

**KOMUNIKASI PEMASARAN UNITY DI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN  
*BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Tasya Hapsari**

**201710415121**



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

**2023**



## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Unlty Di Media Sosial  
Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*

Nama Mahasiswa : Tasya Hapsari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415121

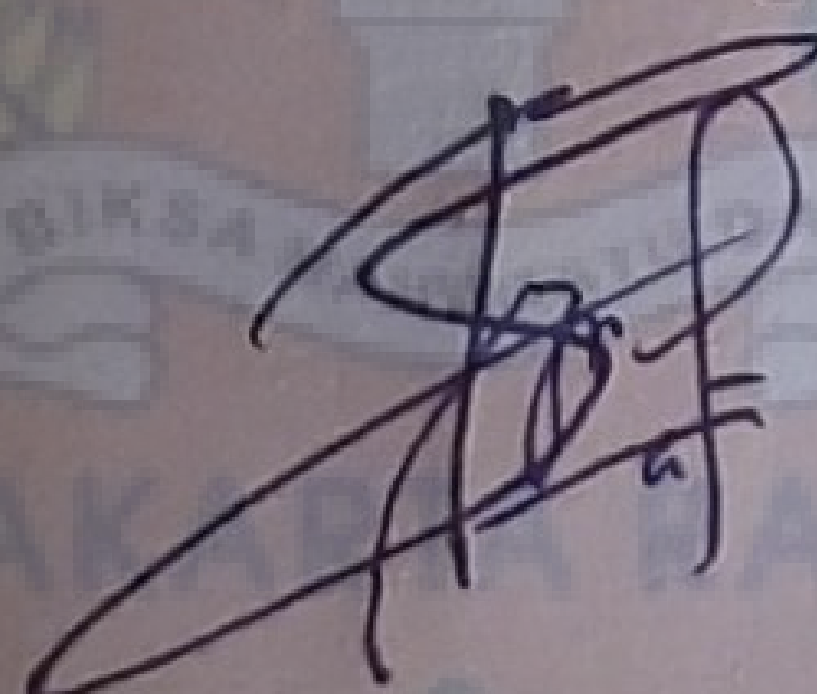
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 12 Mei 2023

Jakarta, 26 Mei 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0306046603



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Unlty Di Media Sosial  
Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*

Nama Mahasiswa : Tasya Hapsari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415121

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 12 Mei 2023

Jakarta, 26 Mei 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Penguji : Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 036046603

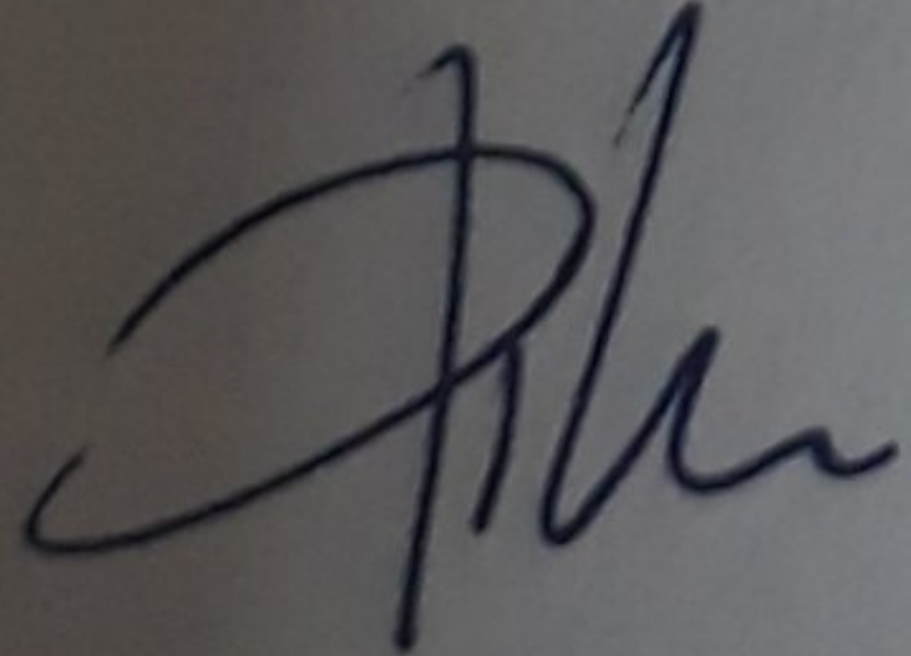
Sekretaris Penguji : Imaddudin, M.I.Kom

NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

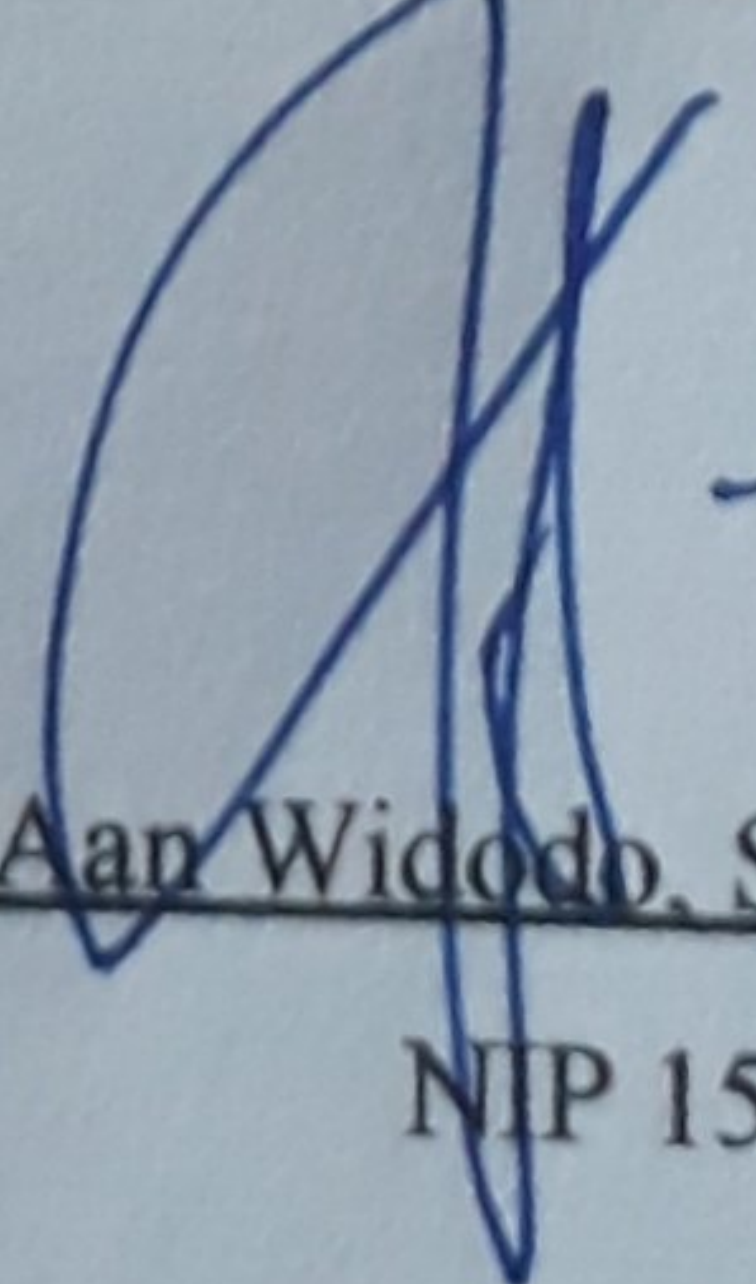


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Komunikasi Pemasaran Unlty Di Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*** adalah benar - benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada materi yang dituliskan orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulis karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya menginginkan Skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan 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 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Tasya Hapsari

201710415121

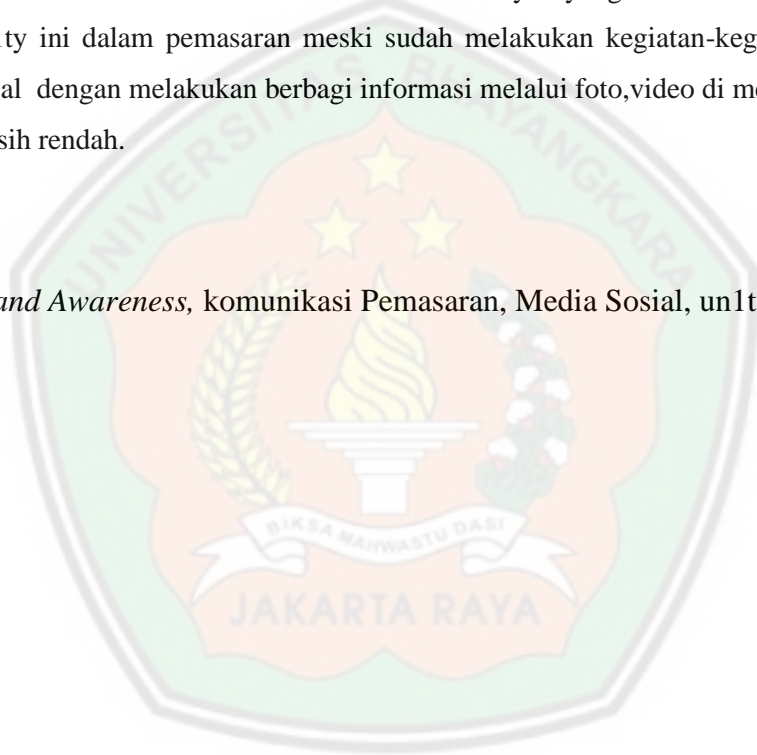


## ABSTRAK

**Tasya Hapsari. 201710415121.** Komunikasi Pemasaran Un1ty Di Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Komunikasi Pemasaran Un1ty Di Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melakukan 3 wawancara yang pertama melalui *manager* un1ty, kedua *fansbase* atau followers dan terakhir *non fanbase*. Hasil penelitian pada penelian ini komunikasi pemasaran un1ty di media sosial Instagram dalam membangun *brand awareness* ini belum berhasil dikarenakan masih banyak yang belum mengetahui merek pada *brand/merek* un1ty ini dalam pemasaran meski sudah melakukan kegiatan-kegiatan diluar maupun dalam media sosial dengan melakukan berbagi informasi melalui foto,video di media sosial instagram dan daya beli masih rendah.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, komunikasi Pemasaran, Media Sosial, un1ty



## ***ABSTRACT***

**Tasya Hapsari.201710415121.** *UnIty Marketing Communication on Instagram Social Media in Building Brand Awareness*

*The purpose of this study was to find out UnIty Marketing Communication on Instagram Social Media in Building Brand Awareness This study used a descriptive qualitative research method. The data collection technique conducted 3 interviews, the first through the UnIty manager, the second for the fansbase or followers and finally not the fanbase. The results of research on this research are marketing communications unIty on social media Instagram in building brand awareness has not been successful because there are still many who do not know the brand on this brand/brand unIty in marketing even though they have carried out activities outside and in social media by sharing information through photos, videos on Instagram social media and purchasing power is still low.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Marketing Communications, Social Media, unIty*





## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Serta penulis berterimakasih kepada bapak Nano Suhadi Prihartono dan ibu Yati Mulyati kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: "Komunikasi Pemasaran Unlty Di Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness*" Skripsi ini penulis buat sebagai syarat bahwa penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir sebagai mahasiswi.

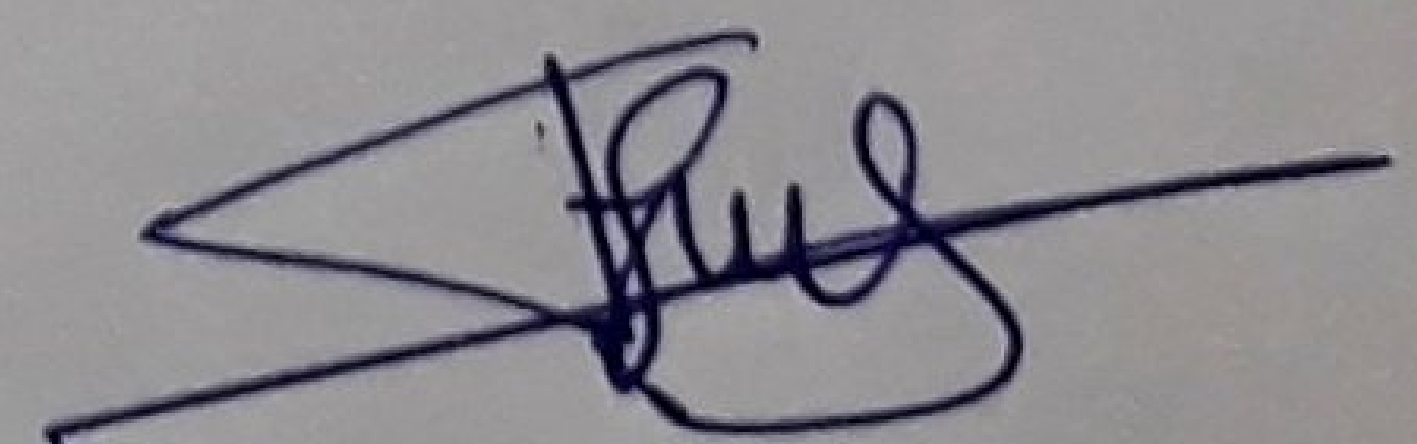
Namun dengan sadar Skripsi yang penulis buat ini masih banyak kekurangan, penulis sangat menerima saran dan kritik yang membangun demi pengembangan pengetahuan penulis. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aaan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Byangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Imaddudin, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
5. Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang membantu penulis memberikan arahan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi baik dan benar.
6. Akhmad Sholih Uddin, Umran Faiz saudara Kandung penulis yang telah memberikan *support* dan doanya dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat di terima dan bermanfaat bagi para penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 26 Mei 2023



**Tasya Hapsari**



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</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>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 .Fokus Penelitian.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	<u>5</u>
1.5. Kegunaan Penelitian.....	5



1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Kerangka Konsep.....	8
2.2.1 Komunikasi.....	8
2.2.2. Pemasaran.....	9
2.2.3. Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	9
1. Segmentasi Pasar .....	9
2. <i>Market Positioning</i> .....	9
3. <i>Targeting</i> .....	10
4. <i>Marketing Mix Strategi</i> .....	10
5. <i>Timing Strategi</i> .....	10
<u>2.2.5. <i>Branding</i> .....</u>	<u>10</u>
2.2.6. <i>Brand Awerness</i> .....	10
2.2.7. Media Sosial .....	10
2.2.8. Instagram.....	10
1. Unggahan Foto dan Video .....	11
2. <i>Caption</i> .....	11



3. <i>Hastags</i> .....	11
4. <i>Reels</i> .....	11
2.2.9. <i>Boyband</i> .....	11
2.2.10. kerangka Penelitian.....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	13
3.2. Metode Penelitian .....	13
3.3. Informan Penelitian .....	13
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	14
3.4.1. Wawancara.....	14
3.4.2. Observasi.....	14
3.4.3. Dokumentasi.....	15
3.5. Teknik Analisis Data .....	15
3.5.1. Reduksi Data.....	15
3.5.2 Penyajian Data .....	15
3.5.3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi.....	15
3.6. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	15
3.6.1. Waktu Penelitian.....	15
3.6.2. Lokasi Penelitian.....	15
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>16</b>



4.1. Gambaran Umum.....	16
4.1.1. <i>Boyband</i> .....	18
4.1.2. un1ty.....	19
4.2. Hasil Penelitian.....	21
4.3. Pembahasan.....	28
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>30</b>
5.1. Kesimpulan.....	30
5.2. Saran.....	30
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	





# DAFTAR TABLE

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....6





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Video Klip un1ty.....	1
Gambar 1.2 Video Pemberitahuan Promosi Lagu Debut Coba Cintaku.....	2
Gambar 1.3 Poster Lagu Single ke 3 Pangeran Tidur.....	3
Gambar 4.1 Email Wawancara Informan I.....	16
Gambar 4.2 Whatsapp Wawancara Informan II.....	17
Gambar 4.3 Whatsapp Wawancara Informan III.....	18
Gambar 4.4 Promosi Lagu un1ty.....	22
Gambar 4.5. Promosi Produk <i>Merchandise</i> un1ty.....	22
Gambar 4.6 Penjualan Album dengan <i>Fasign 15 Kota Ke Fans</i> .....	23
Gambar 4.7 Video Poster Radio AnginSore.....	24
Gambar 4.8 Poster Program TRANSTV – PAGI PAGI AMBYAR.....	24
Gambar 4.9 Gambar Poster <i>Single</i> Lagu un1ty.....	25
Gambar 4.10 Foto Thumbnail Konten Youtube un1ty cam.....	25
Gambar 4.11 Video Dance Cover.....	26
Gambar 4.12 Video Relase Cover Lagu.....	26
Gambar 4.13 Poster Jadwal Perform <i>On Air</i> Dan Konser <i>Off Air</i> un1ty.....	27
Gambar. 4.14 Poster Next Wave Concert.....	27



# DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Penelitian.....12





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Transkrip Wawancara & Reduksi Data

LAMPIRAN 3 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 4: Form Perbaikan Sidang Skripsi

