

**STRATEGI KONTEN DIGITAL CV. FIZZUL PUTRA  
MANDIRI MELALUI AKUN *FACEBOOK* DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**  
**La Masihu Tehuayo**  
**1152000217**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2024**

**STRATEGI KONTEN DIGITAL CV. FIZZUL PUTRA  
MANDIRI MELALUI AKUN FACEBOOK DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-I  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:  
**La Masihu Tehuayo**  
1152000217

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2024**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : La Masihu Tehuayo  
**NBI** : 1152000217  
**Judul** : Strategi Konten Digital CV. Fizzul Putra Mandiri Melalui Akun *Facebook* dalam Membangun *Brand Awareness*

**Surabaya, 4 Juli 2024**

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

**Disetujui oleh**  
**Dosen Pembimbing I**

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**  
**NPP. 20120870103**

  
**Drs. Jupriano, M.Si.**  
**NPP. 20610960474**

## 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 4 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. **Drs. Jupriono, M.Si**  
Ketua

2. **Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si**  
Anggota

3. **Wahyu Kuncoro, ST., M.Med.Kom**  
Anggota

()  
()  
()

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



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP. 20120870103



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : La Masihu Tehuayo  
NBI : 1152000217  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Konten Digital CV. Fizzul Putra Mandiri  
Melalui Akun *Facebook* dalam Membangun *Brand Awareness*

Menyatakan bahwa :

1. 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 dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 8 Juli 2024  
Yang membuat pernyataan

La Masihu Tehuayo

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : La Masihu Tehuayo  
NBI : 1152000217  
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 :

**“Strategi Konten Digital CV. Fizzul Putra Mandiri Melalui Akun Facebook dalam Membangun *Brand Awareness*”**

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 194 Surabaya  
Pada Tanggal : Senin, 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'CC16FALX261639883'.

La Masihu Tehuayo

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Bapak Suhardi Tehuayo dan Ibu Bayani Ode selaku ayah dan ibu saya.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan do'a, dukungan serta nasihatnya agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk diri saya sendiri yang telah semangat, percaya diri, dan berhasil berjuang memerangi rasa malas sehingga dapat menyelesaikan Pendidikan sarjana.
4. Teman-teman saya yang senantiasa memberikan hiburan Ketika saya dalam kejenuhan dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Segenap civitas akademik Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya banggakan.

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the digital content strategy implemented by CV. Fizzul Putra Mandiri via its facebook account in an effort to build brand awareness. In this research, the theoretical approach used is the marketing mix which consists of four main elements, namely product, promotion, price and place. This research uses a qualitative approach, which involves direct observation of content published on CV's Facebook account. Fizzul Putra Mandiri as well as in-depth interviews with the owner, the company's marketing team, and 2 CV consumers. Fizzul Putra Mandiri.*

*In the product aspect, this research found that CV. Fizzul Putra Mandiri consistently displays the advantages and innovation of its products in every post. Published content displays product details, benefits and unique features designed to attract consumer attention and differentiate the product from competitors. Additionally, the use of high-quality visuals and product demonstration videos helps strengthen the product's image in the eyes of consumers. In terms of promotion, the company utilizes various features on its facebook account to promote content so that it can reach a wider audience. In terms of price, the company highlights various attractive offers and discounts to attract consumers' attention. In terms of location, the use of Facebook as the main platform has helped companies reach consumers in various regions in Indonesia.*

*This research concludes that the implementation of a digital content strategy based on the 4P marketing mix theory by CV. Fizzul Putra Mandiri has proven effective in building brand awareness. Recommendations from this research include improving the quality of interactive content to better engage consumers and consumer preferences in more depth, as well as developing more segmented promotional strategies to reach more specific and relevant audiences. Thus, CV. Fizzul Putra Mandiri is expected to be more effective in building brand awareness and increasing its competitiveness in the market through an integrated digital content strategy based on the 4P marketing mix theory.*

***Keywords: Digital content strategy, facebook, brand awareness, marketing mix.***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten digital yang diterapkan oleh CV. Fizzul Putra Mandiri melalui akun *facebook* dalam upaya membangun kesadaran merek (*brand awareness*). Dalam penelitian ini, pendekatan teoritis yang digunakan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*), dan tempat (*place*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang melibatkan observasi secara langsung terhadap konten yang dipublikasikan di akun *facebook* CV. Fizzul Putra Mandiri serta wawancara mendalam dengan *owner*, tim pemasaran perusahaan, serta 2 orang konsumen CV. Fizzul Putra Mandiri.

Pada aspek produk, penelitian ini menemukan bahwa CV. Fizzul Putra Mandiri secara konsisten menampilkan keunggulan dan inovasi produknya dalam setiap postingan. Konten yang dipublikasikan menampilkan detail produk, manfaat, dan keunikannya yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Selain itu, penggunaan visual berkualitas tinggi dan video demonstrasi produk membantu memperkuat citra produk di mata konsumen. Dari segi promosi, perusahaan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di akun *facebook* untuk promosi konten agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dari segi harga, perusahaan menonjolkan berbagai penawaran dan diskon yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Dari segi tempat, penggunaan *facebook* sebagai platform utama telah membantu perusahaan dalam menjangkau konsumen di berbagai wilayah yang ada di Indonesia.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi konten digital berbasis teori bauran pemasaran 4P oleh CV. Fizzul Putra Mandiri terbukti efektif dalam membangun kesadaran merek. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup peningkatan kualitas konten interaktif untuk lebih melibatkan konsumen dan preferensi konsumen secara lebih mendalam, serta pengembangan strategi promosi yang lebih tersegmentasi untuk mencapai audiens yang lebih spesifik dan relevan. Dengan demikian, CV. Fizzul Putra Mandiri diharapkan dapat lebih efektif dalam membangun kesadaran merek dan meningkatkan daya saingnya di pasar melalui strategi konten digital yang terintegrasi dan berbasis teori bauran pemasaran 4P.

**Kata kunci: Strategi konten digital, facebook, brand awareness, bauran pemasaran.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Konten Digital CV. Fizzul Putra Mandiri Melalui Akun *Facebook* dalam Membangun *Brand Awareness*” merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pada penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan, dorongan, bimbingan, serta dukungan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan kepada saya kesabaran, ketabahan, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ya Allah, tanpa pertolongan dan bimbingan-Mu, saya tidak akan mampu menghadapi segala tantangan dan rintangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Setiap langkah yang saya ambil, setiap kesulitan yang saya hadapi, Engkau selalu memberikan kekuatan dan jalan keluar.
2. Ayah saya yang sangat saya sayangi, terima kasih telah memberikan nasehat dan mengajarkan saya untuk selalu menjadi orang yang kuat. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, nasehat, dan dukungan yang telah diberikan selama ini. Keberhasilan saya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bimbingan dan semangat yang Ayah tanamkan dalam diri saya. Setiap kata-kata bijak dan nasehat dari Ayah menjadi pendorong utama bagi saya dalam menghadapi setiap kesulitan dan tantangan.
3. Ibu saya tercinta, yang selalu mendukung dan percaya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa dan dukungan yang Ibu berikan selama ini. Keberhasilan saya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa kasih sayang dan semangat yang Ibu tanamkan dalam diri saya. Setiap doa dan kata-kata penyemangat dari Ibu menjadi sumber kekuatan bagi saya dalam menghadapi setiap tantangan dan rintangan.
4. Kakak saya Hendra Tehuayo beserta adik-adik saya La Muridu Tehuayo, Wa Harni Tehuayo, dan Syafira Tehuayo yang selalu memberikan do'a dan dukungannya. Dengan hati yang penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, dan semangat yang Kakak dan Adik berikan selama ini.

Keberhasilan saya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa kasih sayang dan dorongan dari kalian. Setiap kata-kata penyemangat, doa, dan kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan bagi saya dalam menghadapi setiap tantangan dan rintangan. Saya sangat beruntung memiliki kalian yang selalu ada untuk mendukung dan memberikan motivasi.

5. Ibu Nadra Latuconsina dan Bapak Yusuf Mualo sebagai orang tua saya di perantauan, Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan selama ini. Kehadiran kalian di perantauan telah membuat hidup saya jauh lebih bermakna dan penuh kebahagiaan. Tanpa bimbingan dari kalian, saya tidak akan mampu menghadapi segala tantangan yang ada di perantauan ini. Kebahagiaan Ibu Nadra dan Bapak Yusuf selalu menginspirasi saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik setiap harinya.
6. Dosen Pembimbing Bapak Drs. Jupriono M.Si selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Dinda Lisna Amilia, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing saya.
7. Keluarga besar saya yang berada di kampung halaman yang telah memberikan do'a serta dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar yang ada di Jombang yang telah menghibur, menemani dan menyemangati saya dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Narasumber dalam penelitian ini yaitu Ibu Nadra Latuconsina, Abang Hisyam Kumkello, Abang Salahuddin Azmi Sukunora, Abang Jailani Kilihu, dan Ashadima Maulana Ramadhan Hayoto, yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber.
10. Semua pihak yang belum saya sebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan doa dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini masi terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta dapat bermanfaat bagi saya dan orang lain.

Surabaya, 8 Juli 2024  
Penyusun,

La Masihu Tehuayo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	18
2.3 Definisi Konsep .....	21
2.3.1 Strategi .....	21
2.3.2 Konten Digital .....	21
2.3.3 Media Sosial.....	22
2.3.4 <i>Facebook</i> .....	24
2.3.5 <i>Brand Awareness</i> .....	25
2.4 Kerangka Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Pendekatan Penelitian .....	29
3.2 Jenis Penelitian .....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	30
3.3.1 Subjek Penelitian .....	30

3.3.2 Objek Penelitian.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4.1 Jenis Data .....	30
3.4.1.1 Data Primer .....	31
3.4.1.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5.1 Wawancara Terstruktur.....	32
3.5.2 Observasi.....	32
3.5.3 Dokumentasi.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Reduksi Data .....	34
3.6.2 Penyajian Data.....	34
3.6.3 Penarikan Kesimpulan.....	34
3.7 Keabsahan Data.....	34
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum CV. Fizzul Putra Mandiri .....	35
4.2 Hasil dan Pembahasan .....	36
4.2.1 Bentuk-bentuk aktivitas promosi penjualan.....	36
4.2.2 Strategi 4P, <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Place</i> , dan <i>Promotion</i> .....	39
4.2.2.1 Strategi Produk ( <i>Product</i> ).....	39
4.2.2.2 Strategi Harga ( <i>Price</i> ).....	55
4.2.2.3 Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	64
4.2.2.4 Strategi Tempat ( <i>Place</i> ) .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun <i>facebook</i> dan <i>instagram</i> CV. Fizzul Putra Mandiri .....	1
Gambar 4.1 Salah satu produk pada postingan CV. Fizzul .....	43
Gambar 4.2 Proses pembelian kain di Surabaya .....	45
Gambar 4.3 Inovasi desain baju olahraga oleh tim desainer CV. Fizzul.....	47
Gambar 4.4 Daftar harga baju PDH CV. Fizzul Putra Mandiri.....	58
Gambar 4.5 Jasa Titip Fizzul Maluku.....	67
Gambar 4.6 Postingan promosi oleh dua orang <i>influencer</i> CV. Fizzul.....	69
Gambar 4.7 <i>Caption</i> pada postingan CV. Fizzul Putra Mandiri.....	73
Gambar 4.8 Penggunaan <i>hashtag</i> (#) sebagai kata kunci .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1 .....	87
Lampiran 2 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2.....	88
Lampiran 3 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3.....	89
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi .....	90
Lampiran 5 Surat Keterangan Hasil Turnitin.....	92
Lampiran 6 Hasil Turnitin Skripsi.....	93
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara.....	94
Lampiran 8 Transkrip Wawancara .....	95