



**PENGUNAAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI BAND PERON SATOE DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Rian Indrawan

NPM : 41182037180028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA & BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45”**

BEKASI

2022 M / 1443 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya mengatakan bahwa proposal yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian tertentu dalam penulisan proposal ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam proposal ini.

Bekasi, 9 Agustus 2022



Rian Indrawan

41182037180028

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Proposal : Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Band
Peron Satoe Dalam Membangun *Brand Awareness*
Nama : Rian Indrawan
NPM : 411820371800128
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Sastra Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.

Bekasi, 5 Agustus 2022

Mengetahui

Menyetujui

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi

Dosen Pembimbing Skripsi



Tin Hartini, M.Si

Kartini Rosmala DK, M.I.kom

NRP : 45.01.02.2016.001

NRP : 45.1.22.08.2011.025

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul:

“Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Band Peron Satoe Dalam Membangun *Brand Awareness*”

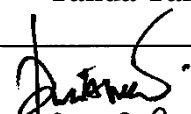
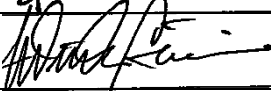

Telah dipertahankan dihadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 19.30 – 20.00

Oleh

Nama : Rian Indrawan
NPM : 41182037180028
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Dosen Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom	
Penguji 1	Winda Primasari, M. Si	
Penguji 2	Kartini Rosmala DK, M. I. Kom	

Bekasi, 22 Agustus 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan
Bahasa


Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom.

NRP. 45.1.03.12.2012.029

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Tin Hartini, M. Si.

NRP. 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, &
Bahasa

2022

Rian Indrawan Npm 41182037180028

Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Band Peron Satoe Dalam
Membangun Brand Awareness

Kartini Rosmala

Saat ini dengan kehadiran jejaring sosial sebagai media untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas telah merubah sistem pemasaran konvensional. Dengan biaya yang lebih murah membuat banyak orang mulai menggunakan Jejaring sosial sebagai media untuk mempromosikan usahanya. Salah satunya band Peron Satoe. Beberapa jejaring sosial menyediakan layanan yang memungkinkan penggunanya untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dalam bentuk foto maupun video, salah satunya adalah Instagram. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *strategi* penggunaan instagram sebagai media promosi band Peron Satoe dalam membangun *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah Peron satoe kurang memaksimalkan promosinya pada instagram dan melalui penelitian ini dapat ketahui secara lengkap mengenai cara membangun *Brand awareness* melalui Instagram seperti Penyebaran Informasi, Menciptakan Kesadaran, Tujuan Riset, Menciptakan persepsi, Percobaan Produk, Meningkatkan Pelayanan, dan Meningkatkan Distribusi.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Media Sosial, Instagram, *Internet Marketing*, Promosi.

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Communication Studies Program

*Faculty of Communication, Literature
& Languages*

2022

Rian Indrawan Npm 41182037180028

Using Instagram as a Promotional Media for the Satoe Band Platform in Building Brand Awareness

Kartini Rosmala

Currently, the presence of social networks as a medium to communicate with the wider community has changed the conventional marketing system. With a lower cost, many people start using social networks as a medium to promote their business. One of them is the band Peron Satoe. Several social networks provide services that allow users to disseminate information to the public in the form of photos and videos, one of which is Instagram. The purpose of this study was to determine the strategy of using Instagram as a promotional medium for the Peron Satoe band in building brand awareness. The research method used was descriptive qualitative with data collection techniques obtained through interviews, observation and documentation. The results obtained from this study are that Peron satoe does not maximize its promotion on Instagram. Through this research, you can find out in full about how to build Brand awareness through Instagram such as Information Dissemination, Creating Awareness, Research Objectives, Creating Perceptions, Product Experiments, Improving Services, and Increasing Distribution.

Keywords: *Brand Awareness, Social Media, Instagram, Internet Marketing, Promotion.*

PRAKATA

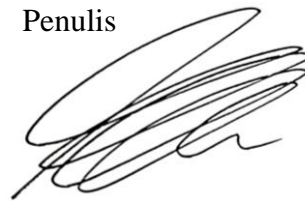
Puji syukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang memberikan limpahan nikmat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Yudha Asmara D.A., S.Sos., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.
2. Ibu Sya'baningrum Prihhartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Tin Hartini, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Ibu Kartini Rosmala D.K., M. I. Kom. selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran memberikan bimbingan, dan masukan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Dosen-Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam "45" Bekasi, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
6. Mamah ku Lilis Sundiani & Nenek ku Yatiah yang telah memberikan do'a, motivasi dan semangat yang tiada hentinya kepada saya.
7. Uwa Ato (Edi Suprianto) & Uwa Atik (Atik Sulastri) yang telah membiayai perkuliahan saya.
8. Keluarga Besar Sanjaya yang banyak membantu, mensupport, dan mendo'akan saya.
9. Seluruh Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 yang telah berjuang bersama serta membantu dalam membuat skripsi ini.
10. Keluarga besar Himikom (Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi).
11. Keluarga besar 45 Radio.
12. Keluarga besar UKM Teater Korek.
13. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Akhir kata saya, Semoga Allah membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 9 Agustus 2022

Penulis



Rian Indrawan

NPM : 41182037180028

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Teori	11
2.4. Kerangka Pemikiran	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2. Unit Analisis	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data	29
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian Dan Objek Penelitian	35

4.2 Hasil Penelitian.....	40
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness (Aaker David, 1991 : 10).....	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Instagram Peron Satoe.....	35
Gambar 4. 2 Personil Peron Satoe Periode 2012-2022.....	37
Gambar 4. 3 Logo Band Peron Satoe.....	38
Gambar 4. 4 Cara pengenalan personil.....	40
Gambar 4. 5 Profil Instagram Peron Satoe.....	41
Gambar 4. 6 Feed Instagram Band Peron satoe.....	43
Gambar 4. 7 Postingan Dengan Menggunakan <i>Tag</i> Lokasi.....	46
Gambar 4. 8 Penggunaan <i>Caption, Hastag</i> Pada <i>Postingan Feed</i>	46
Gambar 4. 9 Mengunggah Konten Pada <i>Storie</i>	48
Gambar 4. 10 <i>Re-Post Storie</i>	49
Gambar 4. 11 Melakukan <i>Live Storie</i>	49
Gambar 4. 12 Penjualan Baju.....	50
Gambar 4. 13 Mempromosikan WARTIK (Warung Peronity Asik).....	51
Gambar 4. 14 Promosi Lagu pada feed.....	52
Gambar 4. 15 Sorotan Youtube.....	53
Gambar 4. 16 Sorotan Aplikasi <i>Peronity Stasion</i>	54
Gambar 4. 17 Postingan Jadwal Manggung Mendapat 26 Komentar & 287 <i>Like</i>	56
Gambar 4. 18 Komentar Dari Komunitas Vespa.....	57
Gambar 4. 19 <i>Insight Potingan Feed & Storie</i>	58
Gambar 4. 20 <i>Insight</i> Dalam 7 Hari Instagram Peron Satoe.....	59
Gambar 4. 21 Ikut Dalam Kegiatan Komunitas Vespa.....	61
Gambar 4. 22 <i>Re-Post Postingan</i> Dari <i>Netizen</i>	62
Gambar 4. 23 Karya Lagu Peron Satoe Di Instagram.....	64
Gambar 4. 24 Lagu Peron Satoe Digunakan Untuk <i>Reels</i>	65
Gambar 4. 25 Lagu Menari Pada Postingan Foto di <i>Feed</i>	66
Gambar 4. 26 Komentar Dalam Salah Satu Postingan.....	68
Gambar 4. 27 <i>Re-Post Storie</i> Dari <i>Artis</i> Pengisi Acara.....	71

Gambar 4. 28 <i>Tag Acara Radio Show Tv One</i> Kepada Instagram Peron Satoe	72
Gambar 4. 29 <i>Tag Peron Satoe</i> Kepada Instagram Acara <i>Radio Show TvOne</i>	73

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 Matrix Penelitian Terdahulu	10
---	----