

**Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric
dalam Membangun *Brand Awareness***

SKRIPSI

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



OLEH :

Tino Pratama Ferdiansah

1151800005

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

2022

**Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric
dalam Membangun *Brand Awareness***

SKRIPSI

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



OLEH :

Tino Pratama Ferdiansah

1151800005

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

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tino Pratama Ferdiansah

NBI : 1151800005


Judul : Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric dalam
Membangun *Brand Awareness*

Mengetahui:

Surabaya, 04 Januari 2023

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

Disetujui:
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

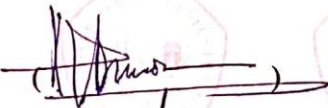

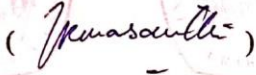

Prof. Dr. Arief Darmawan, S.U
NPP. 20110910215

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 04 Januari 2023



Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Arief Darmawan, S.U
Ketua
2. Hamim, S.Sos., M.I.Kom
Anggota
3. Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA
Anggota

()
()
()

Mengesahkan
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Tino Pratama Ferdiansah

NPM : 1151800005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric dalam
Membangun *Brand Awareness*

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 digunakan untuk memperoleh gelas akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian 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 sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 4 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Tino Pratama Ferdiansah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

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 : Tino Pratama Ferdiansah
NBI/ NPM : 1151800005
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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:

Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric dalam Membangun Brand Awareness

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 : 04 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Tino Pratama Ferdiansah)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Perkembangan media sosial instagram yang semakin pesat karena pengembangan dan inovasi terus dilakukan oleh Platform tersebut. Kehadiran instagram banyak digunakan oleh *brand* besar seperti pada bidang fashion, dimana agar dapat terus bersaing dengan kompetitor dan menyesuaikan dengan kemajuan teknologi, maka pelaku usaha tersebut membutuhkan usaha yang kreatif serta inovatif dalam proses penyebaran informasi, menyampaikan pesan, serta promosi, salah satunya dengan menggunakan media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram pada akun @Pylometric dalam membangun *brand awareness*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi *non partisipan* dan dokumentasi. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori *new media* dan konsep penggunaan media sosial instagram dari Chris Heuer dalam Solis dan Brand awareness dari Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram digunakan untuk melakukan kebutuhan aktifitas melakukan promosi melalui fitur yang ada, dan konten yang diunggah oleh Pylometric, serta Pylometric sudah sesuai dengan keempat komponen dari Chris Heuer dalam Solis pada penggunaan media sosial instagram yaitu *context, communication, collaboration dan connection*. Untuk penggunaan media sosial Instagram dalam membangun brand awareness Pylometric sudah melakukan dua tahapan menurut Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob yaitu *recognition* dan *recall*.

Kata Kunci: *New Media*, Instagram, *Brand Awareness*, Pylometric.

ABSTRACT

The development of social media is increasing rapidly, one of which is Instagram which has become a social media that is popular and in demand because the platform continues to develop and innovate. The presence of Instagram is widely used by big brands to business startups, one of which is in the fashion sector. Where in order to continue to compete with competitors and adapt to technological advances, these business actors need creative and innovative efforts in the process of disseminating information, conveying messages, and promotions, one of which is by using Instagram social media. Pylometric is one of the business actors in the fashion sector and participates in using Instagram social media in building brand awareness. This study aims to determine the use of Instagram social media on the @Pylometric account in building brand awareness. The method used in this research is qualitative research with descriptive study method. Data collection techniques were carried out by interviews, non-participant observation and documentation. The results of this study indicate that the use of Instagram social media is used to carry out promotional activities through existing features, and the content uploaded by Pylometric and Pylometric is in accordance with the four components of Chris Heuer in Solis on the use of Instagram social media, namely context, communication, collaboration. and connection. For the use of Instagram social media in building brand awareness, Pylometric has carried out two stages according to Keller, K.L., Parameswaran, M.G., & Jacob, namely recognition and recall.

Keywords: New Media, Instagram, Brand Awareness, Pylometric.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric dalam Membangun *Brand Awareness*”** sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan strata satu (S-1) prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyelesaiannya penulis mendapatkan banyak pengalaman, dukungan, motivasi, ilmu serta wawasan baru yang sangat berharga dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang turut terlibat selama proses penyusunan skripsi ini atas dukungan maupun bantuan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPA. Sebagai Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom. Sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Prof. Dr. Arief Darmawan, SU dan Ibu Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bermurah hati dan memberikan waktu bimbingan, dan arahan serta masukan kepada Peneliti, dan melakukan koreksi terhadap isi skripsi ini untuk perbaikan selama penyusunan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M selaku dosen wali, yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan perkuliahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan ilmu dan waktunya dalam mengajar.
7. Seluruh jajaran staff dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu pelayanan terhadap mahasiswa selama perkuliahan sampai tahap penulisan skripsi ini.

8. Terima kasih kepada kedua orang tua serta kakak yang tidak henti memberikan Do'a dan memberikan dukungan kepada peneliti.
9. Pihak dari Pylometric, yang telah bersedia menjadi objek penelitian kali ini. Sehingga penulisan skripsi ini dapat dilengkapi dan juga selesai.
10. Teruntuk Sahabat dan teman terdekat penulis selama masa perkuliahan serta semua pihak yang sudah membantu dan bersedia menjadi tempat keluh kesah, susah senang selama proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan. Untuk itu, penulis berharap adanya kritik, saran, dan usulan demi perbaikan dimasa yang akan datang, mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa sarana yang membangun.

Surabaya, 4 Januari 2023

Tino Pratama Ferdiansah

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Critical Riview	12
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teori New media	15
2.2.2 Media Sosial	16
2.2.3 Instagram	17
2.2.4 Brand Awareness	17
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran	19

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Peran Peneliti.....	21
3.3 Lokasi Penelitian	21
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5.1 Sumber Data	22
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Teknik Analisis Data	24
3.6.1 Data Reduction	25
3.6.2 Data Display.....	25
3.6.3 Conclusion Drawing / verifications.....	25
3.7 Keabsahan Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	27
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	27
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	27
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Pemilihan media sosial instagram (<i>New Media</i>)	30
4.2.2 Penggunaan Media Sosial Instagram (Berdasarkan komponen 4 C).....	35
4.2.3 <i>Brand Awareness</i> Pylometric	60
4.3 Pembahasan	68
4.3.1 Pemilihan media sosial instagram (<i>New Media</i>)	68
4.3.2 Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun Pylometric.....	69
4.3.3 <i>Brand awareness</i> Pylometric.....	76
BAB V Penutup	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80

5.2.1 Secara Teoritis	80
5.2.2 Secara Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	9
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Varian Produk Pylometric	1
Gambar 1.2 Tabel Pengguna Instagram di Indonesia	3
Gambar 1.3 Social Marleters' Biggest Goals	5
Gambar 4.1 Logo Pylometric.....	28
Gambar 4.2 Gambar Tampilan Instagram @Pylometric	29
Gambar 4.3 Gambar tampilan produk Instagram awal Pylometric 2017	31
Gambar 4.4 Tampilan Instagram Story Pylometric	32
Gambar 4.5 Tampilan feed Instagram Pylometric	32
Gambar 4.6 Gambar tampilan unggahan fitur reels Instgram Pylometric.....	33
Gambar 4.7 Gambar Tampilan feed Instagram Pylometric	37
Gambar 4.8 Tampilan Caption feed Instagram Pylometric.....	40
Gambar 4.9 Tampilan Hastag Yang Digunakan Pylometric	41
Gambar 4.10 Tampilan produk yang diunggah Pylometric	42
Gambar 4.11 Konten Promo Pylometric.....	44
Gambar 4.12 Konten Pengumuman Penutupan Sementara store Pylometric ..	45
Gambar 4.13 Konten Ucapan Hari Besar Nasional di Instagram Pylometric..	46
Gambar 4.14 Konten Foto produk di instagram Pylometric	47
Gambar 4.15 Jumlah tayang dan <i>Comment</i> pada konten <i>Giveaway</i>	48
Gambar 4.16 Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway	50
Gambar 4.17 Tampilan Highlight Instagram Story Pylometric	51
Gambar 4.18 Konten Instagram Story Pylometric	52
Gambar 4.19 Konten Instagram Reels Pylometric	53
Gambar 4.20 Komentar yang dibalas oleh Pylometric.....	55
Gambar 4.21 Komentar yang tidak dibalas oleh Pylometric	56
Gambar 4.22 Konten Giveaway untuk mengajak kerjasama	58
Gambar 4.23 Konten repots instagram Pylometric dengan followers	58
Gambar 4.24 Unggahan Beberapa Selebgram Yang Memberikan Review.....	62
Gambar 4.25 Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway pertama....	63
Gambar 4.26 Jumlah Likes dan Comment pada konten Giveaway di.....	64

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	19
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide	83
Lampiran 2. Dokumentasi	85
Lampiran 3. Lembar Kartu Bimbingan Skripsi	87
Lampiran 4. Hasil Uji Plagiasi.....	89