

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PROGRAM
KEJUTAN ANTV MELALUI INSTAGRAM
@ANTV_OFFICIAL UNTUK MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**JASMINE FEBYAN NAUFAL PRAMESWARI
1191003138**

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jasmine Febyan Naufal Prameswari

NIM : 1191003138

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jasmine Febyan Naufal Prameswari' in a cursive style.

Tanggal: 05 Juni 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jasmine Febyan Naufal Prameswari
NIM : 1191003138
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Digital Program Kejutan
ANTV Melalui Akun Instagram @antv_official
untuk Meningkatkan *Brand Awareness*.

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 : RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.I.Kom ()

Penguji 1 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.I.Kom ()

Penguji 2 : Dra.,Suharyanti M.S.M., Ph.D. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Juni 2024

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “*Strategi Komunikasi Digital Program Kejutan ANTV Melalui Akun Instagram @antv_official Untuk Meningkatkan 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. Penulis menyadari bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak akan lepas dari tantangan dan kendala yang dapat menghambat proses penelitian dan observasi penulis. Namun berkat adanya doa, dukungan, semangat dan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji dan syukur selalu penulis ucapkan kepada Allah SWT. Dengan segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis selalu diberikan kemudahan, kelancaran dan kesabaran dalam menjalani penelitian dan observasi. Segala puji bagi Allah SWT yang dapat memberikan kekuatan, kesehatan fisik dan batin penulis.

2. Orang Tua dan Keluarga

Orang Tua penulis yang tercinta yaitu Bapak Hasto Andi Mulyadi dan Ibu (Almh) Ani Ma'muroh serta adik penulis yaitu Syafa B'tari Ramadhanti yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, kepercayaan dan tentu saja kasih sayangnya kepada penulis sehingga penulis diberi kelancaran selama menjalankan penelitian ini. Tak lupa juga untuk Tante Eli Almisfah yang penulis sudah anggap sebagai orang tua ketika sosok Ibu hilang perannya di dunia ketika penulis sedang mengerjakan tugas akhir ini, yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayangnya dari penulis kecil hingga bisa lulus kuliah dengan baik. Seluruh keluarga besar penulis Mbah Putri, Bude Eli, Pakde Pardi, Mas Eldy, Mas Rama, Mbak Aulia Abe, dan juga Mama dan juga keluarga besar CePeDe yang selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir

dengan baik.

3. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D.

Terima kasih penulis ucapkan selaku rektor dari Universitas Bakrie

4. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang mendukung, membimbing selalu penulis dan teman penulis selama dalam perkuliahan

5. Miss RR. Roosita Cindrakasih, S.H., M.I.Kom

Terima kasih kepada Miss Roro selaku dosen pembimbing penulis yang selalu meluangkan waktu, membimbing penulis dengan memberikan kritik, saran dan masukan kepada penulis serta sabar kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

6. Miss Ari Kurnia, S.Ikom, M.I.Kom

Terima kasih kepada miss Ari selaku dosen penguji sejak seminar proposal hingga sidang tugas akhir yang telah membantu penulis memberikan saran dan masukan terkait tugas akhir ini serta memudahkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih saya ucapkan kepada Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalamannya sejak awal perkuliahan berlangsung hingga akhir masa perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

8. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada karyawan dan staff yang tidak bisa saya sebut satu persatu karena telah membantu saya untuk administrasi perkuliahan, keuangan, dan lain sebagainya.

9. Tim Sosial Media ANTV

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh staff tim *Social media* ANTV Mas Rizzy, Mas Arief, Kak Ruslan, Kak Vanda, Kak Berto, Kak Fikri yang selalu membantu, mengarahkan dan memberikan semangat kepada penulis ketika melakukan penelitian kepada ANTV.

10. Pihak Terkait dan Triangulator

Terima kasih penulis ucapkan kepada para informan Mas Riyan, Kak Vanda, Kak Berto, Mba Ana serta Mas Nasafi Pramunuha sebagai triangulator yang sudah meluangkan waktu dan berkontribusi dalam penelitian tugas akhir penulis dan juga memberikan bantuannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Sahabat Penulis

Terima kasih penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat penulis yaitu Hanum, Lili, Norma, Dianing, Wienda, dan Kintan yang telah kebersamai penulis selama lebih dari delapan tahun dan selalu memberikan dukungan, semangat, penenang dalam setiap kondisi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Selain itu untuk Intan Permata, Mutiara Faizi dan Alfiyyah Julaini terima kasih karena selalu memberikan dukungan, semangat dan bantuannya kepada penulis dari awal perkuliahan hingga bisa menyelesaikan Tugas akhir ini.

12. Teman-teman Seperbimbingan

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman seperbimbingan Fia, Tiara dan Lisa yang saling mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

13. KOMUNAL 2019

Terima kasih penulis ucapkan kepada Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Bakrie yang selalu memberi dukungan, menyemangati satu sama lain dan banyak membantu banyak hal dari awal semester hingga semester akhir. Terima kasih karena sudah mewarnai dunia perkuliahan penulis.

14. Tim Sosial Media ANTV

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh staff tim *Social media* ANTV Mas Rizzy, Mas Arief, Kak Ruslan, Kak Vanda, Kak Berto, Kak Fikri yang selalu membantu, mengarahkan dan memberikan semangat kepada penulis ketika melakukan penelitian kepada ANTV.

15. Magangers ANTV *Lovers*

Terima kasih penulis ucapkan kepada Alfi, Cia, Khuraza, Reagen, Kiel dan juga Carren yang sudah memberikan semangat, dukungan sehingga penulis

dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

16. Teman-Teman dan Kakak-Kakak di Yayasan Bakrie Amanah

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh teman-teman dan kakak-kakak di Bakrie Amanah yang memberikan semangat, membukakan pintu selebar-lebarnya kepada penulis ketika penulis sedang mengerjakan tugas akhir ini.

17. Kaka-Kaka di OCA by Telkom Indonesia

Terima kasih penulis ucapkan kepada Mba Era, mbak Aulia dan seluruh kaka-kaka yang ada di OCA Indonesia yang memberikan semangat, dukungannya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

18. Jasmine Febyan Naufal Prameswari

Terima kasih kepada diri sendiri karena sudah mau berusaha, sabar, berjuang, dan bertanggung jawab menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Meskipun banyak rintangan dan kehilangan salah satu support sistem terbaik yaitu Ibu, namun penulis bangga untuk akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis membuka seluas-seluasnya saran dan kritik yang bersifat membangun yang diharapkan dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat untuk banyak pihak dan dapat diterima oleh pembaca.

Jakarta, 05 Juni 2024



Jasmine Febyan Naufal Prameswari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, Saya Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini :

Nama : Jasmine Febyan Naufal Prameswari
NIM : 1191003138
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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PROGRAM KEJUTAN
ANTV MELALUI AKUN INSTAGRAM @ANTV_OFFICIAL
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 05 Juni 2024

Yang Menyatakan



(Jasmine Febyan Naufal Prameswari)

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL KEJUTAN ANTV MELALUI AKUN
INSTAGRAM @ANTV_OFFICIAL UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

Jasmine Febyan Naufal Prameswari

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan banyaknya program hiburan sekarang ini sehingga stasiun televisi bekerja keras supaya menjadi stasiun televisi menjadi pilihan khalayak. PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di industri pertelevisian melakukan beberapa strategi melalui media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* dari program acara hiburan miliknya. Dilakukanlah strategi komunikasi yaitu strategi komunikasi pemasaran digital dengan teori *Social media marketing* supaya dapat menjangkau penonton dari berbagai lapisan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi program Kejutan ANTV melalui akun instagram @antv_official dalam meningkatkan *brand awareness*nya. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori dan konsep *Social media marketing*, *brand awareness* dan juga dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang diambil adalah dengan metode wawancara mendalam bersama pihak sosial media ANTV dan juga observasi pada akun instagram @antv_official. Penelitian ini menghasilkan bahwa instagram @antv_official memenuhi semua dimensi pada *Social media marketing* yaitu *context*, *communication*, *collaboration* dan juga *connection* dengan memanfaatkan semua aktivitas *Social media maintenance*, *Social media endorsement* dan *Social media activation*. Dalam upaya membangun *brand awareness*, program Kejutan ANTV berada pada tahapan *brand recall* dan terus berinovasi dengan konten-konten yang menyesuaikan *trend* terkini supaya menjadi *top of mind*.

Kata kunci: Komunikasi Digital, Program Acara, *Brand Awareness*.

**COMMUNICATION DIGITAL STRATEGY *EVENT KEJUTAN ANTV*
THROUGH INSTAGRAM ACCOUNT *@ANTV_OFFICIAL*
TO INCREASE *BRAND AWARENESS***

Jasmine Febyan Naufal Prameswari

ABSTRACT

Technological developments and a lot of tv programs with entertain programs are presently giving rise which makes the tv industry work difficult so that it is TV stations gotten to be the tv stations of choice for the group of onlookers. PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV), which may be a company working within the tv industry, carries out a few techniques through Social media to extend brand awareness for their programs. Communication strategies are implemented, to be specific a promoting communication methodology by means of the web utilizing Social media promoting hypothesis so that it might reach groups of onlookers from different levels of society. This research aims to determine the communication strategy of the event *Kejutan ANTV* through the Instagram account *@antv_official* in raising brand awareness. This research was examined utilizing theories and concepts of Social media marketing, brand awareness, examination with a qualitative approach. The information examination method utilized was an in-depth interview strategy with ANTV Social media and also observations on the *@antv_official* Instagram account. This research results that Instagram *@antv_official* fulfills all dimensions of Social media marketing, dimension of context, communication, collaboration and connection by utilizing all Social media maintenance, Social media endorsement and Social media activation activities. In an exertion to construct brand Awareness, event *Kejutan ANTV* at the brand recall stage to top of mind and continues to innovate with content that adapts to the latest trends.

Keywords: Social Media Marketing, Event Program, Brand Awareness.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat teoritis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep Yang Relevan	14
2.1.1 Komunikasi Digital	14
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	14
2.1.3 Instagram	16
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.5 Khalayak.....	23
2.2 Penelitian Sebelumnya	24
2.3 Model Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain dan Pendekatan.....	36
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	37
3.2.1 Objek Penelitian.....	37
3.2.2 Subjek Penelitian.....	38
3.3 Pengumpulan Data.....	38
3.4 Analisis Data.....	40
3.5 Triangulasi Data.....	41
3.6 Operasionalisasi Konsep / Isu	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Objek Penelitian	45
4.2 Penyajian Data.....	57
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023	5
Gambar 1.4 Kejutan ANTV.....	8
Gambar 2. 1 Logo Instagram	16
Gambar 2. 2 Piramida Tingkatan <i>Brand awareness</i>	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3. 1 <i>Profile</i> Instagram @antv_official.....	35
Gambar 4.1 Logo ANTV.....	45
Gambar 4.2 <i>Event</i> Kejutan ANTV	47
Gambar 4.3 Tampilan Instagram @antv_official.....	49
Gambar 4.4 <i>Audience</i> Demografi Instagram @antv_official	50
Gambar 4.5 <i>Tingkat Gender</i> Instagram @antv_official	51
Gambar 4.6 <i>Performance Summary</i> Instagram @antv_official	51
Gambar 4.7 <i>Engagement</i> Instagram @antv_official	52
Gambar 4.8 Riyandri Tjahjadi	53
Gambar 4.9 Vandalita Viera Kusuma.....	54
Gambar 4.10 Roberto Jose Ronaldo	55
Gambar 4.11 Ana Intan Fatimah	56
Gambar 4.12 Nasafi Pramunuha.....	56
Gambar 4.13 Konteks Konten Kejutan ANTV	60
Gambar 4.14 Interaksi dengan <i>Followers</i>	65
Gambar 4.15 Kolaborasi melalui Instagram.....	66
Gambar 4.16 <i>Connection</i> dengan <i>followers</i>	68
Gambar 4.17 <i>Social Media Endorsement</i>	71
Gambar 4.18 <i>Social Media Activation</i>	72
Gambar 4.19 Konten Kejutan ANTV.....	78
Gambar 4.20 <i>Content Planning</i> Kejutan ANTV Bandung.....	79
Gambar 4.21 Komunikasi Konten Kejutan ANTV	80
Gambar 4.22 Kolaborasi Konten Kejutan ANTV	82
Gambar 4.23 Kolaborasi Konten Kejutan ANTV	82
Gambar 4.24 Audiens Membagikan Kesyukuran saat Kejutan ANTV.....	84

Gambar 4.25 <i>Strategi Content Sharing, Paid Promote, adsense</i>	86
Gambar 4.26 <i>Content Ads Kejutan ANTV</i>	87
Gambar 4.27 <i>KOL, Endorser Kejutan ANTV</i>	89
Gambar 4.28 <i>Konten Kejutan ANTV</i>	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Penelitian Sebelumnya</i>	34
Tabel 3. 1 <i>Operasional Konsep</i>	44