

TUGAS CONTENT CREATOR DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE DAPUR FIZZUL JOMBANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Chandra Alief Darmawan

1151800205

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

TUGAS CONTENT CREATOR DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE DAPUR FIZZUL JOMBANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Chandra Alieff Darmawan

1151800205

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

TANDA PESETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Chandra Alief Darmawan**

NPM : **11518000205**

Judul **Tugas Content Creator Dalam Membentuk Brand Image
Dapur Fizzul Jombang**

Surabaya, 7 Juli 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

NPP 20130880165

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Diperintahkan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Pengaji:

1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.
Ketua

2. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

Anggota

3. Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA.
Anggota

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Chandra Alief Darmawan
NBI : 1151800205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Tugas *Content Creator* Dalam Membentuk *Brand Image*
Dapur Fizzul Jombang

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublishkan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan pengaji.

Surabaya, 13 Juli 2022

Yang menyatakan



Chandra Alief Darmawan



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chandra Aliff Darmawan
NBI/ NPM : 1151800205
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktik*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Tugas Content Creator Dalam Membentuk
Brand Image Dapur Fizzu Jombang

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Nonexclusive Royalty - Free Right**), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 13 Juli 2022

Yang Menyatakan,



(.....Chandra Aliff D.....)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

MSMEs are one of the drivers of economic growth. As an MSME, you must be able to meet the needs of the community for a superior product. With so many MSME products that have their respective identities or brands, they are different from other products and can show the advantages of the product or brand.

Building a positive brand image can be done by highlighting what are the advantages, characteristics, and advantages of the product and can be a differentiator with other products. The brand image of a product can be shown in different styles, one of which is through content. As a profession whose job is to create and produce content, content creators can create content for a business in shaping a brand image. Dapur Fizzul is an MSME engaged in food products that has the task of content creators in forming a brand image through content on social media.

Dapur Fizzul uses content as a form of marketing communication so that there is a content creator task, in this study will describe the task of the content creator in shaping the brand image of Dapur Fizzul through the content creation process starting from collecting ideas to produce content, producing content that fits the identity and branding, content suitable for promotion, education, entertainment, or providing information, tailoring content to the selected platform, and evaluating the content that has been published. The purpose of this study is to describe the task of content creators in shaping the brand image of Dapur Fizzul. The researcher uses a qualitative descriptive approach, with the results of the research that the task of the content creator of Dapur Fizzul can form the desired brand image.

Keywords: MSME, Content Creator, Brand Image, Dapur Fizzul

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu penggerak dan pertumbuhan perekonomian. Sebagai UMKM, harus bisa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah produk unggul yang dihasilkan. Dengan banyaknya produk UMKM yang memiliki identitas atau *brand*-nya masing-masing menjadi pembeda dengan produk lainnya serta dapat menunjukkan keunggulan produk atau *brand* tersebut.

Dalam membangun *brand image* yang positif bisa dilakukan dengan cara menonjolkan apa yang menjadi keunggulan, ciri khas, dan kelebihan produk serta dapat menjadi pembeda dengan produk lainnya. *Brand image* suatu produk dapat ditunjukkan dalam gaya yang berbeda-beda, salah satunya melalui konten. Sebagai profesi yang tugasnya membuat dan memproduksi konten, *content creator* dapat membuat konten untuk sebuah usaha dalam membentuk *brand image*. Dapur Fizzul merupakan sebuah UMKM bergerak pada produk makanan yang terdapat tugas *content creator* dalam membentuk *brand image* melalui konten dalam media sosial.

Dapur Fizzul memakai konten sebagai bentuk komunikasi pemasarannya sehingga ada tugas *content creator*, pada penelitian ini akan mendeskripsikan tugas *content creator* dalam membentuk *brand image* Dapur Fizzul melalui proses pembuatan konten dimulai dari mengumpulkan ide untuk menghasilkan suatu konten, menghasilkan konten yang sesuai identitas dan *branding*, konten yang cocok untuk promosi, edukasi, hiburan, atau memberi informasi, menyesuaikan konten dengan platform yang dipilih, serta mengevaluasi konten yang telah ditayangkan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tugas *content creator* dalam membentuk *brand image* Dapur Fizzul. Peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, dengan hasil penelitian yaitu tugas *content creator* Dapur Fizzul dapat membentuk *brand image* yang diinginkan.

Kata Kunci : UMKM, Content Creator, Brand image, Dapur Fizzul

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan nikmat yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “Tugas *Content Creator* Dalam Membentuk *Brand Image* Dapur Fizzul Jombang”. Penelitian tersebut berguna sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penulisan penelitian skripsi ini, peneliti sadar bahwa masih jauh dari kata sempurna dan juga masih memiliki banyak kekurangan. Peneliti telah melakukan penulisan dengan maksimal untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Tentunya penulisan penelitian ini dengan dukungan dan bantuan berupa masukan dan bimbingan dari beberapa pihak yang terkait. Dari hal tersebut, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada beberapa pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini.

Ucapan terimakasih ditujukan kepada :

1. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak, Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I serta dosen wali yang telah bersedia memberikan masukan dan juga arahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak, Hamim, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembing II yang juga telah memberikan tambahan masukan dan juga saran untuk peneliti saat melakukan penyusunan skripsi.
4. Semua Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar perkuliahan dan memberikan ilmu kepada mahasiswa, sehingga ilmu tersebut dapat diterapkan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran staff dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu pelayanan terhadap mahasiswa selama perkuliahan sampai tahap penulisan skripsi ini.
6. Kepada Ibu dan Bapak orang tua penulis, yang telah memberi dukungan dan juga doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Pihak dari Dapur Fizzul Jombang, yang telah bersedia menjadi objek penelitian

kali ini. Sehingga penulisan skripsi ini dapat dilengkapi dan juga selesai.

8. Seluruh pihak lain yang juga terkait, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu. Tentu telah memberikan bantuan berupa moril dan materil dalam penyusunan skripsi ini.

Tentunya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terkait dalam proses penyusunan skripsi ini. Peneliti sadar bahwa penulisan ini masih memiliki banyak kesalahan dan butuh perbaikan berupa masukan dan kritik. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dan juga peneliti lain.

Surabaya, 13 Juli 2022



Chandra Alief Darmawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 <i>Critical Review</i>	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.3 Kerangka Konsep	14
2.3.1 <i>Content Creator</i>	14
2.3.2 <i>Brand Image</i>	15

2.3.3	Media Sosial	16
2.4	Kerangka Dasar Penelitian.....	17
BAB III	METODE PENELITIAN	18
3.1	Pendekatan Penelitian	18
3.2	Jenis Penelitian	18
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	18
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.4.1	Jenis Data.....	19
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	19
3.5	Teknik Analisis Data	21
3.6	Keabsahan Data	22
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	23
4.2	Hasil Penelitian	24
4.2.1	Analisis Hasil Wawancara.....	24
4.2.2	Komunikasi Pemasaran Dapur Fizzul	25
4.2.3	Tugas <i>Content Creator</i>	28
4.2.4	<i>Brand Image</i> Dapur Fizzul	35
4.3	Hasil Pembahasan	37
4.3.1	Komunikasi Pemasaran	37
4.3.2	<i>Content Creator</i>	38
4.3.3	<i>Brand Image</i>	39
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1	Kesimpulan	41
5.2	Saran	42
	DAFTAR PUSTAKA.....	43
	LAMPIRAN	46
	Lampiran 1	46

Pedoman Wawancara	46
Lampiran 2.....	47
Dokumentasi Wawancara.....	47
Lampiran 3.....	49
Kartu Bimbingan Skripsi.....	49
Lampiran 4.....	51
Lembar Perintah Revisi	51
Lampiran 5.....	54
Hasil Turnitin.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Profil Instagram Dapur Fizzul	1
Gambar 4.1.1 Logo Dapur Fizzul.....	23
Gambar 4.2.1 Konten Edukasi Dapur Fizzul.....	31
Gambar 4.2.2 Konten Promosi Dapur Fizzul	31
Gambar 4.2.3 Konten Interaksi Dapur Fizzul	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	8
---------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	46
Lampiran 2	47
Lampiran 3	49
Lampiran 4	51
Lampiran 5	54