

**PENERAPAN MODEL AISAS DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
ELLAFASHIONSHOPP MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Muhammad Fathurrozi**

**201710415223**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

**PENERAPAN MODEL AISAS DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
ELLAFASHIONSHOPP MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Muhammad Fathurrozi**

**201710415223**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penerapan Model AISAS Dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness* Ellafashionshopp Melalui Media  
Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Muhammad Fathurrozi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415223

Progam Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Januari 2023



Jakarta, 26 Januari 2023

MENYETUJUI

Pembimbing

Rr.Dinar Soelistyowati. S.Sos,M.M, M.I.Kom

NIDN.032312780

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan Model AISAS Dalam Meningkatkan  
*Brand Awareness* Ellafashionshopp Melalui Media  
Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Muhammad Fathurrozi


Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415223

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi


Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Januari 2023

Jakarta, 26 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si. 

NIDN. 0307108503

Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati S.Sos., M.M., M.I.Kom 

NIDN. 0323127802

Sekretaris Penguji : Tri Alida Aprilianna, S.IP., M.I. Kom. 

NIDN. 0322048204

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

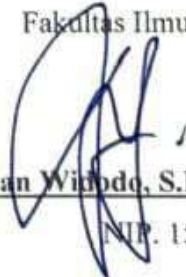


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Wibodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Penerapan Model AISAS Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Ellafashionshopp. ialah hasil karya sendiri serta tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan selaku referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penyusunan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, sayabersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



Jakarta, 26 Januari 2023



Muhammad Fathurrozi

201710415223

## ABSTRAK

**Muhammad Fathurrozi, 201710415223**, Penerapan Model AISAS Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Ellafashionshopp Melalui Media Sosial Instagram.

Penelitian ini mengenai penerapan model AISAS (*attention, interest, search, action dan share*) dalam meningkatkan *Brand Awareness* yang dilakukan oleh Ellafashionshopp melalui media social Instagramnya. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana Ellafashionshopp menerapkan model AISAS (*attention, interest, search, action dan share*) pada media sosial instagramnya untuk dapat meningkatkan *Brand Awareness*, apakah sudah diterapkan semuanya dengan baik atau hanya beberapa konsep saja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada pihak yang dapat memberikan semua keterangan mengenai penerapan model AISAS (*attention, interest, search, action dan share*) melalui akun media sosial instagram Ellafashionshopp yaitu tim *social media officer* Ellafashionshopp dan beberapa *followers* serta observasi pada akun media sosial instagram Ellafashionshopp. Berdasarkan data yang sudah diperoleh menunjukkan bahwa Ellafashionshopp menerapkan model AISAS pada tahap *attention, interest dan action* dengan baik, sedangkan pada tahap *search dan share* masih kurang maksimal.

**Kata Kunci:** AISAS, *Brand awareness*, Media sosial, Instagram.

## **ABSTRACT**

**Muhammad Fathurrozi, 201710415223**, *Application of the AISAS Model in Increasing Brand Awareness of Ellafashionshopp Through Instagram Social Media.*

*This research is about the application of the AISAS (attention, interest, search, action and share) model in increasing Brand Awareness conducted by Ellafashionshopp through its Instagram social media. This study aims to see how Ellafashionshopp applies the AISAS model (attention, interest, search, action and share). On Instagram social media to be able to increase Brand Awareness, whether everything has been implemented well or just a few concepts. The research method used is a qualitative descriptive research method with qualitative data analysis techniques. Interviews in this study were conducted to parties who can provide all information about the application of the AISAS model (attention, interest, search, action and share) through the Ellafashionshopp instagram social media account, namely the Ellafashionshopp social media officer team and several followers and observations on the Ellafashionshopp instagram social media account. Based on the data that has been obtained, it shows that Ellafashionshopp applies the AISAS model at the attention, interest and action stage well, while at the search and share stage it is still not optimal.*

**Keywords:** AISAS, Brand awareness, Social media, Instagram.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini sampai selesai. Serta peran orang tua kandung penulis mamah, papah yang selalu memberikan dukungan serta doa yang senantiasa tidak pernah lupa, dan dukungan dari segi moril maupun materil kepada penulis

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas wajib yang merupakan syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi. Skripsi yang peneliti susun ini berjudul "Penerapan Model AISAS Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Ellafashionshopp Melalui Media Sosial Instagram".

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H., MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.I.Kom selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
4. Kakak kakak tercinta Ersya Desiyanti, Aulia Arifah Saputri, ka Rizki dan ka Rafki serta adik Muhammad Farhan Al Hafidz yang membantu dalam dukungan moril maupun materil dan tidak lupa kepada Raffasya Abyan Abhilasa selaku keponakan yang selalu menghibur disaat penulis jenuh dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom selau Dosen pembimbing Skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, memberi masukan dan memberi dukungan kepada penulis, sehingga skripsi inidapat terselesaikan dengan baik
6. Ibu Tri Alida Aprianna, S.IP., M.I. Kom dan Ibu Asima Oktavia Sitanggung, S.Ds., M,Si selaku Dosen fakultas Ilmu Komunikasi dan selaku Dosen penguji yang telah memberi banyak masukan untuk penelitian skripsi ini.
7. Kepada Husnul Khotimah yang selalu banyak membantu dan menemani mengerjakan skripsi dimanapun dan kapanpun, serta memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
8. Ellafashionshopp yang sudah senantiasa menerima peneliti dalam mendapatkan informasi penelitian
9. Informan penulis Dewi Wardah, Ersya Ayu Eka F, dan Ahsanul Rizky Maudy yang telah bersedia membantu penulis untuk dapat wawancara di tengah-tengah kesibukannya.



10. Kepada rekan rekan BSO3 yang memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 26 Januari 2023



**Muhammad Fathurrozi**

**201710415223**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL...</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI... ..</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL... ..</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN... ..</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4    Tujuan Penelitian.....	7
1.5    Kegunaan Peneltiaan .....	8
1.5.1    Kegunaan Praktis Penelitian.....	8
1.5.2    Kegunaan Teoritis Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	9
2.2    Kerangka Konsep .....	13
2.3    Komunikasi .....	13
2.3.1    Pengertian Komunikasi.....	13
2.3.2    Fungsi Komunikasi.....	13
2.3.3    Komunikasi Digital.....	14
2.3.4    Manfaat Komunikasi Digital .....	15
2.4    Media Sosial.....	15
2.5    Instagram.....	17

2.5.1	Fitur-Fitur Instagram.....	18
2.5.2	Kelebihan Instagram.....	19
2.6	<i>Brand</i> .....	19
2.6.1	Manfaat <i>Brand</i> .....	20
2.7	<i>Brand Awareness</i> .....	20
2.8	AISAS .....	22
2.9	Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Metode Penelitian .....	26
3.3	Teknik Menentukan Informan.....	26
3.4	Informan Penelitian .....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Teknik Analisis Data .....	30
3.7	Teknik Keabsahan data.....	32
3.8	Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1	Gambaran umum .....	33
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1.1	Identitas Instansi.....	33
4.1.1.2	Sejarah Ellafashionshopp.....	34
4.1.1.3	Visi dan Misi Instansi .....	35
4.1.2	Profil Informan .....	35
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action, and Share</i> ).....	37
4.3	Pembahasan.....	97
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>108</b>
5.1	Kesimpulan .....	109
5.2	Saran .....	111
5.2.1	Saran Akademis.....	111
5.2.1	Saran Praktis.....	111

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	10
Table 3. 1 Informan Penelitian .....	20
Table 4. 1 Profil Informan Kunci .....	35
Table 4. 2 Data Informan Tambahan .....	36
Table 4. 3 Data konten fitur instagram yang termasuk kedalam model AISAS ...	85



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 instagram Ellafashionshopp .....	4
Gambar 1.2 Instagram Mayoutfit_Bekasi dan Ellafashionshopp .....	5
Gambar 4.1 Logo Ellafashionshopp .....	33
Gambar 4.2 konten fitur Instagram story video info produk dengan style .....	39
Gambar 4.3 insight dari konten fitur Instagram story video info produk dengan style .....	39
Gambar 4.4 Konten pada fitur instagram story video info produk only produk ...	41
Gambar 4.5 insight dari Konten pada fitur instagram story video info produk only produk .....	42
Gambar 4.6 Konten pada fitur instagram story video style produk dengan lagu ..	43
Gambar 4.7 insight dari Konten pada fitur instagram story video style produk dengan lagu dan data insight .....	44
Gambar 4.8 Konten pada fitur instagram story video only produk dengan lagu ..	46
Gambar 4.9 insight dari Konten pada fitur instagram story video only produk dengan lagu dan data insight .....	46
Gambar 4.10 Konten pada fitur instagram foto produk sebelum review .....	48
Gambar 4.11 insight Konten pada fitur instagram foto produk sebelum review ..	49
Gambar 4.12 konten instagram story Ellafashionshop yang selalu mengutamakan pencahayaan, background dan penataan .....	51
Gambar 4.13 Data Insight Instagram Ellafashionshopp keseluruhan .....	52
Gambar 4.14 Konten pada fitur instagram story menggunakan fitur QnA .....	56
Gambar 4.15 insight Konten pada fitur instagram foto produk sebelum review ..	56
Gambar 4.16 konten instagram story menggunakan fitur Polling .....	58
Gambar 4.17 insight konten instagram story menggunakan fitur Polling dan data insight .....	58
Gambar 4.18 fitur feed instagram dengan konten foto only produk .....	60
Gambar 4.19 insight fitur feed instagram dengan konten foto only produk .....	61
Gambar 4.20 fitur feed instagram dengan konten foto produk dengan style .....	62

Gambar 4.21 insight fitur feed instagram dengan konten foto produk dengan style .....	63
Gambar 4.22 fitur reels instagram dengan konten hiburan .....	64
Gambar 4.23 insight fitur reels instagram dengan konten hiburan .....	65
Gambar 4.24 fitur reels instagram dengan konten video only produk dengan lagu .....	66
Gambar 4.25 insight fitur reels instagram dengan konten video only produk dengan lagu .....	66
Gambar 4.26 fitur reels instagram dengan konten video style produk dengan lagu .....	68
Gambar 4.27 insight fitur reels instagram dengan konten video style produk dengan lagu .....	68
Gambar 4.28 Bukti penjadwalan Ellafashionshopp dalam mengunggah kontennya .....	70
Gambar 4.29 fitur tautkan link pada konten instagram story Ellafashionshopp ...	73
Gambar 4.30 insight fitur tautkan link pada konten instagram story Ellafashionshopp .....	73
Gambar 4.31 fitur tautkan link pada bio di instagram Ellafashionshopp .....	75
Gambar 4.32 fitur feed instagram dengan konten promo .....	77
Gambar 4.33 insight fitur feed instagram dengan konten promo .....	78
Gambar 4.34 konten fitur Instagram story dengan konten repost testimoni followers .....	81
Gambar 4.35 insight konten fitur Instagram story dengan konten repost testimoni followers .....	81
Gambar 4.36 Informan Men Tag Instagram Ellafashionshopp di <i>feed</i> .....	83
Gambar 4.37 konten foto sebelum riview pada fitur instagram story dan insight .....	99
Gambar 4.38 konten foto produk dengan style pada fitur feed instagram dan insight .....	101

Gambar 4.39 konten video dengan link pada fitur instagram story dan insight .....	104
Gambar 4.40 mesin pencarian google mengenai kata kunci “Ellafashionshopp” .....	104
Gambar 4.41 konten promo pada fitur feed instagram dan insight .....	105
Gambar 4.42 komentar pada konten promo pada fitur feed instagram .....	106
Gambar 4.43 konten repost testimoni pada fitur instagram story dan insight ...	107
Gambar 4.44 followers men’tag instagram ellafashionshop pada akun instagram mereka masing-masing .....	108



## DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
-----------------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Administrasi
LAMPIRAN 3	: Tabel Reduksi Data
LAMPIRAN 4	: Dokumentasi
LAMPIRAN 5	: Kartu Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN 6	: Form Perbaikan Skripsi

