

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* ALVISA *BEAUTY***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Anissa Putri

2010414220019

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2024






KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjen H. Hasan Basri Banjarmasin – 70123
Telp/Fax. (0511) 3304595 – (0511) 3304968 Laman : fisisip.ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* ALVISA BEAUTY

- A. Nama Mahasiswa : Anissa Putri
NIM : 2010414220019
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 78,07 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 26 Maret 2024.
- C. Tim Penguji:

- a. Ketua
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A.
NIP. 19900108201707104001 ()
- b. Sekretaris
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A.
NIP. 199202182019032020 ()
- c. Anggota
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si.
NIP. 199506252022031008 ()

Banjarmasin, 2 Mei 2024
Ketua Tim Penguji

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A.
NIP. 19900108201707104001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa Dua Puluh Enam Maret Dua Ribu Dua Puluh Empat, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1336/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 21 Maret 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Anissa Putri
NIM : 2010414220019
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Alvisa Beauty

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 10.30 s/d selesai
Nilai : 78,07 (A-)
Dinyatakan : Lulus / Tidak-Lulus

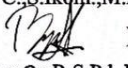
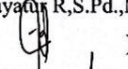

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 26 Maret 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Anissa Putri

1. Ketua : Achmad Bayu C., S.Ikom., M.A
()
2. Sekretaris : Putri Ayu Hidayat, R.S.Pd., MA
()
3. Anggota : Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Anissa Putri
NIM : 2010414220019
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Alvisa Beauty

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	78	
2.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	78	
3.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si	77	
Jumlah		233	
Nilai Rata-rata		77,67	Nilai Akhir = 78,07 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 26 Maret 2024

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1336/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A
2. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA
3. Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Anissa Putri
NIM : 2010414220019
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Alvisa Beauty

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 26 Maret 2024
J a m : 10.30 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 Maret 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Anissa Putri
Tempat/ Tanggal Lahir : Martapura, 27 September 2001
NIM : 2010414220019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Mistar Cokrokusumo, Perum. Graha Citra Megah,
Banjarbaru

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS ALVISA BEAUTY*" adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bukan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 15 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Anissa Putri

NIM. 2010414220019

ABSTRAK

Anissa Putri, 2010414220019, 2024, Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Alvisa Beauty. Dibawah bimbingan Achmad Bayu Chandrabuwono.

Alvisa *Beauty* merupakan salah satu *brand skincare* lokal yang berfokus pada produk perawatan kulit tubuh atau *bodycare* yang berasal dari Kota Banjarmasin. Alvisa *Beauty* didirikan pertama kali pada tahun 2020 dengan tujuan memberikan produk *bodycare* yang aman namun tetap berkualitas kepada Masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* oleh Alvisa *Beauty*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori New Media oleh Piere Levy.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk dapat mendeskripsikan bagaimana Alvisa *Beauty* memanfaatkan media sosial Instagram dalam mempromosikann dan memasarkan produk mereka untuk meningkatkan *brand awareness*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini penulis menganalisa menggunakan reduksi data dari hasil wawancara narasumber, penyajian data dan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dikumpulkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh Alvisa *Beauty* terutama dalam memanfaatkan fitur-fitur Instagram adalah mereka memilih fitur unggah foto, Instagram *Stories*, *Reels*, *Like*, *Direct Message*, *Hashtag* dan *Highlight* Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* mereka. Ini juga didapatkan dari hasil *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang telah dilakukan.

Kata kunci: : *Social Media Marketing*, Instagram, Awareness, Bodycare

ABSTRACT

Anissa Putri, 2010414220019, 2024, Utilization of Instagram Social Media in Increasing Brand Awareness of Alvisa Beauty. Under the guidance of Achmad Bayu Chandrabuwono.

Alvisa Beauty is a local skincare brand that focuses on body skin care products originating from the city of Banjarmasin. Alvisa Beauty was first founded in 2020 with the aim of providing safe but high quality bodycare products to the public. This research aims to find out how Instagram social media is used to increase brand awareness by Alvisa Beauty. The theory used in this research is New Media Theory by Pierre Levy.

The research method used is qualitative descriptive to describe how Alvisa Beauty uses Instagram social media to promote and market their products to increase brand awareness. Data collection techniques used include observation, interviews and documentation. In this research, the author analyzed using data reduction from the results of interviews with informants, presenting data and drawing conclusions from the research results collected.

The research results show that Alvisa Beauty's use of Instagram social media, especially in utilizing Instagram features, is that they choose the photo upload feature, Instagram Stories, Reels, Likes, Direct Messages, Hashtags and Instagram Highlights to increase their brand awareness. This is also obtained from the results of segmentation, targeting and positioning that have been carried out.

Keyword: Social Media Marketing, Instagram, Awareness, Bodycare

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang mana berkat Rahmat dan karunia Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* ALVISA *BEAUTY*” yang dapat diselesaikan pada waktunya. Proposal skripsi ini saya susun dan ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih serta apresiasi setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., MA., selaku Dosen Pembimbing saya yang sangat baik dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi

ini.

5. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA., selaku Dosen Penguji Satu saya yang membimbing penelitian ini, memberikan koreksi serta memperbaiki kekurangan dalam skripsi ini.
6. Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si., selaku Dosen Penguji Kedua saya yang membimbing penelitian ini, memberikan koreksi serta memperbaiki kekurangan dalam skripsi ini.
7. Bapak Prof. Dr.Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik yang sudah membimbing saya sepanjang perkuliahan berlangsung.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang banyak berguna bagi saya selama masa perkuliahan.
9. Staf Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh keluarga terutama ibu dan bapak atas segala doa dan motivasi serta selalu memberikan dukungan secara moril maupun materil sampai penulis mencapai titik ini.
11. Kepada sahabat-sahabat saya “Tergantung Mindset”, “PPT”, “Info Nonton”, Ferda dan Indy yang telah mendukung saya selama ini serta seluruh teman-teman angkatan 2020 yang telah

sama-sama berjuang dan memberi dukungan, masukan serta motivasi selama perkuliahan hingga saat ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya kritik membangun, saran dan usulan. Semoga sekiranya skripsi ini dapat bermanfaat bukan hanya untuk peneliti sendiri tapi juga untuk para pembacanya.

Banjarmasin, Maret 2024

Anissa Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Sejenis	12
2.2 Tinjauan Konseptual	14
2.2.1 Komunikasi	14
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	21
2.2.2.3 Model Komunikasi Pemasaran	22
2.2.2.4 Proses Komunikasi Pemasaran	23
2.2.3 Strategi	24
2.2.4 Media Sosial	28
2.2.5 New Media	32
2.2.6 Instagram	35
2.2.7 Social Media Marketing	42
2.2.8 Brand Awareness	43
2.2.9 Pengguna Instagram	47
2.3 Tinjauan Teori	47

2.4 Kerangka Teori	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan Penelitian	53
3.2 Tipe Penelitian	55
3.3 Objek Penelitian	56
3.4 Informan Penelitian	56
3.5 Jenis dan Sumber Data	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7 Teknik Analisa Data	60
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	62
BAB IV.....	63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum	63
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Brand Alvisa Beauty</i>	63
4.1.2 Visi dan Misi <i>Alvisa Beauty</i>	66
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Alvisa Beauty</i>	67
4.1.4 Instagram <i>Brand Alvisa Beauty</i>	68
4.2 Hasil Penelitian	71
4.2.1 Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh <i>Alvisa Beauty</i>	72
4.2.2 Keputusan Dasar Komunikasi Pemasaran <i>Alvisa Beauty</i>	83
4.2.3 Analisa Piramida <i>Brand Awareness</i>	88
4.3 Pembahasan	90
4.3.2 Keputusan Dasar Komunikasi Pemasaran <i>Alvisa Beauty</i>	96
4.3.3 Analisa Piramida <i>Brand Awareness</i>	99
4.3.2 Relevansi Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh <i>Alvisa Beauty</i> Dengan Teori <i>New Media (Piere Levy)</i>	99
BAB V.....	101
PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Grafik Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional (2010-2021).....	4
Gambar 1.3 Akun Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	7
Gambar 1.4 Produk <i>Body Lotion</i> dan <i>Body Scrub</i> Alvisa <i>Beauty</i>	8
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	44
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 4.1 Logo Alvisa <i>Beauty</i>	66
Gambar 4.2 Feeds Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	74
Gambar 4.3. Postingan Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	75
Gambar 4.4 Reels Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	77
Gambar 4.5 <i>Insight</i> Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	78
Gambar 4.6 <i>Direct Message</i> Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	79
Gambar 4.7 <i>Highlight</i> Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	80
Gambar 4.8 <i>Hashtag</i> Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	81
Gambar 4.9 Penggunaan Caption pada Instagram Alvisa <i>Beauty</i>	83
Gambar 4.10 Segmentasi Geografis Alvisa <i>Beauty</i>	85
Gambar 4.11 Segmentasi Demografis Alvisa <i>Beauty</i>	86
Gambar 4.12 <i>Insight</i> Rentang Usia <i>Followers</i> Alvisa <i>Beauty</i>	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis.....	22
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	71