

**Analisis Strategi Konten Instagram dalam
Membangun Brand Awareness Program Lorong
Sejarah Kementerian Pertahanan Republik
Indonesia**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



Nazila Nur Fatiha

Sungkar 1221003134

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA 2026**

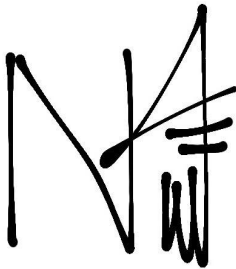
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nazila Nur Fatiha Sungkar

NIM : 1221003134

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'NF' with a stylized flourish below it.

Tanggal, 28 Juli 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nazila Nur Fatiha Sungkar

NIM : 1221003134

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : **Analisis Strategi Konten Instagram dalam Membangun Brand Awareness Program Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan Republik Indonesia**

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

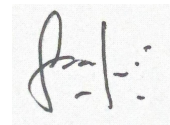
Pembimbing : Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom



Pembahas 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.


Ttd. untuk Skripsi Nazila Sungkar

Pembahas 2 : Fadhlanti Sharief, S.IP., M.A.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah, kekuatan, serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Selama proses penyusunan tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, arahan, dukungan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

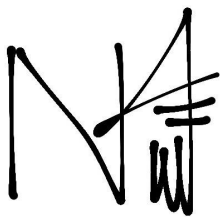
1. **Allah SWT**, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis selama proses penelitian hingga penyelesaian tugas akhir ini.
2. **Diri penulis sendiri, Nazila Nur Fatiha Sungkar**, yang telah berusaha, bertahan, dan terus melangkah dengan penuh semangat, keyakinan, dan optimisme **hingga** tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. **Aba Machfud Sungkar dan Umi Meiliana**, selaku orang tua penulis, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi, baik secara mental maupun materi, yang senantiasa diberikan kepada penulis.
4. **Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom.**, selaku dosen pembimbing, atas arahan, bimbingan, masukan, kesabaran, perhatian, serta semangat yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. **Sahabat-sahabat penulis**, yang telah memberikan tawa, canda, kebahagiaan, dukungan, dan semangat, serta senantiasa menemani dan membantu penulis dalam proses penyusunan tugas akhir, termasuk selama pengumpulan data dan penelitian di lapangan.
6. **Kementerian Pertahanan Republik Indonesia**, khususnya **Biro Informasi Pertahanan (Biro Infohan)**, beserta seluruh staf dan pejabat, atas kesempatan, izin, bantuan, dan dukungan dalam proses wawancara serta pengumpulan data penelitian, sekaligus kesempatan bagi penulis untuk mengangkat **Program Lorong Sejarah** sebagai topik tugas akhir.
7. **Para narasumber penelitian**, yaitu **Bapak Daud, Bapak Slamet, Ibu**

Tiara, Bapak Budi, Mas Almas, Kak Egy, Kak Naren, Ibu Samira, Ibu Kadek, dan Mas argya yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi, dan berbagi pengalaman yang sangat berarti bagi penyelesaian tugas akhir ini.

8. **Keluarga besar penulis**, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
9. **Kolonel Dwi Zulkarnain, P.**, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenal lebih dekat lingkungan Kementerian Pertahanan Republik Indonesia serta memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.
10. **Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu**, yang telah memberikan bantuan, doa, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
11. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Public Relations.

Jakarta, 28 Juni 2026

Penulis



Nazila Nur Fatiha Sungkar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nazila Nur Fatiha Sungkar
NIM : 1221003134
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 **Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

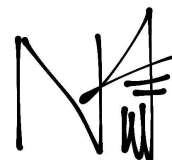
**Analisis Strategi Konten Instagram dalam
Membangun Brand Awareness Program Lorong
Sejarah Kementerian Pertahanan Republik
Indonesia**

Dengan Hak Bebas Royalti 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.

Jakarta, 28 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Nazila Nur Fatiha Sungkar

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong Kementerian Pertahanan Republik Indonesia memanfaatkan Instagram @kemhanri untuk mempublikasikan Program Lorong Sejarah guna membangun brand awareness di kalangan masyarakat, khususnya Generasi Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana strategi konten Instagram diterapkan dan mengapa tingkat kesadaran merek audiens dan followers Instagram @kemhanri terhadap program tersebut terbentuk. Kajian pustaka yang digunakan meliputi konsep public relations, social media campaign, RACE Model (Research, Action, Communication, Evaluation) dari Marston (1963), serta konsep brand awareness dari Aaker (1991) dengan indikator brand recognition, brand recall, dan top of mind. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi konten Instagram. Pengolahan data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang diperkuat dengan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi publikasi melalui Instagram telah diterapkan secara sistematis melalui keempat tahap RACE, dan mampu membawa Program Lorong Sejarah mencapai tahap brand recognition serta mulai bergerak menuju brand recall, namun belum sepenuhnya mencapai top of mind.

Kata kunci: strategi konten, Instagram, brand awareness, RACE Model, public relations pemerintah

ABSTRACT

The development of social media has encouraged the Ministry of Defense of the Republic of Indonesia to utilize the Instagram account @kemhanri to publicize the Lorong Sejarah Program in order to build brand awareness among the public, particularly Generation Z. This study aims to analyze how the Instagram content strategy is implemented and why the level of brand awareness among the audience and followers of Instagram @kemhanri toward the program is formed. The literature review employed includes the concepts of public relations, social media campaigns, the RACE Model (Research, Action, Communication, Evaluation) by Marston (1963), and the concept of brand awareness by Aaker (1991), with indicators of brand recognition, brand recall, and top of mind. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study design. Primary data were obtained through in-depth interviews and observation, while secondary data were derived from documentation of Instagram content. Data processing employed the Miles and Huberman interactive analysis model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing/verification, which was reinforced through data triangulation. The results show that the publication strategy through Instagram has been implemented systematically across the four stages of RACE, and has been able to bring the Lorong Sejarah Program to the brand recognition stage while beginning to move toward brand recall, though it has not yet fully reached the top of mind stage.

Keywords: content strategy, Instagram, brand awareness, RACE Model, government public relations

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Yang Relevan	7
2.1.1 Public Relations	7
2.1.2 Government Public Relations	8
2.1.3 Media Sosial dalam Public Relations	10
2.1.4 Instagram dalam Public Relations	11
2.1.5 Social Media Campaign	12
2.1.6 RACE Model	13
2.1.7 Kesadaran Merek	14
2.1.8 Studi Kasus (Case Study) Menurut Yin	15
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	16
2.3 Model Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain dan Pendekatan	24
3.2 Objek penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1 Data Primer	26
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Analisis Data	28
3.5 Triangulasi Data	29
3.6 Operasionalisasi Konsep / isu	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	32
4.1.1 Profil Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	33
4.1.2 Visi dan Misi Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	34
4.1.3 Gambaran Program Lorong Sejarah	35
4.1.4 Gambaran Akun Instagram @kemhanri	37
4.1.5 Profil Informan Penelitian	38
4.1.5.1 Kolonel Laut (P) Slamet Nurdiharto	38
4.1.5.2 M. Daud, S.E., M.M.	40
4.1.5.3 Mutiara Silaen, S.I.Kom., M.AP.	42
4.1.5.4 Budiono, S.Si.	44
4.1.5.5 Letda Czi Almas Shafwan, S.Si.	46
4.1.5.6 Egy Mutiara Barkah	48
4.1.5.7 Narendra Prema Dwi Ekananda	50
4.1.5.8 Samira	52
4.1.5.9 Ni Kadek Sriyantini	54
4.1.5.10 Profil Triangulator Penelitian	55
4.2 Penyajian Data	58
4.2.1 Tahap Research	58
4.2.2 Tahap Action	62
4.2.3 Tahap Communication	64
4.2.4 Tahap Evaluation	69
4.3 Pembahasan dan Diskusi	71
4.3.1 Strategi Konten Instagram Kementerian Pertahanan Republik Indonesia dalam Membangun Brand Awareness Program Lorong Sejarah Berdasarkan Model RACE	71
4.4 Pembahasan dan Diskusi	79
4.3.1 Tingkat Brand Awareness Audiens dan Followers Instagram @kemhanri terhadap Program Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Kendala dan Keterbatasan	86
5.3 Saran dan Implikasi	87
5.3.1 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	87
5.3.2 Saran untuk Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	88
5.3.3 Implikasi Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Penelitian	26
Tabel 3. 2 Operasionalisasi konsep	30
Tabel 4.1 Informan Penelitian	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat penetrasi internet Indonesia 2025	1
Gambar 1. 2 Wisata Edukasi Lorong Sejarah	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 4. 1 Logo Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	33
Gambar 4. 2 Program Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	35
Gambar 4. 3 Program Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan Republik Indonesia	36
Gambar 4. 4 Tampilan Akun Instagram @kemhanri	37
Gambar 4. 5 Dokumentasi wawancara bersama Kolonel Laut (P) Slamet	38
Gambar 4. 6 Dokumentasi wawancara bersama Bapak M. Daud, S.E., M.M. selaku Ketua Program Lorong Sejarah dan Informan Kunci Penelitian	40
Gambar 4. 7 Dokumentasi wawancara bersama Ibu Mutiara Silaen, S.I.Kom., M.AP. selaku Kepala Subbagian Opini Media Internet dan Informan Kunci Penelitian	42
Gambar 4. 8 Dokumentasi wawancara bersama Bapak Budiono, S.Si. selaku Editor Konten Program Lorong Sejarah dan Informan Kunci Penelitian	44
Gambar 4. 9 Dokumentasi wawancara bersama Letda Czi Almas Shafwan, S.Si.	46
Gambar 4. 10 Dokumentasi wawancara bersama Egy Mutiara Barkah selaku Informan Pendukung Penelitian	48
Gambar 4. 11 Dokumentasi wawancara bersama Narendra selaku Informan	50
Gambar 4. 12 Dokumentasi wawancara bersama Samira selaku Informan Pendukung Penelitian	52

Gambar 4. 13 Dokumentasi wawancara bersama Ni Kadek Sriyantini selaku Informan Pendukung Penelitian	54
Gambar 4. 14 Dokumentasi wawancara bersama Argya Maheswara selaku Triangulator Penelitian	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan Kunci I	92
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan Kunci II	94
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan Kunci III	96
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan Kunci IV	98
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan Pendukung I	100
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan Pendukung II	102
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan Pendukung III	104
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan Pendukung IV	106
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan Pendukung V	108
Lampiran 10. Transkrip Wawancara Triangulator	110
Lampiran 11. Wawancara dengan M. Daud , S.E., M.M	113
Lampiran 12. Wawancara Dengan Pak Budiono, S.Si.	113
Lampiran 13. Wawancara dengan Kolonel Laut (P) Slamet Nurdiharto	114
Lampiran 14. Wawancara dengan Samira selaku Pengunjung Program Lorong Sejarah	114
Lampiran 15. Wawancara dengan Mutiara Silaen, S.I.Kom., M.AP.	115
Lampiran 16. Dokumentasi dengan pengunjung	115
Lampiran 17. Wawancara dengan Ni Kadek Sriyantini	116
Lampiran 18. Wawancara dengan Egy Mutiara Barkah	116
Lampiran 19. Wawancara dengan Narendra	117
Lampiran 20. Wawancara dengan Argya Maheswara selaku Jurnalis Kumparan dan Triangulator Penelitian	117