

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
DI PASAR MODERN INTERMODA BSD**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

PRABATAYU DEWITA PUTRI

1408520078

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL**

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti, menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah/Nyata dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness di Pasar Modern Intermoda BSD adalah benar – benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan skripsi. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Skripsi ini maka peneliti sanggup menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 19 Mei 2024



Prabatayu Dewita Putri

NIM. 1408520078

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
Universitas Negeri Jakarta



TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, S.I.K., M.Si</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang		25 Mei 2024
2.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 199509222022032020 Sekretaris Sidang		27 Mei 2024
3.	<u>Menati Fajar Rizki, M.I.Kom</u> NIDN. 0026128810 Dosen Penguji Ahli		27 Mei 2024
4.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007 Dosen Pembimbing		27 Mei 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness di Pasar Modern Intermoda BSD” dengan baik dan sesuai pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir Skripsi ini adalah salah satu syarat yang ditujukan untuk meraih gelar Sarjana Terapan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Program D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dalam menyelesaikan laporan ini, peneliti menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto sebagai Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Universitas Negeri Jakarta
4. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
5. Anggun Nadia Fatimah, M.Si sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi Semester 120 yang selalu mendukung segala kegiatan
6. Keluarga penulis, papah, mamah, kakak, desty. Terima kasih karena telah memberikan dukungan dan doa yang berlimpah hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini sebagai syarat untuk menyelesaikan perkuliahan.
7. Sahabat – sahabat penulis, kumpul terbaru, Rasya, Nanda, Rajwaa, Yessy, Fajar, Surya, Virdi dan Tama. Terima kasih selalu menjadi tempat bagi penulis bisa merasakan canda tawa dan hangatnya pertemanan sedari SMA, terima kasih karena selalu menyempatkan waktu untuk bertemu.

8. Sahabat – sahabat penulis di perkuliahan, Selvi Sagita, Nur Hafizah, Desi Putri Ramadhani, Gusti Rista Yuniarti, Annisa Febrianeu. Terima kasih karena hadir di kehidupaan perkuliahan ini dan segala hal baik lainnya yang tidak bisa diungkapkan satu – persatu. Terima kasih sudah berjuang bersama dalam menyusun tugas akhir, walau banyak rintangan tapi akhirnya kita bisa melewatinya.
9. Terima kasih kepada Rasya Khairani, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan tidak pernah bosan – bosannya memberikan saran, masukan, motivasi hingga semangat kepada penulis selama melakukan penyusunan tugas akhir skripsi. Serta, terima kasih karena selalu hadir di setiap proses yang penulis lalui, baik itu proses yang menyulitkan maupun menyenangkan.
10. Terima kasih kepada Lee Haechan dan Joshua Hong, yang selalu menemani saat penulis menghadapi masa – masa sulit dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini melalui lagu – lagu yang dilantunkan dan selalu menjadi sumber kekuatan bagi penulis saat penulis merasa sedih dan ingin menyerah.
11. Terima kasih kepada Pasar Modern Intermoda BSD yang sudah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
12. Terimakasih kepada teman – teman seperjuangan D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital tahun 2020.
13. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tugas akhir, yang tidak bisa penulis sebutkan satu – persatu.
14. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri, Prabatayu Dewita Putri karena sudah bisa bertahan sejauh ini, terima kasih karena mau berusaha dan tidak menyerah.

Sebagai manusia biasa, Penulis menyadari penyusunan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis.

Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Terakhir, harapan Penulis, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya

Depok, 14 Mei 2024

Penulis





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Prabatayu Dewita Putri
NIM : 1408520078
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : prabatayudewitaa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam
Meningkatkan Brand Awareness di Pasar Modern Intermoda BSD**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Mei 2024
Penulis

(Prabatayu Dewita Putri)

Prabatayu Dewita Putri (1408520078), STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI PASAR MODERN INTERMODA BSD, Tugas Akhir 2024

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup akibat pandemi Covid-19 menghasilkan aktivitas baru pada masyarakat, salah satunya kegiatan belanja *online*. Hal tersebut tentunya memberikan dampak yang cukup berat bagi sektor perdagangan, salah satunya Pasar Modern Intermoda BSD yang mengalami penurunan jumlah penyewa ruko, kios, lapak dan pengunjung.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* di Pasar Modern Intermoda BSD. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus yang menggunakan teori *Promotion Mix* (bauran promosi) oleh Kotler & Keller.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Pasar Modern Intermoda BSD menerapkan strategi tersebut dengan elemen yang terdiri dari periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan langsung (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*) pemasaran *online* (*online marketing*), pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*), publisitas (*publicity*).

Tak hanya itu, Pasar Modern Intermoda BSD juga menerapkan 3 rangkaian komunikasi pemasaran, yaitu Tujuan Komunikasi Pemasaran, Segmentasi dan Targeting, serta Diferensiasi dan Positioning. Hal ini diterapkan Pasar Modern Intermoda BSD guna melakukan strategi komunikasi pemasaran komunikasi pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness*.

Kata kunci: Instagram, kesadaran merek, komunikasi pemasaran, media sosial.

Prabatayu Dewita Putri (1408520078), MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN INCREASING BRAND AWARENESS IN THE MODERN MARKET OF INTERMODA BSD, Final Thesis 2024

ABSTRACT

The lifestyle changes resulting from the COVID-19 pandemic have led to new social activities, including online shopping. This has undoubtedly had a significant impact on the trade sector, including the Modern Market of Intermoda BSD, which has experienced a decline in the number of shops, kiosks, stall tenants, and visitors.

This study aims to understand the marketing communication strategy through Instagram social media to increase brand awareness in the Modern Market of Intermoda BSD. This qualitative research uses a case study method that employs the Promotion Mix theory by Kotler & Keller.

The research findings reveal that the Modern Market of Intermoda BSD implements this strategy with advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing, online marketing, word-of-mouth marketing, and publicity.

Additionally, the Modern Market of Intermoda BSD implements three marketing communications sets: marketing communication objectives, segmentation and targeting, and differentiation and positioning. The Modern Market of Intermoda BSD applies these strategies to enhance marketing communication and increase brand awareness.

Keywords: Brand awareness, Instagram, marketing communication, social media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
LEMBAR ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Deskripsi Konseptual	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 <i>Brand Awereness</i> (Kesadaran Merek)	15
2.1.4 Media Sosial	17
2.1.5 Instagram	18
2.2 Penelitian yang Relevan	21
2.3 Keterkaitan Antarkonsep.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	28

3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3	Subjek Penelitian.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.6	Teknik Kalibrasi Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1	Profil Pasar Modern Intermoda BSD	35
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.3	Struktur Organisasi.....	37
4.1.4	Instagram Pasar Modern Intermoda BSD.....	38
4.1.5	Profil Informan	38
4.2	Hasil Analisis Data.....	41
4.2.1	Tujuan Komunikasi Pemasaran Pasar Modern Intermoda BSD	41
4.2.2	Segmentasi dan <i>Targeting</i> Pasar Modern Intermoda BSD.....	43
4.2.3	Diferensiasi dan <i>Positioning</i> Pasar Modern Intermoda BSD.....	45
4.2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran Pasar Modern Intermoda BSD	48
4.2.5	Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	60
4.3	Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	72
5.1.1	Saran Akademis.....	72
5.1.2	Saran Praktis.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Negara yang merupakan Jumlah Pengguna	4
Gambar 1.2 (Kiri ke Kanan): Profil Akun Instagram Pasar Modern Intermoda BSD, Contoh Unggahan Instagram Pasar Modern Intermoda BSD.	8
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	16
Gambar 2.2 Kerangka Keterkaitan Antar Konsep.....	27
Gambar 4.1 Logo Pasar Modern Intermoda BSD Sumber: Pasar Modern Intermoda BSD, 2024	36
Gambar 4. 2 Visi dan Nilai – nilai Sinarmas Land.....	37
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Pasar Modern Intermoda BSD Sumber: Olahan Data Pribadi, 2024.....	37
Gambar 4.4 (Kiri ke Kanan): Profil Akun Instagram Pasar Modern Intermoda BSD, Contoh Unggahan Instagram Pasar Modern Intermoda BSD	38
Gambar 4.5 Terminal Bis BSD Link dan Jembatan Penghubung Stasiun Kereta Api Cisauk.....	46
Gambar 4.6 Kondisi Pasar yang Bersih dan Exhibition Hall Area yang Digunakan untuk Event	47
Gambar 4.7 Contoh Unggahan Konten Reels Kerjasama Berbayar dengan Influencer Kuliner	49
Gambar 4.8 (Kiri ke Kanan): Views Konten Reels yang Tidak Menggunakan Fitur Ads,.....	51
Gambar 4.9 Contoh Unggahan Feeds Sales Promotion di Instagram Pasar Modern Intermoda BSD.....	52
Gambar 4.10 Pasar Modern Intermoda BSD Responsif dalam Menjawab Komentar Followers.....	53
Gambar 4.11 Unggahan story Pasar Modern Intermoda BSD dalam melakukan interaksi dengan followersnya	54
Gambar 4.12 E – Catalog Pasar Modern Intermoda BSD.....	55
Gambar 4. 13 Contoh Strategi Komunikasi Pemasaran Online Marketing melalui Kompetisi Video pada akun Instagram @pasarmodernintermodabsd.....	57
Gambar 4. 14 Fitur Share pada Instagram @pasarmodernintermodabsd	59
Gambar 4.15 Contoh Publisitas yang dilakukan Pasar Modern Intermoda BSD melalui Instagram	60
Gambar 4.18 Insight Akun Instagram Pasar Modern Intermoda BSD Periode April – Mei 2024.....	66
Gambar 4.19 Contoh Highlights pada Akun Instagram @pasarmodernintermodabsd	67
Gambar 4.20 Contoh Caption dan Tagar yang Digunakan Akun Instagram @pasarmodernintermodabsd	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Panduan Wawancara.....	81
Lampiran 2 Catatan Hasil Observasi.....	85
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	92
Lampiran 4 Dokumentasi dan Surat – Surat	134

