

**AKTIVITAS *DIGITAL BRANDING* DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF
PADA *BRAND KONG CLEAN*)**

SKRIPSI

Oleh :
Kevin Nathaniel
201810415013



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *AKTIVITAS DIGITAL BRANDING
DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS (STUDI DESKRIPTIF
KUALITATIF PADA BRAND KONG
CLEAN)*

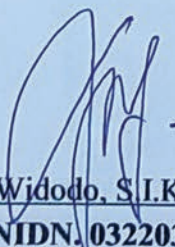
Nama Mahasiswa : Kevin Nathaniel
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415013
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 28 Juli 2022



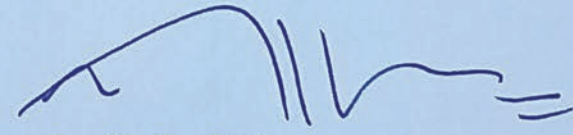
Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0322038901

Pembimbing II


Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0310068902

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *AKTIVITAS DIGITAL BRANDING DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA
BRAND KONG CLEAN)*

Nama Mahasiswa : Kevin Nathaniel
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415013
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 28 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

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

NIDN 0307108503

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

NIDN 0322038901

Penguji II : Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom

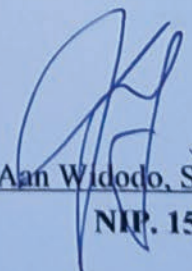
NIDN 0322048204

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 *Aktivitas Digital Branding Dalam Membangun Brand Awareness* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Brand* Kong Clean). Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan 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 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 porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Kevin Nathaniel

201810415013

ABSTRAK

Kevin Nathaniel 201810415013, *Aktivitas Digital Branding Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Kong Clean)*

Penelitian ini meneliti tentang aktivitas *digital branding* dalam membangun *brand awareness* pada *brand* Kong Clean yang memiliki tujuan untuk mengetahui aktivitas *digital branding* apa saja yang dilakukan oleh Kong Clean, pemanfaatan media dalam *digital branding* yang digunakan oleh Kong Clean, dan bagaimana *co-branding* yang dijalankan oleh Kong Clean. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan metode deskriptif. Konsep yang digunakan adalah konsep *digital branding* Doodwadi dan Argawal. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan dilakukan dengan *purposive sampling*, teknik analisis Miles and Hubermann. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas *digital branding* yang dilakukan dengan membuat konten-konten edukasi dan promosi, dengan melakukan publikasi melalui *website* dan *instagram*. Lalu Kong Clean memanfaatkan media *digital branding* seperti *website* dengan mengunggah konten-konten serta membuat fitur pencarian sepatu dan *instagram* dengan memanfaatkan tampilan *instagram*, *feeds*, dan *instastory*. Serta melakukan *co-branding* atau kolaborasi dengan *brand* Koffiemonsta dan Bandroll Haircut dengan membuat promosi dan menciptakan produk baru untuk membangun *brand awareness*.

Kata kunci : *digital branding, brand awareness, co-branding*

ABSTRACT

Kevin Nathaniel 201810415013, *Digital Branding Activities in Building Brand Awareness (Qualitative Descriptive Study on Kong Clean Brand)*

This study examines digital branding activities in building brand awareness of the Kong Clean brand which has the aim of knowing what digital branding activities are carried out by Kong Clean, the use of media in digital branding used by Kong Clean, and how co-branding is carried out by Kong Clean. Kong Clean. This research approach is qualitative with descriptive method approach. The concept used is the digital branding concept of Doodwadi and Argawal. Data collection techniques were carried out using interviews, observation, and documentation. The technique of determining the informants was done by purposive sampling, Miles and Hubermann analysis technique. The results of this study indicate that digital branding activities are carried out by creating educational and promotional content, by publishing through the website and Instagram. Then Kong Clean utilizes digital branding media such as websites by uploading content as well as creating shoe and Instagram search features by utilizing Instagram displays, feeds, and stories. As well as co-branding or collaborating with the Koffiemonsta brand and Bandroll Haircut by making promotions and creating new products to build brand awareness.

Keywords : *digital branding, brand awareness, co-branding*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penulisan skripsi ini menjadi salah satu tugas akhir dan menjadi syarat wajib untuk mendapatkan nilai di mata kuliah Skripsi. Proposal skripsi ini merupakan sebagian dari penelitian yang sudah peneliti buat dengan mengaplikasikan teori yang sudah peneliti dapatkan selama kegiatan belajar mengajar. Skripsi yang peneliti susun ini berjudul “*Digital Branding Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Kong Clean)*”

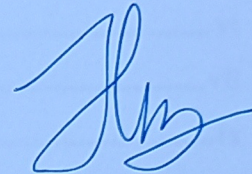
Dengan mengerjakan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan juga ucapan terima kasih kepada orang tua serta orang-orang yang telah memberikan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih 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 serta Dosen Pembimbing Satu yang telah memberikan banyak arahan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah memberikan banyak arahan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Rekan-Rekan *Scoot Space* yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan Skripsi.
6. Rekan-rekan Pemancing Handal yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan Skripsi

7. Rekan-rekan *Reborn Gates* Indonesia yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan Skripsi
8. Rekan-rekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya 2018 yang senantiasa memberikan saran dalam penyusunan Skripsi.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Penulis



Kevin Nathaniel
201810415013



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	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
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Fokus Penelitian Objek	21
1.3 Pertanyaan Penelitian	22
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis	22
1.5.2 Kegunaan Praktis	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Konsep	25
2.2.1 Pengertian Brand	25
2.2.2 Langkah dalam Membangun Brand	27
2.2.3 Pengertian Digital Branding.....	28
2.2.4 Media Digital Branding	28
2.2.5 Konsep Digital Branding	29
2.2.6 Tujuan Digital Branding	30
2.2.7 Pengertian <i>Website</i>	31

2.2.8 Instagram.....	32
2.2.9 Pengertian Co-branding	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metodologi Penelitian	35
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	36
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Wawancara.....	38
3.5.2 Observasi.....	39
3.5.3 Studi Dokumentasi.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Tentang Kong Clean.....	42
4.1.2 Profil Informan.....	44
4.1.3 Tujuan Kong Clean Membangun <i>Brand</i>	46
4.1.4 Langkah Kong Clean Dalam Membangun <i>Brandnya</i>	47
4.1.5 <i>Digital Branding</i> Yang Dilakukan Kong Clean.....	48
4.1.6 Aktivitas <i>Digital Branding</i> Kong Clean	48
4.1.7 <i>Co-branding</i> atau Kolaborasi Yang Dijalankan Kong Clean	58
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Aktivitas <i>Digital Branding</i> Kong Clean	61
4.2.2 Pemanfaatan Media <i>Digital Branding</i> yang Dilakukan Kong Clean	62
4.2.3 <i>Co-branding</i> Yang Dilakukan Oleh Kong Clean.....	68
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	24
Tabel 4.1 Profil Informan	45
Tabel 4.2 <i>Analytics Report</i> Kong Clean.....	65
Tabel 4.3 <i>Analytics Report Instastory</i> Kong Clean	67
Tabel 4.3 <i>Analytics Report</i> Promo Koffiemonsta	68
Tabel 4.4 <i>Analytics Report</i> Bandroll Haircut	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Website</i> dan Instagram Kong Clean	18
Gambar 1.2 Aktivitas digital branding yang dilakukan oleh berbagai brand	18
Gambar 1.3 Digital branding Kong Clean pada website.....	19
Gambar 1.4 Digital branding Kong Clean pada instagram	19
Gambar 1.5 Kolaborasi Kong Clean dengan UMKM lain.....	20
Gambar 4.1 Logo Kong Clean	42
Gambar 4.2 Dokumentasi Peneliti, 2022	45
Gambar 4.3 Dokumentasi Peneliti, 2022	46
Gambar 4.4 <i>Company Profile</i> Kong Clean	49
Gambar 4.5 Konten Promosi Dalam <i>Website</i>	50
Gambar 4.6 <i>Gallery</i> Kong Clean	51
Gambar 4.7 <i>Pricelist</i> Kong Clean Dalam <i>Website</i>	52
Gambar 4.8 Fitur Pencarian Sepatu	52
Gambar 4.9 Konten Bahan-Bahan Sepatu	54
Gambar 4.10 Konten <i>before & after</i>	55
Gambar 4.11 Konten Penyebab Kerusakan Pada Sepatu.....	55
Gambar 4.12 Konten Promosi.....	57
Gambar 4.13 <i>Instastory</i> Kong Clean.....	58
Gambar 4.14 Kolaborasi dengan Koffiemonsta.....	59
Gambar 4.15 Kolaborasi dengan Bandroll Haircut.....	60
Gambar 4.17 Instagram Kong Clean.....	64
Gambar 4.16 <i>Website</i> Kong Clean.....	64
Gambar 4.18 <i>Analytics Report</i> Kong Clean.....	66
Gambar 4.19 <i>Analytics Report Instastory</i>	67
Gambar 4.20 Kolaborasi Kong Clean dengan Koffiemonsta.....	68
Gambar 4.21 <i>Analytics Report</i> Promo Koffiemonsta	69
Gambar 4.21 Kolaborasi Kong Clean dengan Bandroll Haircut.....	69

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	45
Bagan 4.2 Bagan Aktivitas <i>Digital Branding</i> Kong Clean	61



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Biodata Penulis
LAMPIRAN 2	: Surat Pengantar
LAMPIRAN 3	: Surat Pernyataan
LAMPIRAN 4	: Pedoman Wawancara
LAMPIRAN 5	: Transkrip Wawancara
LAMPIRAN 6	: Reduksi Data
LAMPIRAN 7	: Dokumentasi
LAMPIRAN 8	: Kartu Bimbingan
LAMPIRAN 9	: Form Perbaikan

