

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KAMPANYE
#MURAHNYATERDENGARSAMPAILANGIT DALAM MEMBENTUK
BRAND AWARENESS PT KLIK LOGISTICS INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



ELLIASA TRIVENA ANGELINA

1231913029

**FAKULTAS
PROGRAM STUDI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Elliasa Trivena Angelina

NIM : 1231913029

Tanggal : 7 Februari 2025

Tanda Tangan : 

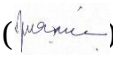
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini Diajukan Oleh:

Nama : Elliasa Trivena Angelina
NIM : 1231913029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Politik
Judul Skripsi : Peran Media Sosial Instagram Pada Kampanye
#MurahnyaTerdengarSampaiLangit dalam *Membentuk*
Brand
Awareness PT Klik Logistics Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembimbing 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.

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si ()

Pembahas 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac., CSRA ()

Pembahas 2 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Februari 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Peran Media Sosial Instagram Pada Kampanye #MurahnyaTerdengarSampaiLangit dalam Membentuk Brand awareness PT Klik Logistics Indonesia”** ini dengan baik. Skripsi ini penulis susun sebagai pemenuhan syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, tahun 2024.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin penulis selesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan yang penulis dapatkan dari beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui pengantar ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan rasa terima kasih penulis kepada:

1. Prof. Sofia W. Alisjahbana selaku Rektor Universitas Bakrie.
2. Dr.rer.pol. Aditya Batara Gunawan, S.Sos., M.Litt selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Politik.
3. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing selama penyusunan penelitian ini.
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Politik.
5. Dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, Bapak [Sutan Fredick Kasim] dan Ibu [A. Nurdiana Iskandar], yang telah memberikan dukungan penuh, baik moral, materiil, maupun doa yang tak terhingga selama proses penulisan tugas akhir ini. Tanpa cinta dan kasih sayang kalian, saya tidak akan bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan doa yang tak pernah putus dari kalian.
7. Tak lupa, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman saya, yaitu Alza Aliwan dan Natasya Alifia Putri yang selalu memberikan

dukungan dan motivasi. Kalian tidak hanya teman biasa, tetapi juga sahabat yang selalu memberikan semangat ketika saya merasa lelah dan terpuruk. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, serta atas setiap tawa, nasihat, dan kebersamaan yang kita lewati bersama.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi Pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Jakarta, 7 Februari 2025



Elliasa Trivena Angelina

1231913029

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Elliassa Trivena Angelina
NIM : 1231913029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : 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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran Media Sosial Instagram Pada Kampanye

**#MurahnyaTerdengarSampaiLangit dalam Membentuk Brand awareness PT
Klik Logistics Indonesia**

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
Tanggal : 7 Februari 2025

Yang Menyatakan



Elliassa Trivena Angelina

ABSTRAK

Kampanye #MurahnyaTerdengarSampaiLangit yang dilakukan oleh PT Klik Logistics Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram untuk membangun *brand awareness* dengan cara yang kreatif dan efektif. Mengingat peningkatan penggunaan media sosial dalam pemasaran digital, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan strategi yang dapat menjangkau audiens secara lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus terhadap akun Instagram @kliklogistics. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun, pengikut, dan pakar komunikasi, serta analisis konten kampanye di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *reels*, *stories*, dan *user-generated content* (UGC) dengan baik. Penggunaan tagar yang menarik, visual yang konsisten, serta interaksi aktif dengan audiens terbukti efektif dalam meningkatkan *brand recognition* dan *brand recall*. Kampanye ini juga berhasil membangun koneksi emosional dengan audiens melalui narasi layanan logistik yang terjangkau namun berkualitas. Partisipasi audiens dalam UGC dan kolaborasi dengan *influencer* turut memperluas jangkauan kampanye secara organik. Kesimpulannya, media sosial Instagram memainkan peran penting dalam membentuk *brand awareness* PT Klik Logistics Indonesia melalui kampanye #MurahnyaTerdengarSampaiLangit. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur pemasaran digital di sektor logistik dan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi media sosial yang efektif.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Kesadaran Merek, dan Kampanye Digital.

ABSTRACT

#MurahnyaTerdengarSampaiLangit campaign by PT Klik Logistics Indonesia utilizes Instagram as a platform to effectively and creatively build brand awareness. With the increasing use of social media in digital marketing, companies must adapt to strategies that can reach a wider audience. This study employs a descriptive qualitative method with a case study approach to the @kliklogistics Instagram account. Data was gathered through in-depth interviews with account managers, followers, and communication experts, as well as content analysis of the campaign on Instagram. The results show that the campaign effectively uses various Instagram features such as reels, stories, and user-generated content (UGC). The use of engaging hashtags, consistent visuals, and active interaction with the audience has proven effective in enhancing brand recognition and recall. The campaign also successfully builds an emotional connection with the audience through narratives about affordable yet high-quality logistics services. Audience participation in UGC and collaboration with influencers further expanded the campaign's reach organically. In conclusion, Instagram plays a significant role in building brand awareness for PT Klik Logistics Indonesia through the *#MurahnyaTerdengarSampaiLangit* campaign. This study contributes to the literature on digital marketing in the logistics sector and serves as a reference for companies in designing effective social media strategies.

Keywords: Instagram Social Media, Brand awareness, and Digital Campaign.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Definisi Konsep dan Pendekatan Teori	8
2.1.1 Definisi Konsep	8
2.1.2 Pendekatan Teori	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	27
3.2.1 Objek Penelitian.....	27
3.2.2 Subjek Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29

3.4 Teknik Analisis Data	30
3.5 Triangulasi Data	32
3.5 Operasionalisasi Konsep	33
BAB IV	37
PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	37
4.1.1 Akun Instagram PT Klik Logistics Indonesia	37
4.2 Penyajian Data.....	39
4.2.1 Konten (<i>Content</i>)	41
4.2.2 Komunikasi (<i>Communication</i>).....	44
4.2.3 Kolaborasi (<i>Collaboration</i>)	47
4.2.4 Komunitas (<i>Community</i>).....	49
4.2.5 <i>Brand awareness</i>	51
4.3 Pembahasan dan Diskusi	53
BAB V.....	77
SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	78
5.3 Saran dan Implikasi	78
5.3.1 Untuk PT Klik Logistics Indonesia.....	78
5.3.2 Untuk Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Sosial Januari 2022-Januari 2024	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Triangulasi Data	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	33
Tabel 4.1 Temuan Hasil Wawancara.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 Transkrip Wawancara Pengelola Akun Instagram @kliklogistics</u>	86
<u>Lampiran 2 Transkrip Wawancara Pengikut Akun Instagram @kliklogistics</u> ..	91
<u>Lampiran 3 Transkrip Wawancara Pakar Ahli</u>	95