungan, motivasi dan selalu ada pada setiap keadaan yang dialami oleh peneliti.

9. Teman-teman Selamanya Kuat

Terima kasih kepada Aldi, Alief, Balqis, Myrza, Nathasya, Saura dan Veira, yang menjadi teman seperjuangan peneliti selama di perkuliahan dan tidak henti-hentinya untuk saling memberikan dukungan serta Do'a selama kita mengerjakan Tugas Akhir ini. Hayuk SELAMANYA KUAT WISUDA 2020!

10. DOLLAY

Terima kasih kepada Devista, Mar'atul, Neshia, dan Safira, yang selalu menjadi sahabat terbaik bagi peneliti sejak 8 tahun dan tidak henti memberikan dukungan serta do'a selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

11. HMILKOM-UB 2017/2018

Terima kasih kepada teman-teman HMILKOM-UB atas kenangan yang luar biasa selama perkuliahan, dan selalu saling mendukung serta menyemangati selama mengerjakan tugas akhir ini.

12. Teman-teman Ilmu Komunikasi dan Marcomm 2016

Terima kasih telah berjuang bersama dari tahun pertama dan selalu memberikan warna selama peneliti menjalani perkuliahan dan saling menyemangati untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata Peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu Peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Bekasi, 25 Agustus 2020

Peneliti,



Nanda Listyawati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nanda Listyawati
NIM : 1161003027
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:

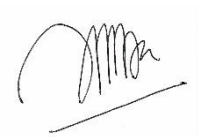
“Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri Sebagai *Social Media Marketing* dalam Membangun *Brand Awareness*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : Bekasi
Pada tanggal : 25 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Nanda Listyawati

**PEMANFAATAN INSTAGRAM BAKSO RUSUK SUNANGIRI SEBAGAI
SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS**

Nanda Listyawati

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri Sebagai *Social Media Marketing* Dalam Membangun *Brand awareness* ini melihat dari fenomena berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia pada tahun 2020. Dimana untuk dapat bersaing dengan kompetitor dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, maka bisnis kuliner tersebut memerlukan usaha yang kreatif serta inovatif dalam proses pemasarannya, salah satunya dengan menggunakan media sosial Instagram. Bakso Rusuk Sunangiri merupakan salah satu bisnis kuliner yang ikut memanfaatkan media sosial Instagram. Bisnis kuliner yang berdiri sejak tahun 2018 ini, menggunakan media sosial Instagram sebagai media yang utama dalam membangun *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri sebagai *social media marketing* dalam membangun *brand awareness*. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori dan konsep Pemanfaatan Instagram dari Chris Heuer dalam Solis dan *Brand awareness* dari Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi deskriptif dan menggunakan teknik wawancara secara mendalam dengan dua orang *key informan*, tiga informan tambahan, dan satu Triangulator. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram yang digunakan oleh Bakso Rusuk Sunangiri sudah sesuai dengan keempat komponen dari Chris Heuer dalam Solis yaitu *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection*, namun pada pemanfaatannya masih ada yang belum dimaksimalkan di antaranya pada komponen *communication* dan *collaboration*. Untuk pemanfaatan Instagram dalam membangun *brand awareness* Bakso Rusuk Sunangiri sudah melakukan dua tahapan menurut Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob yaitu *recognition* dan *recall*.

Kata kunci: Media Sosial, *Social Media Marketing*, Instagram, *Brand awareness*, Bakso Rusuk Sunangiri

**THE UTILIZATION OF INSTAGRAM BAKSO RUSUK SUNANGIRI AS
SOCIAL MEDIA MARKETING IN BUILDING BRAND AWARENESS**

Nanda Listyawati

ABSTRACT

The research entitled The Utilization of Instagram Bakso Rusuk Sunangiri As Social Media Marketing In Building Brand awareness comes from the phenomenon of the growth of culinary business in Indonesia in 2020. Where to be able to compete with competitors and adjust to technological developments, the culinary business requires a business that creative and innovative in the marketing process, one of them by using social media Instagram. Bakso Rusuk Sunangiri is one of the culinary businesses that also uses Instagram social media.. Culinary business that was founded in 2018, uses social media Instagram as the main media in building brand awareness. This research aims to determine the use of Instagram Bakso Rusuk Sunangiri as social media marketing in building brand awareness. This research was examined using the theory and concept of Utilizing Instagram from Chris Heuer in Solis and Brand awareness from Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob. The approach used in this research is qualitative with descriptive study methods and using in-depth interviews with two key informants, three additional informants, and one Triangulator.. The results of this study indicate that the utilization of Instagram used by Bakso Rusuk Sunangiri in accordance with all four components of Chris Heuer in Solis that is context, communication, collaboration, and connection, but there are still not maximized utilization of them in the components of communication and collaboration. For the use of Instagram in building brand awareness, Bakso Rusuk Sunangiri has done two stages according to Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, that is recognition and recall

Keywords: *Social Media, Social Media Marketing, Instagram, Brand awareness, Bakso Rusuk Sunangiri*

DAFTAR ISI

	Halaman
UNGKAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pusaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	28
2.2.1 Komunikasi	28
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	29
2.2.3 Bauran Pemasaran	30
2.2.4 <i>Digital Marketing</i>	31
2.2.5 <i>Social Media Marketing</i>	33
2.2.6 Instagram	35
2.2.7 <i>Brand awareness</i>	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III.....	43

METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Objek Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Sumber Data	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Definisi Konseptual	48
3.4.1 Definisi Konseptual	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	53
3.7 Batasan Penelitian	55
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Bakso Rusuk Sunangiri	57
4.1.2 Profil Informan.....	58
4.1.3 Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	62
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.2 Pemanfaatan Social Media Instagram Bakso Rusuk Sunangiri Sebagai Social Media Marketing.....	66
4.2.3 <i>Brand awareness</i> Bakso Rusuk Sunangiri.....	100
4.3 Pembahasan.....	112
4.3.1 Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri Sebagai Social Media Marketing.....	112
4.3.2 Pemanfaatan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri sebagai Social Media Marketing dalam Membangun <i>Brand awareness</i>	134
4.3.3 Temuan Tambahan Mengenai Promosi Bakso Rusuk Sunangiri dalam Membangun <i>Brand awareness</i>	140
BAB V.....	148
KESIMPULAN DAN SARAN	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran.....	151
5.2.1 Saran Teoritis	151

5.2.2 Saran Praktis.....	151
DAFTAR PUSTAKA	152
LAMPIRAN.....	155

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Tren Internet dan Media Sosial Januari 2020 di Indonesia Januari 2020 di <i>Indonesia</i>	2
Gambar 1.2 Tampilan Instagram What’s Up Café.....	4
Gambar 1.3 Social Marletters’ Biggest Goals.....	5
Gambar 1.4 Primary Goals for Marketers on Instagram.....	6
Gambar 1.5 Tampilan Instagram Ayam Keprabon.....	7
Gambar 1.5 Tampilan Instagram Bakso Rusuk Samahudi	8
Gambar 1.6 Tampilan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	9
Gambar 4.1 Logo Bakso Rusuk Sunangiri.....	54
Gambar 4.2 Tiara Laraswati. 23 tahun, <i>Marketing Communication</i> Bakso Rusuk Sunangiri.....	56
Gambar 4.3 Muhammad Farhansyah, 22 tahun, <i>Content Creator</i> Bakso Rusuk Sunangiri	56
Gambar 4.4 Naufal Galih Utama, 22 tahun, Follower Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	57
Gambar 4.5 Nilam Dwi Renanda, 21 tahun, Follower Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	57
Gambar 4.6 Muhammad Harry Alfayed, 23 tahun, Follower Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	58
Gambar 4.7 Azzarul Mubin Praktisi di bidang Social Media Specialist	59
Gambar 4.8 Tampilan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri per-tanggal 2 Juni 2020.....	60
Gambar 4.9 Tampilan Foto Profil Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	60
Gambar 4.10 Tampilan Hilight Instagram <i>Story</i> Bakso Rusuk Sunangiri.....	61
Gambar 4.11 Tampilan IGTV Bakso Rusuk Sunangiri	61
Gambar 4.12 Tampilan <i>feed</i> Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	62
Gambar 4.13 Tampilan <i>feed</i> Instagram Bakso Rusuk Sunangiri yang menampilkan warna tone dan font yang senada	65

Gambar 4.14 Tampilan Caption Bakso Rusuk Sunangiri	68
Gambar 4.15 Tampilan <i>Hastag</i> Yang Digunakan Bakso Rusuk Sunangiri Pada Saat Ini	70
Gambar 4.16 Tampilan Menu yang diunggah Bakso Rusuk Sunangiri.....	71
Gambar 4.17 Konten Promo Bakso Rusuk Sunangiri.....	73
Gambar 4.18 Komentar Pada Konten Promosi Bakso Rusuk Sunangiri	74
Gambar 4.19 Konten Ucapan Ulang Tahun <i>Outlet</i> Bakso Rusuk Sunangiri	75
Gambar 4.20 Komentar Followers terhadap konten Ucapan Ulang Tahun <i>Outlet</i> Bakso Rusuk Sunangiri	76
Gambar 4.21 Konten Pengumuman Penutupan Sementara <i>Outlet</i> Bakso Rusuk Sunangiri	76
Gambar 4.22 Konten Cara Orden Online di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	77
Gambar 4.23 Konten Ucapan Hari-Hari Besar Nasional di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	78
Gambar 4.24 Konten Foto Menu di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	79
Gambar 4.25 Konten Games di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	80
Gambar 4.26 Komentar Followers pada Konten Games di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	81
Gambar 4.27 Konten Tanya-Jawab di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	81
Gambar 4.28 Komentar Followers pada Konten Tanya-Jawab di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	82
Gambar 4.29 Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway pertama di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	83
Gambar 4.30 Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	84
Gambar 4.31 Konten Ambience di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	85
Gambar 4.32 Konten Repost Video <i>Food Vlogger</i> Di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	86
Gambar 4.33 Highlight Instagram <i>Story</i> Bakso Rusuk Sunangiri	88
Gambar 4.34 Konten Instagram <i>Story</i> Bakso Rusuk Sunangiri.....	88
Gambar 4.35 Konten IGTV Bakso Rusuk Sunangiri.....	89

Gambar 4.36	Komentar yang dibalas oleh Bakso Rusuk Sunangiri	91
Gambar 4.37	Komentar yang tidak dibalas oleh Bakso Rusuk Sunangiri	92
Gambar 4.38	Konten Giveaway Untuk Mengajak Kerjasama Followers pada Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	93
Gambar 4.39	Kegiatan Amal Untuk Mengajak Kerjasama Followers pada Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	94
Gambar 4.40	Unggahan Beberapa Selebgram Yang Memberikan Review Terhadap Menu Bakso Rusuk Sunangiri	98
Gambar 4.41	Unggahan dari Laras Yerinita dan Aditya Harivonda yang Memberikan Review Terhadap Menu Bakso Rusuk Sunangiri.....	99
Gambar 4.42	Cuplikan dari beberapa Food Vlogger yang Memberikan Review Terhadap Menu Bakso Rusuk Sunangiri	99
Gambar 4.43	Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway pertama di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	101
Gambar 4.44	Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway di Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	102
Gambar 4.45	Program Kuliner Bikin Laper Trans TV yang mereview Bakso Rusuk Sunangiri	107
Gambar 4.46	Program Kuliner Enaknya Mantul Trans7 yang mereview Bakso Rusuk Sunangiri	107
Gambar 4.47	Tampilan <i>feed</i> Instagram Bakso Rusuk Sunangiri yang menampilkan warna tone dan font yang senada	112
Gambar 4.48	Gaya Bahasa Pada Caption Bakso Rusuk Sunangiri.....	113
Gambar 4.49	Komentar yang tidak dibalas oleh Bakso Rusuk Sunangiri	121
Gambar 4.50	Konten Giveaway Untuk Mengajak Kerjasama Followers pada Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	125
Gambar 4.51	Kegiatan Amal Untuk Mengajak Kerjasama Followers pada Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	127
Gambar 4.52	Penempatan logo yang selalu ada pada setiap unggahan Bakso Rusuk Sunangiri	132
Gambar 4.53	<i>Hashtag</i> yang digunakan Instagram Bakso Rusuk Sunangiri	133

Gambar 4.54 Unggahan Beberapa Selebgram Yang Memberikan Review Terhadap Menu Bakso Rusuk Sunangiri	137
Gambar 4.55 Cuplikan dari beberapa Food Vlogger yang Memberikan Review Terhadap Menu Bakso Rusuk Sunangiri	138
Gambar 4.56 Program Kuliner Bikin Laper Trans TV yang mereview Bakso Rusuk Sunangiri.....	142

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	17
Tabel 3.1 Definisi Konseptual.....	49

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.2 Unsur Komunikasi	29
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
Bagan 3.1 Teknik Analisis Data.....	51