

**ANALISIS AKTIVITAS PENGEMBANGAN *BRAND*
AWARENESS BLESS BAKERY DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



SKRIPSI

Oleh: Hanif Rijaalul Aan

NIM. 20240859

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

**ANALISIS AKTIVITAS PENGEMBANGAN *BRAND*
AWARENESS BLESS BAKERY DI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat untuk
Mencapai Tugas Akhir

Oleh:

Hanif Rijhaalul Aan

NIM:

20240859

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

Halaman Logo



HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Hanif Rijaalul Aan/20240859 ini,
Telah diperiksa untuk diuji.

Ponorogo, 22 Juli 2024

Pembimbing 1

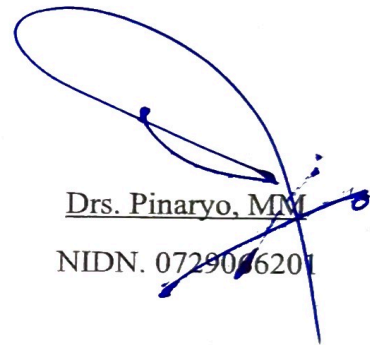


Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D

NIDN. 0725038605

Ponorogo, 5 Agustus 2024

Pembimbing 2



Drs. Pinaryo, MM

NIDN. 0729076201

Halaman Pengesahan

Skripsi oleh Hanif Rijaalul Aan/20240859 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 30 Juli 2024

Pukul : 10.00 - 11.00 WIB

Dewan Penguji

Penguji 1

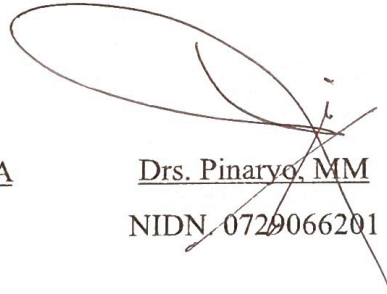
Penguji 2

Penguji 3



Krisna Megantari, M.A

NIDN. 0724048604



Drs. Pinaryo, MM

NIDN. 0729066201



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIDN. 0725038605

Mengetahui Dekan

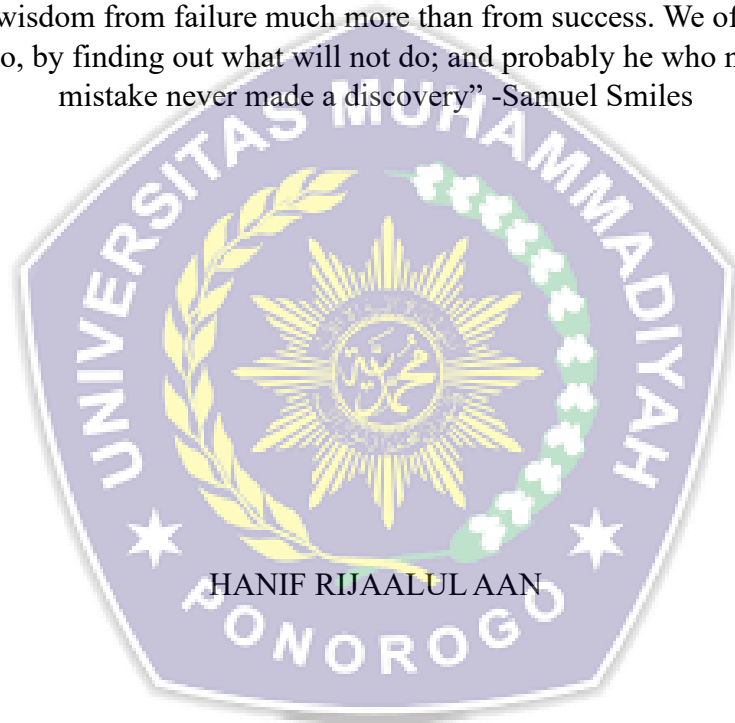


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIK. 19860325 201309 12

HALAMAN MOTTO

“We learn wisdom from failure much more than from success. We often discover what will do, by finding out what will not do; and probably he who never made a mistake never made a discovery” -Samuel Smiles



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Rijaalul Aan

Alamat : Jalan Basuki Rahmat 87, Kelurahan Purbosuman, Kecamatan
Ponorogo, Kabupaten Ponorogo

NIM : 20240859

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS AKTIVITAS PENGEMBANGAN *BRAND AWARENESS* BLESS BAKERY DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”

Adalah penelitian, serta pemaparan asli yang mana hal tersebut merupakan hasil karya saya sendiri. Skripsi ini benar-benar hasil karya ilmiah saya dengan menggunakan sumber yang saya ambil dalam skripsi ini telah saya cantumkan sesuai pemikiran pada isi, kecuali dengan ekspresi kalimat dan perubahan emosi.

Dengan demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dan penuh tanggung jawab dan integritas

Ponorogo, 19 Juli 2024

Yang menyatakan



Hanif Rijaalul Aan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin pertama penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayahnya sehingga penulis bisa merampungkan skripsi dengan judul “Analisis Aktivitas Pengembangan *Brand Awareness* Bless Bakery di Media Sosial Instagram”

Maksud dari pembuatan karya ilmiah ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan program strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Kurangnya pengalaman serta keterikatan dengan waktu penulis saat bekerja sehingga pada proses penyusunannya penulis dibantu oleh beberapa pihak. Yang mana mereka telah meluangkan waktu dan tenaga serta arahan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, maka itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro Ph.D selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi dan sangat membantu dalam terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku ketua program Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

3. Jajaran dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Kedua orang tua yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil. Serta memberikan arahan dan didikan yang sangat membantu proses penyusunan skripsi ini.
5. Rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan dan tidak lupa seluruh teman dari penulis yang terus mendoakan yang terbaik untuk penulis

Dengan ini penulis hanya bisa mengucapkan termia kasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak yang terlibat di atas dan mendoakan agar tetap mendapat kesehatan serta umur yang panjang. Selain itu penulis juga berharap karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang membutuhkan

Ponorogo, 19 Juli 2024

Penulis



Hanif Rijaalul Aan

Abstrak

Brand awareness adalah sebuah tolak ukur kemampuan seseorang dalam mengenali suatu merk dalam keadaan yang berbeda. Hal ini menjadi salah satu kunci terpenting untuk tercapainya kesuksesan suatu *brand*. Di dalam penelitian ini, akan memfokuskan analisa untuk salah satu media sosial yang termasuk populer, yaitu Instagram. Sebuah platform sosial media yang memfokuskan titik jualnya di relevansi pengguna dan konten yang lebih bersifat visual dan audio. Bless Bakery sebagai subjek penelitian, menggunakan Instagram sebagai media utama mereka untuk mengembangkan *brand awareness*. Mereka memiliki Instagram yang sangat aktif dan dikelola oleh tim *brand* dan *marketing* profesional, dengan pengikut lebih dari 4000 pengguna. Mengimplementasikan strategi PR yaitu *timeline planning*, dalam pengelolaan Instagramnya. Di penelitian ini, strategi yang diimplementasikan oleh Bless Bakery dianalisa melalui 4 unsur Instagram yaitu: *Likes, Followers, Comments*, dan *Mentions* serta teori media baru. Dalam penelitian ini, ditarik kesimpulan bahwa Bless Bakery walaupun dalam pengimplementasian strateginya sudah menyentuh semua tolak ukur tersebut, namun mereka masih belum bisa memaksimalkan efek yang didapat secara maksimal. Hal tersebut terkendala utamanya adalah oleh faktor *person* atau manusia dan etika kerjanya. Dimana Bless Bakery memiliki kekurangan personal yang lebih terspesialisasi di bidangnya dan cara kerja timnya yaitu WFH, dikarenakan tidak adanya kantor.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Instagram, medial sosial, teori media baru, Bless Bakery

Abstract

Brand awareness is a measure of a person's ability to recognize a brand in different circumstances. This is one of the most important keys to achieving success for a brand. In this research, we will focus the analysis on one of the popular social media, namely Instagram. A social media platform that focuses its selling point on user relevance and content that is more visual and audio in nature. Bless Bakery as a research subject, uses Instagram as their main media to develop brand awareness. They have a very active Instagram managed by a professional branding and marketing team, with a following of more than 4000 users. Implementing a PR strategy, namely timeline planning, in managing Instagram. In this research, the strategy implemented by Bless Bakery is analyzed through the 4 elements of Instagram, namely: Likes, Followers, Comments, and Mentions as well as new media theory. In this research, the conclusion was drawn that Bless Bakery, even though in implementing its strategy they had touched all of these benchmarks, they were still unable to maximize the effects obtained to the maximum. This is mainly hampered by personal or human factors and work ethics. Where Bless Bakery has a shortage of personnel who are more specialized in their field and the way the team works is WFH, due to the lack of an office.

Keywords: *Brand awareness, Instagram, Social Media, New Media Theory, Social Media*

DAFTAR ISI

Halaman Logo.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Pustaka.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. KERANGKA PIKIR.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Metode Penelitian dan Analisis Data.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Jenis Data.....	27
D. Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Daftar Informan.....	30
G. Teknik Pengolahan Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Analisis Menurut Teori <i>New Media</i> (Media Baru).....	42
C. Pembahasan.....	49

BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	52
Daftar Pustaka	54
Lampiran	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Generals.....	38
Gambar 1. 2 Reach.....	38
Gambar 1. 3 Content.....	38
Gambar 1. 4 Account Interraction.....	38
Gambar 1. 5 Followers.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan.....	56
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	57
Lampiran 3 Surat Keterangan Hasil Cek Hasil Plagiasi.....	58

