

**Strategi *Social Media* Marketing Ramu Nostalgia Melalui Instagram
@ramunostalgia.id**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Rizky Anggara

1181001140


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

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 Anggara

NIM : 1181001140

Tanda Tangan : 

Tanggal : 23 Agustus 2022

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL TUGAS AKHIR
STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING RAMU NOSTALGIA MELALUI
INSTAGRAM @RAMUNOSTAGIA.ID

PROPOSAL TUGAS AKHIR



Oleh

Rizky Anggara

1181001008

Jakarta, 25 Oktober 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM.

Dosen Pembahas



Ananda Fortunisa, S.E., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rizky Anggara
NIM : 1181001140
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Proposal : Strategi *Social Media Marketing* Ramu Nostalgia
Melalui Instagram @ramunostalgia.id

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

Dewan Penguji

Pembimbing : Urip Sedyowidodo, Ir.,M.M., IPM., Dr. ()

Penguji 1 : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. (
Muchsin)

Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Desember 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat serta karunia- Nya. Sehingga, penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul " Strategi Social Media Marketing Ramu Nostalgia Melalui Instagram@ramunostalgia. id". Penyelesaian dalam penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini atas bantuan serta support dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar- besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan Tugas Akhir ini kepada:

1. Allah SWT, Mama dan Ayah, serta kakak tercinta Anggita Febriani yang selalu memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis selama perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas akhir ini dengan penuh semangat.
2. Bapak Urip Sedyowidodo, Ir.,M.M., IPM., Dr. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga, waktu, pikiran, serta saran bimbingan yang bermanfaat selama penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. dan Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. Selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan tanggapan untuk menyempurnakan tugas akhir ini.
4. Para dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie.
5. Fitriana Nur yang telah meluangkan waktu serta saran dalam proses penulisan tugas akhir ini.
6. Finda, Jihan, Eki, Adiva, Kinanti, dan Tri selaku teman penulis yang telah menemani dari awal berkuliah dan memberikan semangat serta motivasi untuk penulis.
7. Rekan – rekan Himpunan Mahasiswa Manajemen 2018 yang telah bersama – sama mendapatkan pengalaman yang berharga semasa berorganisasi di Universitas Bakrie.
8. Seluruh teman – teman Program Studi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu – persatu yang sudah menemani penulis selama masa perkuliahan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rizky Anggara
NIM : 1181001140
Program Studi : .Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Strategi *Social Media Marketing* Ramu Nostalgia Melalui Instagram @ramunostalgia.id


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 : 23 Desember 2022

Yang menyatakan


(.....)

Strategi Social Media Marketing Ramu Nostalgia Melalui Instagram @ramunostalgia.id

Rizky Anggara¹

ABSTRAK

Tugas akhir dengan judul Strategi Social Media Marketing Ramu Nostalgia Melalui Instagram @ramunostalgia.id. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi social media marketing Ramu Nostalgia melalui instagram @ramunostalgia.id dalam meningkatkan brand wareness dan mengetahui faktor – faktor apa saja yang menentukan Ramu Nostalgia dalam social media marketing di Instagram. Pada penelitian ini menggunakan teori dan konsep social media marketing oleh Chen dan Lin (2018) dalam Satrioadi (2021) dan brand awareness oleh (Fariastuti & Azis, 2019). Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor - faktor yang menentukan Ramu Nostalgia dalam melakukan social media marketing di instagram yaitu dari tingkat distribusi channel, segi visual dan segmentasi - segmentasi serta penempatan - penempatan dari setiap audiencenya itu lebih tertata kalau instagram. Ramu Nostalgia telah memenuhi semua kategori dari dimensi social media marketing yaitu entertainment, interactions, trendiness, customization, dan worth-of-mouth. Hal ini dapat dilihat dari konten-konten yang sudah diunggah oleh Ramu Nostalgia di Instagram. Ramu Nostalgia sudah memberikan informasi terbaru dan terkini yang membuat followers mendapatkan kabar baru dari unggahan instagram Ramu Nostalgia. Dalam upaya meningkatkan brand awareness, Ramu Nostalgia sudah melakukan empat tahapan awareness yaitu unware of brand, brand recognition, brand recall dan top of mind. Hal ini merupakan pencapaian yang baik dan bisa dikembangkan lagi.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Brand Awareness, Digital Marketing.*

¹ Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bakrie

**STRATEGY OF SOCIAL MEDIA MARKETING RAMU NOSTALGIA THROUGH
INSTAGRAM @RAMUNOSTALGIA.ID**

Rizky Anggara²

ABSTRACT

The final project is entitled Social Media Marketing Strategy Ramu Nostalgia Through Instagram @ramunostalgia.id. This study aims to find out how Ramu Nostalgia's social media marketing strategy through Instagram @ramunostalgia.id in increasing brand awareness and find out what factors determine Ramu Nostalgia in social media marketing on Instagram. This research uses the theory and concept of social media marketing by Chen and Lin (2018) in Satrioadi (2021) and brand awareness by (Fariastuti & Azis, 2019). The research method used for this research is the descriptive analysis method with a qualitative approach. The results of this study indicate that the factors that determine Ramu Nostalgia in conducting social media marketing on Instagram, namely the level of channel distribution, visual aspects, and segmentation and placement of each audience are more orderly than Instagram. Ramu Nostalgia has fulfilled all categories of social media marketing dimensions, namely entertainment, interactions, trendiness, customization, and worth-of-mouth. This can be seen from the content uploaded by Ramu Nostalgia on Instagram. Ramu Nostalgia has provided the latest and most up-to-date information which makes followers get new news from Ramu Nostalgia's Instagram uploads. To increase brand awareness, Ramu Nostalgia has carried out four awareness stages, namely unaware of the brand, brand recognition, brand recall, and top of mind. This is a good achievement and can be further developed.

Keywords : Social Media Marketing, Brand Awareness, Digital Marketing.

² Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS i

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL TUGAS AKHIR..... ii

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR iii

UNGKAPAN TERIMA KASIH iv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... v

ABSTRAK vi

ABSTRACTvii

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR GAMBAR..... x

DAFTAR TABELxi

Daftar Lampiran.....xii

BAB I..... 1

Pendahuluan..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.4 Manfaat Penelitian..... 6

1.4.1 Manfaat Teoritis 6

1.4.2 Manfaat Praktis 6

BAB II 7

TINJAUAN PUSTAKA..... 7

2.1 Digital Marketing..... 7

2.2 Social Media Marketing 8

2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Social Media Marketing 9

2.3 Instagram..... 12

2.4 Brand Awareness 14

2.5 Penelitian Terdahulu 15

2.6 Kerangka Pemikiran 19

BAB III..... 21

METODOLOGI PENELITIAN 21

3.1 Metode Penelitian..... 21

3.2 Subjek Penelitian 21

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.3.1 Sumber Data.....	22
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	24
3.4.1 Definisi Konsep	24
3.4.2 Operasional Konsep.....	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Teknik Keabsahan Data	29
3.7 Keterbatasan Penelitian	30
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Sejarah Ramu Nostalgia.....	31
4.1.2 Bidang Usaha Ramu Nostalgia	31
4.1.3 Visi Misi Ramu Nostalgia	33
4.2 Strategi Social Media Marketing Ramu Nostalgia Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness	34
4.3. Faktor - Faktor yang Menentukan Ramu Nostalgia Dalam Social Media Marketing Melalui Instagram.....	51
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	54
5,1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
Daftar Pustaka	56
Lampiran 1	58
Lampiran 2	65
Wawancara Informan	65
Wawancara Key Informan Ramu Nostalgia	65
Wawancara Triangulator.....	79
Wawancara Finda Follower Ramu Nostalgia	87
Wawancara Riyanti Follower Ramu Nostalgia.....	90
Wawancara Ifah Follower Ramu Nostalgia	93
Lampiran 3 Dokumentasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia (2020-2021)	2
Gambar 1. 2 Post Instagram Kompetitor Coffeshop.....	3
Gambar 1. 3 Instagram Ramu Nostalgia.....	4
Gambar 1. 4 Engagement Rate Instagram @ramunostalgia.id	5
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness.....	14
Gambar 4. 1 Produk Minuman Ramu.....	32
Gambar 4. 2 Flow Kerjasama Franchise	32
Gambar 4. 3 Total Followers dan View Reels per bulan Instagram Ramu Nostalgia Tahun 2022	35
Gambar 4. 4 Screenshot Instagram Followers yang Mengetag Ramu Nostalgia.....	36
Gambar 4. 5 Konten Video Kreatif Ramu Nostalgia	37
Gambar 4. 6 Konten Interaktif Giveaway Ramu Nostalgia	38
Gambar 4. 7 Konten Informasi Terbaru dan Terkini Ramu Nostalgia.....	40
Gambar 4. 8 Post Instagram Ramu Nostalgia	41
Gambar 4. 9 Instastory followers Ramu Nostalgia	43
Gambar 4. 10 Program atau Event Ramu Nostalgia	50
Gambar 4. 11 Profile Akun Instagram Ramu Nostalgia	51
Dokumentasi 1 Foto Bersama Manajemen Pemasaran Ramu Nostalgia.....	95
Dokumentasi 2 Foto Bersama Triangulator.....	95

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Operasional Konsep 28

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Informan	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Key Informan Ramu Nostalgia	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Triangulator.....	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Finda Follower Ramu Nostalgia	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Riyanti Follower Ramu Nostalgia.....	Error! Bookmark not defined.
Wawancara Ifah Follower Ramu Nostalgia	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.