

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS
(STUDI DESKRIPTIF DI PT KEMBANG WISATA PERSADA)**

SKRIPSI

**Oleh :
Chaidisya Putri Ardiansyah
201510415186**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS
(STUDI DESKRIPTIF DI PT KEMBANG WISATA PERSADA)**

SKRIPSI

Oleh :

Chaidisya Putri Ardiansyah

201510415186



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial
Instagram Dalam Membangun Brand
Awareness (Studi Deskriptif di PT Kembang
Wisata Persada)

Nama Mahasiswa : Chaidisya Putri Ardiansyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415186

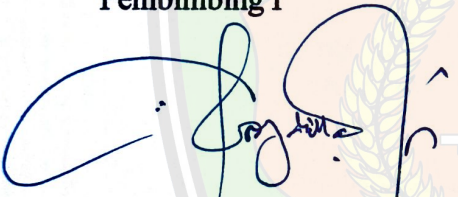
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Aryadillah, S.Sos.I, M.M., M.I.Kom

NIDN. 0329088601

Pembimbing II



Novrian, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0309097603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial
Instagram Dalam Membangun Brand Awareness
(Studi Deskriptif di PT Kembang Wisata Persada)

Nama Mahasiswa : Chaidisya Putri Ardiansyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415186

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 322038901

Penguji I : Aryadillah, S.Sos.I, M.M., M.I.Kom
NIDN. 0329088601

Penguji II : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si
NIDN. 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif di PT Kembang Wisata Persada) adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan dijadikan referensi melalui 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, 05 Agustus 2022



Chaidisya Putri Ardiansyah
201510415186

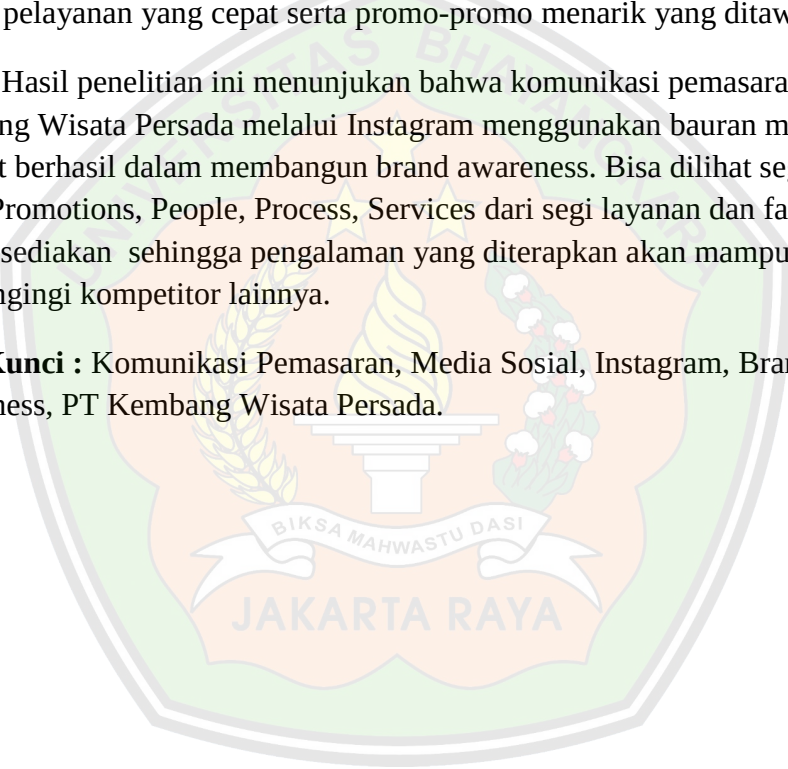
ABSTRAK

Chaidisya Putri Ardiansyah, Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif di PT Kembang Wisata Persada)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram untuk membangun *brand awareness* pada PT Kembang Wisata Persada. Dengan hasil dari wawancara Key Informan dan informan pada komunikasi pemasaran yang di terapkan, dimana calon konsumen memiliki rasa antusiasme dan perhatian terhadap postingan @kembangwisataofficial dan jasa-jasa yang ditawarkan oleh perusahaan PT Kembang Wisata Persada, dikemas dengan menarik sehingga calon konsumen mempunyai perhatian lebih pada paket wisata, pelayanan yang cepat serta promo-promo menarik yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran PT Kembang Wisata Persada melalui Instagram menggunakan bauran marketing mix tersebut berhasil dalam membangun brand awareness. Bisa dilihat segi products, Price, Promotions, People, Process, Services dari segi layanan dan fasilitas yang telah disediakan sehingga pengalaman yang diterapkan akan mampu menyangingi kompetitor lainnya.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Brand Awareness, PT Kembang Wisata Persada.



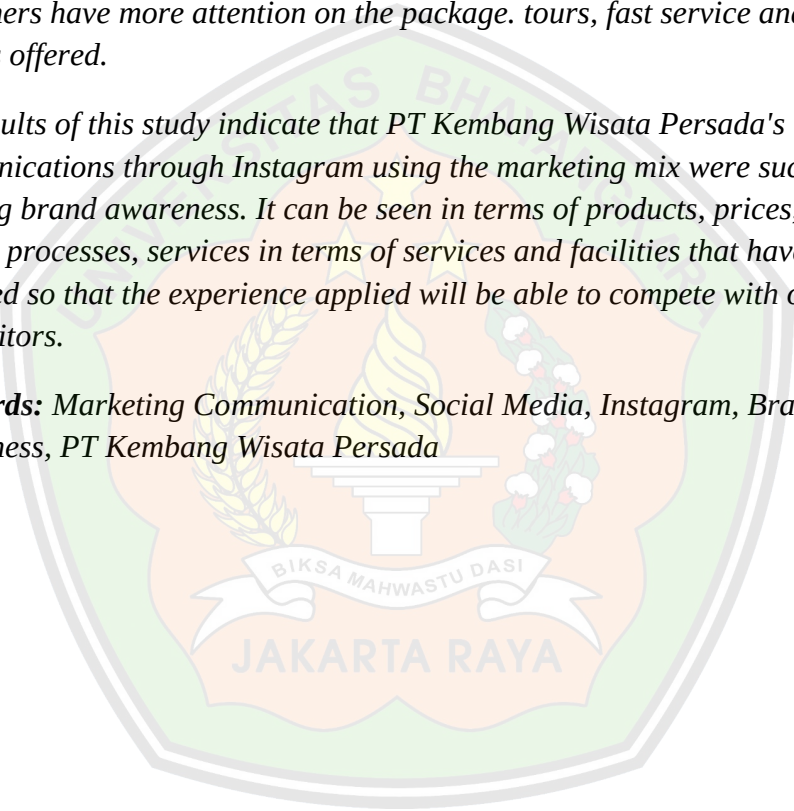
ABSTRACT

Chaidisya Putri Ardiansyah, *Marketing Communication Through Instagram Social Media in Building Brand Awareness (Descriptive Study at PT Kembang Wisata Persada)*

This study aims to determine marketing communication through Instagram social media to build brand awareness at PT Kembang Wisata Persada. With the results of interviews with Key Informants and informants on marketing communications carried out, where prospective consumers have a sense of enthusiasm and concern for @kembangwisataofficial posts and the services offered by the company PT Kembang Wisata Persada, packaged attractively so that potential consumers have more attention on the package. tours, fast service and attractive promos offered.

The results of this study indicate that PT Kembang Wisata Persada's marketing communications through Instagram using the marketing mix were successful in building brand awareness. It can be seen in terms of products, prices, promotions, people, processes, services in terms of services and facilities that have been provided so that the experience applied will be able to compete with other competitors.

Keywords: *Marketing Communication, Social Media, Instagram, Brand Awareness, PT Kembang Wisata Persada*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha esa. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul **“Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif di PT Kembang Wisata Persada)”** skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam program studi Ilmu Komunikasi. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh skripsi ini ternyata banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di dunia perkuliahan.

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karna itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs H Bambang Karsono, S.H., M.M Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah senantiasa memberikan dukungannya kepada Dosen dan Mahasiswa
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Sekaligus sebagai Ketua Penguji.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing dua.
4. Bapak Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom sebagai dosen pembimbing Satu.
5. Bapak Novrian, S.Sos, M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa serta dukungan tanpa henti baik moril maupun materi, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar dan baik.
7. Para dosen berserta jajaran staf Falkutas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

8. Kepada General Manager di sekolah PT. Kembang wisata Persada dan juga berserta para orang tua yang ikut serta dalam mendapatkan informasi.
9. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada teman teman serta pihak yang terkait dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Jakarta, 05 Agustus 2022



(Chaidisya Putri Ardiansyah)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Fokus Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian terdahulu	10
2.2 Komunikasi.....	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi	13
2.2.2 Komunikasi Massa	14
2.3 Pemasaran	15

2.3.1	Pengertian Pemasaran.	15
2.3.2	Manajemen Pemasaran.....	16
2.3.3	Bauran Pemasaran.....	17
2.3.4	Tujuan dan Fungsi Pemasaran.	18
2.4	Komunikasi Pemasaran	19
2.5	Media Sosial	19
2.5.1	Pengertian E-Marketing.	19
2.5.2	Pengertian Media Sosial.....	20
2.5.3	Pengertian Instagram.....	21
2.5.4	Rancangan Pemasaran Pada Instagram.....	21
2.6	Brand Awareness.....	23
2.6.1	Pengertian Merek.....	23
2.6.2	Pengertian Brand Awareness.....	24
2.6.3	Ekuitas Brand	25
2.7	Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1	Paradigma Penelitian	27
3.2	Metode penelitian	27
3.3	Informan Dan Informan Kunci Informan	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.1	Teknik Wawancara.....	29
3.4.2	Teknik Observasi	31
3.4.3	Teknik Dokumentasi	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.6	Teknik Keabsahan Data	33
3.7	Teknik Purposive Sampling.....	34
3.8	Lokasi Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Gambaran Umum Perusahann.....	35

4.1.1	Profil Perusahaan	35
4.1.2	Kegiatan Usaha di Biro Perjalanan Wisata PT Kembang Wisata.....	38
4.1.3	Anggota Organisasi Kepariwisata	40
4.1.4	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	40
4.1.5	Visi dan Misi PT Kembang Wisata Persada	46
4.1.6	Logo Perusahaan	47
4.2	Deskripsi Informan dan Kunci Informan Penelitian.	47
4.2.1	Kunci Informan	47
4.2.2	Informan.....	48
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.3.1	Aktifitas Event PT Kembang Wisata	49
4.3.2	Aktifitas Promosi Melalui Instagram.....	51
4.3.3	Pengembangan Isi Konten Sosial Media	53
4.3.4	Pembentukan Brand Awareness Melalui Promosi.....	55
4.4	Pembahasan.....	57
4.4.1	Aktivitas Pemasaran PT Kembang Wisata Persada	57
4.4.2	Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness	61
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.	64
5.2	Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Platform Sosial Media.....	5
Gambar 1.2 Profil Instagram Kembang Wisata	6
Gambar 4.1 Kantor PT Kembang Wisata Tour & Travel	36
Gambar 4.2 Pimpinan dan Staff Kembang Wisata	37
Gambar 4.3 Counter Staff Kembang Wisata.....	39
Gambar 4.4 Logo PT Kembang Wisata Persada.....	47
Gambar 4.5 Kegiatan Pameran PT Kembang Wisata di Smesco dan Gedung Wibawa mukti	50
Gambar 4.6 Feed Postingan Instagram @kembangwisataofficial	53
Gambar 4.7 Chat Calon Konsumen	54
Gambar 4.8 Review Dari para Konsumen	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Penulis

Lampiran 2 Hasil Dokumentasi

Lampiran 3 Surat Pengantar

Lampiran 4 Transkrip Wawancara dan Reduksi

Lampiran 5 Kartu Bimbingan

Lampiran 6 Form Perbaikan



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Profil Kunci Informan.	47
Tabel 4.2 Profil Informan.	48



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka berfikir	26
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	41

