

**Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan *Brand Awareness*  
melalui Instagram The Monday Ritual**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Jeihan El Bianca**

**1221913005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS  
BAKRIE  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jehan El Bianca

Nim : 1221913005

Tanda tangan :



Tanggal : 24 Februari 2024

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jeihan El Bianca

NIM : 1221913005

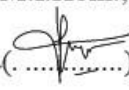
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

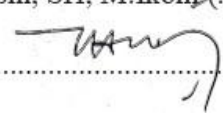
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan *Brand Awareness* melalui Instagram The Monday Ritual

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 : Ngurah Rangga Wiwesa, S.I.Kom., M.I.Kom., CICS (..........)

Penguji 1 : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom (..........)

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M. (..........)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2024

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Segegap civitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jeihan El Bianca  
Nim 1221913005  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Jenis tugas akhir

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan setuju untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Loyalty Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan *Brand Awareness* melalui Instagram The Monday Ritual**

Beserta pangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas loyalty non- eksklusif ini pihak Universitas Bakrie berhak menyimpah, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 27 Februari 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat ridho-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan *Brand Awareness* melalui Instagram The Monday Ritual”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat yang harus ditempuh dalam proses penyelesaian pendidikan sarjana program studi ilmu komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Perlu diakui bahwa dalam proses menyusun skripsi ini memerlukan kerja keras dan kegigihan yang luar biasa, namun semua ini tidak dapat terlaksana tanpa bantuan berbagai pihak yang sangat berarti untuk saya. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak, diantaranya:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Atas rahmat dan karunia-Nya, Penulis mendapatkan kesempatan untuk meneruskan pendidikan Kembali serta dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik mungkin. Maha besar rencananya yang akhirnya mewujudkan impian penulis pada waktu yang tepat setelah sebelumnya gagal meraih gelar Sarjana.

### **2. Keluarga**

Terima kasih kepada keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas semua dukungan, doa dan dukungan moral yang tidak ternilai sampai akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini.

### **3. Ngurah Rangga Wiwesa, S.I.Kom., M.I.Kom., CICS**

Terima kasih kepada Mas Rangga selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas bantuan dan saran yang diberikan selama ini. Semoga segala bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak dibalas dengan pahala kebaikan oleh Tuhan.

**4. Ghina dan The monday Ritual**

Terima kasih kepada Ghina Tsabitanisa selaku *owner* dari The Monday Ritual atas izin, dukungan, dan memberikan ide atas penelitian ini serta membantu dalam melakukan penyusunan skripsi ini. Tanpa dukungan dari beliau peneliti tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

**5. RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom**

Terima kasih kepada Miss Roro selaku selaku Dosen Pembahas (Penguji) pada saat seminar proposal dilaksanakan dan telah memberikan masukan serta saran kepada penelitian ini.

**6. Adrian Arditiar**

Terima kasih kepada Pak Adrian Arditiar selaku triangulator pada penelitian ini yang telah menyempatkan waktunya untuk membantu peneliti dan telah memberikan berbagai *insight* selama perkuliahan.

**7. Seluruh Informan**

Terima kasih selaku Informan yang telah diwawancara untuk penyusunan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini, Saya sadari masih banyak kekurangan dan kesalahan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang Saya miliki. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati saya sangat berharap masukan dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini. Harapan saya skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para peneliti selanjutnya dan untuk masyarakat luas pada umumnya.

Tangerang, 26 Februari 2024



Jeihan El Bianca

**Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan *Brand Awareness* melalui Instagram The Monday Ritual**

Jeihan El Bianca

---

**Abstrak**

Minat masyarakat Indonesia pada produk kecantikan lokal terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini menimbulkan adanya persaingan antara pelaku bisnis kecantikan di Indonesia untuk terus melakukan inovasi pada pemasarannya agar dapat diminati oleh masyarakat. Salah satu usaha dalam membangun strategi pemasaran adalah dengan meningkatkan *brand awareness* melalui Instagram seperti yang dilakukan oleh brand The Monday Ritual. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pada penelitian ini, The Monday Ritual dengan penggunaan media sosial yang cerdas, konten yang relevan dan menarik, serta penggunaan data pelanggan yang baik, semuanya dapat berkontribusi dalam membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggannya mampu meningkatkan tingkat *brand awareness*. Namun kurangnya pemanfaatan fitur pada instagram dan pembuatan konten tidak sesuai tren menjadi hambatan dalam upaya meningkatkan *brand awareness* The Monday Ritual. Brand harus terus melakukan inovasi serta mengasah kreativitas untuk dapat meningkatkan *brand awareness* di tengah masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, *Brand Awareness*, dan Instagram.

**Digital Marketing Strategy to Increase Brand  
Awareness through Instagram The Monday Ritual**

Jeihan El Bianca

---

**Abstract**

Indonesian people's interest in local beauty products continues to increase every year. This creates competition between beauty business players in Indonesia to continue to innovate in their marketing so that it can be sought after by the public. One effort to build a marketing strategy is to increase brand awareness through Instagram, as is done by The Monday Ritual brand. The analytical method used is a qualitative approach with a case study approach. In this research, The Monday Ritual with smart use of social media, relevant and interesting content, and good use of customer data, can all contribute to building strong relationships between the company and its customers, able to increase the level of brand awareness. However, the lack of use of features on Instagram and the creation of content that does not match trends are obstacles in efforts to increase brand awareness for The Monday Ritual. Brands must continue to innovate and hone creativity to increase brand awareness in society.

**Keywords:** Marketing Strategy, Brand Awareness, and Instagram.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vii</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>13</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>13</b>
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
1.5 Manfaat Teoritis .....	19
1.6 Manfaat Praktis .....	19
<b>BAB II</b> .....	<b>21</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>21</b>
2.1 Konsep yang Relevan.....	21
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	21
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital & Langsung.....	22
2.1.3 Media sosial.....	24
2.1.4 Instagram .....	24
2.1.5 Konten .....	26
2.1.6 Brand Awareness.....	27
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Pembaruan.....	29
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	41
<b>BAB III</b> .....	<b>43</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Desain Pendekatan .....	43
3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	44
3.3 Pengumpulan Data .....	45
3.3.1 Sumber Data .....	45
3.3.2 Teknik pengumpulan data .....	46
3.3.3 Analisis Data .....	48
3.4 Triangulasi Data .....	48
3.5 Operasionalisasi Konsep/isu.....	49
<b>BAB IV</b> .....	<b>52</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52

4.1.1	Gambaran Umum Akun Instagram The Monday Ritual .....	52
4.1.2	Visi Misi akun Instagram The Monday Ritual .....	54
4.2	Penyajian Data.....	54
4.2.1	Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness	54
4.2.2	Strategi Pemasaran Pada Akun Instagram The Monday Ritual Melalui Media Sosial Instagram .....	56
4.2.3	Peningkatan brand awareness melalui Instagram The Monday Ritual .....	60
4.2.3	Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Akun Instagram The Monday Ritual Melalui Media Sosial Instagram.....	63
4.3	Pembahasan Penelitian .....	65
4.3.1	Pengembangan The Monday Ritual pada Akun Instagram The Monday Ritual	65
4.3.2	Strategi pemasaran pada fitur di Instagram The Monday Ritual .....	65
4.3.3	Kaitan Antara Akun Instagram The Monday Ritual dengan Brand Awareness	66
<b>BAB V .....</b>		<b>70</b>
<b>PENUTUP .....</b>		<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran.....	70
<i>Lampiran I</i> .....		80
Skrip wawancara dengan sumber Primer (Owner + penanggung jawab instagram The Monday Ritual).		
<i>Lampiran II</i> .....		82
Skrip wawancara dengan sumber triangulasi (untuk keabsahan teori, ahli digital instagram).....		
		82

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1 1** Konten The Monday Ritual .....16  
**Gambar 1 2** Konten Scarlett Whitening.....17  
**Gambar 1 3** Konten Instagram Bali Alus .....17  
**Gambar 1 4** Akun Instagram The Monday Ritual .....18

**Gambar 2 1** The Pyramid of Brand Awareness .....28

**Gambar 4 1** Logo Instagram The Monday Ritual.....52  
**Gambar 4 2** Halaman Utama Instagram The Monday Ritual .....54  
**Gambar 4 3** Konten Word Of Mouth .....57  
**Gambar 4 4** Engagement Konten KOL Word Of Mouth .....58  
**Gambar 4 5** Konten Feed Instagram.....59  
**Gambar 4 6** Konten Reels The Monday Ritual .....62  
**Gambar 4 7** Highlight Instagram The Monday Ritual.....67

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Penelitian Terdahulu.....	24
<b>Tabel 2.1</b> Operasionalisasi Konsep/Isu.....	37