

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* SARAHITA *WEDDING ORGANIZER* DI
PONOROGO
SKRIPSI**



Oleh :
GUSTI KAYLA DAFFA
22241009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2026**

HALAMAN JUDUL

ANALISIS *BRAND AWARENESS* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SARA HITA WEDDING ORGANIZER DI PONOROGO

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan
Memenuhi Syarat-syarat untuk mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik di Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :
GUSTI KAYLA DAFFA
22241009

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

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Gusti Kayla Daffa / 22241009 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 29 April 2026

Dosen pembimbing I



Dr. Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

Dosen pembimbing II



Dra. Niken Lestarini, S. Sos., M.Si
NIDN. 0020066503

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Gusti Kayla Daffa / 22241009 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji,

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 7 Mei 2026

Pukul : 09.30-10.15

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304


Dra. Niken Lestari, S. Sos., M.Si
NIDN. 0020066503


Dr. Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Darwis Nasution, S.IP, M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gusti Kayla Daffa

Alamat : Jl, Raya Ponorogo-Wonogiri, Desa Kapuran, Badegan, Ponorogo

NIM : 22241009

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Analisis *Brand Awariness* Melalui Pemanfaatan Sosial Media *Instagram* Sarahita *Wedding Organizer* di Ponorogo”

adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 29 April 2026

Yang menyatakan,



Gusti Kayla Daffa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Brand Awareness Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sarahita Wedding Organizer di Ponorogo”* dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Segala puji bagi Allah Swt. Atas segala rahmat, nikmat, hidayah, serta karunia nya yang tiada henti mengalir dalam kehidupan saya. Berkat izin dan kehendaknya, saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses dan perjuangan yang menyertainya.
2. Teruntuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan perjuangan dalam menghadapi berbagai rintangan selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak mudah melewati hari-hari penuh tekanan, rasa lelah, dan keraguan, namun saya berhasil dan membuktikan bahwa saya mampu menyelesaikannya. Semoga Langkah ini menjadi Langkah awal untuk perjalanan yang lebih baik kedepanya.
3. Teruntuk dua sosok paling berarti dalam hidupku, Ibu dan almarhum Ayah tercinta. Terima kasih atas cinta yang tak bersyarat, doa yang tak pernah terputus, serta setiap langkah yang kalian iringi dengan harapan dan keikhlasan. Kalian adalah alasan di balik setiap semangat yang tumbuh. Semoga Allah Swt membalas setiap tetes keringat, setiap doa yang terucap dalam diam, dengan keberkahan, Kesehatan, dan kebahagiaan yang tiada henti.
4. Saudara kandungku, adik. Terima kasih untuk semangat – semangat kecil yang kamu lontarkan untukku. Memang aku belum sepenuhnya sempurna

berperan sebagai kakak, namun ketahuilah akan kuusahakan untukmu tersenyum setiap hari. Dan terus belajar menjadi kakak yang baik.

5. Kepada Putri Melyana, Terima kasih telah hadir dan setia menemani perjalanan penulis sejak di bangku Sma hingga saat ini. Terima kasih atas dukungan, perhatian, kesabaran, serta waktu yang telah diberikan selama ini. Dalam setiap proses panjang yang penulis lalui, terima kasih telah menjadi salah satu sosok yang selalu ada, baik dalam keadaan suka maupun duka. Terima kasih selalu hadir untuk menguatkan dan meyakinkan penulis bahwa saya mampu melewati semua ini. “kau pantas dapatkan yang baik di dunia, smoga kita bertahan lama” (rumah ke rumah - hindia)
6. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas tawa, dukungan, dan kebersamaan yang membuat setiap proses terasa lebih ringan. Kalian adalah cerita yang akan selalu saya kenang. Terima kasih sudah menjadi bagian dari cerita hidup saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 26 April 2026



Penulis

MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja setiap hari hingga lelah, jadi aku pastikan lelahnya tidak sia-sia”

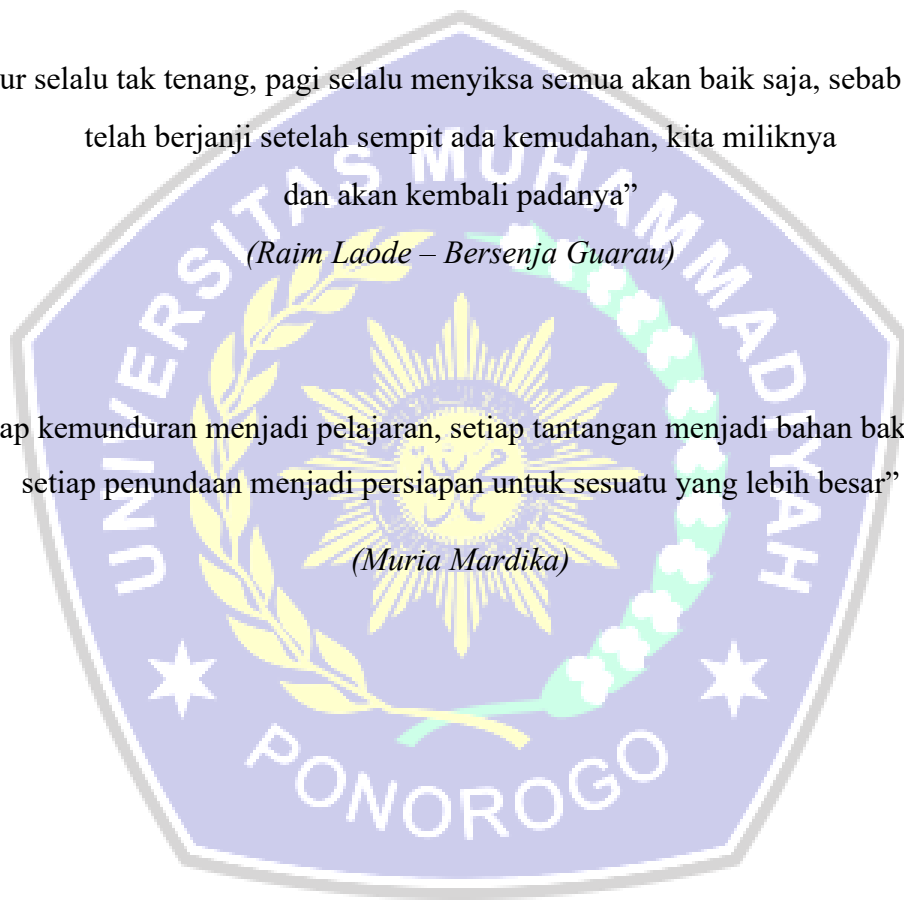
(penulis)

“Tidur selalu tak tenang, pagi selalu menyiksa semua akan baik saja, sebab tuhan telah berjanji setelah sempit ada kemudahan, kita miliknya dan akan kembali padanya”

(Raim Laode – Bersenja Guarau)

“Setiap kemunduran menjadi pelajaran, setiap tantangan menjadi bahan bakar dan setiap penundaan menjadi persiapan untuk sesuatu yang lebih besar”

(Muria Mardika)



ABSTRAK

ANALISIS *BRAND AWARENESS* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* SARAHITA WEDDING ORGANIZER

Gusti Kayla Daffa

22241009

Sarahita Wedding Organizer menjadikan *Instagram* sebagai media promosi. Permasalahan yang dikaji terletak bagaimana *Instagram* dimanfaatkan dalam membangun brand awareness serta sejauh mana tingkat kesadaran merek yang berhasil dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi brand awareness sekaligus menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan. Secara implementatif, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi *Sarahita Wedding Organizer* pelaku usaha jasa serta memperkaya kajian dalam bidang komunikasi pemasaran. Penelitian ini berlandaskan pada teori brand awareness dari Aaker dengan indikator *recognitions*, *recall*, *top of mind*, dan *brand dominance*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Sarahita Wedding Organizer* telah berada pada tahap *brand recognition* dan *brand recall* melalui konsistensi konten visual serta interaksi digital. Namun, posisi *top of mind* dan *brand dominance* masih dalam tahap perkembangan. Analisis mengungkapkan bahwa strategi konten yang dijalankan sudah cukup optimal, meskipun masih memerlukan penajaman keaslian dan konsistensi pesan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas cakupan objek penelitian serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif guna memperoleh pengukuran brand awareness yang lebih menyeluruh.

Kata kunci: *brand awareness*, *wedding organizer*, *Instagram*, komunikasi pemasaran.

ABSTRACT

BRAND AWARENESS ANALYSIS THROUGH THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA BY SARAHITA WEDDING ORGANIZER

Gusti Kayla Daffa

22241009

Sarahita Wedding Organizer utilizes Instagram as a promotional medium. The problem studied lies in how Instagram is utilized to build brand awareness and the extent to which brand awareness has been achieved. This study aims to identify the brand awareness position and analyze the implemented communication strategies. Implementationally, the research results are expected to serve as a reference for Sarahita Wedding Organizer, a service business, and enrich studies in the field of marketing communications. This research is based on Aaker's brand awareness theory with indicators of recognition, recall, top of mind, and brand dominance. The approach used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The research findings indicate that Sarahita Wedding Organizer has reached the brand recognition and brand recall stage through consistent visual content and digital interactions. However, the top of mind position and brand dominance are still in the development stage. The analysis reveals that the implemented content strategy is quite optimal, although it still requires sharpening the uniqueness and consistency of the message. Suggestions for further research are to expand the scope of the research object and combine quantitative approaches to obtain a more comprehensive measurement of brand awareness.

Keywords: brand awareness, wedding organizer, Instagram, marketing communications.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian	6
D. Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Kerangka Berfikir.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Jenis Penelitian	17
B. Subjek Penelitian	17
C. Data dan Sumber Data	19
D. Teknik Pengumpulan Data	20
E. Teknik Validasi Data	21
F. Teknik Analisis Data	22
BAB IV	24
A. HASIL	24
B. PEMBAHASAN.....	39
BAB V	52

A. KESIMPULAN	52
B. SARAN.....	54
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 akun instagram sarahita wo	4
Gambar 4. 1 Lokasi Kantor Sarahaita Wedding Orgnizer di Ponorogo.....	25
Gambar 4. 2 Nama Akun <i>Instagram</i> Sarahita <i>Wedding organizer</i>	27
Gambar 4. 3 Tampilan Akun <i>Instagram</i> Sarahita <i>Wedding organizer</i>	30
Gambar 4. 4 Jenis Kelamin Audiens <i>Instagram</i> Sarahita	33
Gambar 4. 5 Rentang Usia Audiens <i>Instagram</i> Sarahita	33
Gambar 4. 6 Kota Asal Pengikut <i>Instagram</i> Sarahita	33
Gambar 4. 7 Aktivitas Profil <i>Instagram</i> Sarahita	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	60
Lampiran 2 Wawancara dengan CEO Sarahita Wedding Organizer	61
Lampiran 3 Wawancara dengan Klien Sarahita Wedding Organizer	62
Lampiran 4 Wawancara dengan Klien.....	63
Lampiran 5 Instrumen Wawancara	65
Lampiran 6 Surat Bebas Plagiasi	67

