PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH DOKEVI SHOES DAN TINGKAT BRAND AWARNESS

SKRIPSI

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

Oleh

SEPTIAN HADI SAPUTRA
NIM : 1152100117

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

2025

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH DOKEVI SHOES DAN TINGKAT BRAND AWARENESS

SKRIPSI

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

Oleh :
SEPTIAN HADI SAPUTRA
NIM : 115210017

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

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	:	**Septian Hadi Saputra**
NIM	:	**115210017**
JUDUL	:	**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH DOKEVI SHOES DAN TINGKAT BRAND AWARENESS**

Surabaya, 15 Desember 2025

Mengetahui	**Disetujui Oleh**
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	**Dosen Pembimbing 1**
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S	**Prof. Dr. Drs. Teguh Priyo Sadono, M. Si**
NPP. 20110.86.0062	**NPP. 20150.17.0741**

LEMBAR 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 15 Desember 2025 :

Dewan Penguji :

1. **Prof. Dr. Drs. Teguh Priyo Sadono, M.Si** ( )
   Ketua

2. **Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom** ( )
   Anggota 1

3. **Wahyu Kuncoro, ST., M.Med.Kom** ( )
   Anggota 2

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

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Septian Hadi Saputra
NIM	:	1152100117
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul	:	Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Dokevi Shoes dan Tingkat Awareness

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sediri 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 sesada-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) dibatallkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 15 Desember 2025

Yang Membuat Pernyataan



(Septian Hadi Saputra)

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 0315931800
Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Septian Hadi Saputra
NIM	:	1152100117
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Bada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Non ekslusif** ***(Nonexclusive)*** karya ilmiah saya yang berjudul :

"Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Dokevi Shoes dan Tingkat Brand Awareness"

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif** ***(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 : 15 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Septian Hadi Saputra)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua Yang saya Sayangi, yang tanpa lelah memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan dan alasan dalam setiap langkah saya. Segala pengorbanan dan cinta yang kalian berikan adalah alasan terbesar saya untuk terus maju. terima kasih ayah ibu saya dia lah orang tua terbaik di dunia maupun akhirat amin

Kakak dan Saudara, yang selalu memberikan semangat, dorongan, dan kehangatan dalam setiap proses yang saya jalani.

Para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta inspirasi sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Seseorang yang tidak bisa saya sebutkan, terima kasih sudah membantu saya dalam mengerjakan skripsi dia lah yang bikin semangat saya dan meyakinkan saya dalam melangkah dan selalu ada saat tidak percaya, semoga dia diberikan kemudahan dalam hidupnya terimakasih banyak. Tidak ada alasan lagi untuk tidak bersamanya.

Untuk diri Sendiri, persembahan ini saya tujukan untuk diri saya sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan terus belajar untuk menjadi pribadi yang lebih baik setiap harinya.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	: Septian Hadi Saputra
Tempat, Tanggal Lahir	: Surabaya, 9 September 2002
Alamat	: Gubeng Kertajaya 6B/51A Surabaya
Kebangsaan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Agama	: Islam
Email	: septianhadisaputra34@gmail.com
No. Telp.	: 082241761651

Jenjang	Sekolah/Instansi/ Universitas	Jurusan	Periode
SD	SDN Panjang Jiwo I	-	2009 - 2015
SMP	SMPN 17 Surabaya	-	2015 - 2018
SMA	SMKN 10 Surabaya	Administrasi Perkantoran	2018 - 2021
Strata I	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2021 - Sekarang

SUMMARY

Septian Hadi Saputra, 2025**, Dokevi Shoes' Use of Instagram and Brand Awareness Level**

This study aims to describe how Dokevi Shoes utilizes Instagram as a digital communication platform to build brand awareness, as well as to identify the level of brand awareness among its audience. As a growing local footwear brand based in Surabaya, Dokevi Shoes employs Instagram to conduct visual-based marketing communication, strengthen audience engagement, and shape consumer perceptions. This research adopts a descriptive qualitative approach, employing in-depth interviews, observation of the official Dokevi Shoes Instagram account, and documentation of content activities and user interactions.

The findings indicate that Dokevi Shoes implements various content strategies—including product photography, reels, storytelling through captions, and the use of interactive features such as Instagram Stories—to establish a closer connection with its audience. These activities generate engagement in the form of likes, comments, shares, saves, and direct message responses, which collectively contribute to the brand's digital presence. From the audience's perspective, the level of brand awareness is categorized as moderate; users are able to recognize the brand visually (brand recognition), yet brand recall remains limited due to intense competition within the local footwear industry. Consistent visual identity, posting frequency, and message delivery style are found to be key factors influencing the formation of brand awareness.

This study concludes that well-structured digital communication strategies through Instagram can support the development of brand awareness for local brands. However, stronger visual identity and more intensive audience interaction are required for Dokevi Shoes to reach a top-of-mind position among consumers.

Keywords: Instagram, Social Media, Engagement, Brand Awareness, Dokevi Shoes

RINGKASAN

Septian Hadi Saputra, 2025, Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Dokevi Shoes Dan Tingkat Brand Awareness

---

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial Instagram oleh Dokevi Shoes dalam membangun brand awareness serta mengetahui tingkat brand awareness audiens terhadap merek tersebut. Sebagai sebuah brand sepatu lokal yang berkembang di Surabaya, Dokevi Shoes memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang berfokus pada visual, interaksi, dan keterlibatan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi akun Instagram Dokevi Shoes, serta dokumentasi terhadap aktivitas konten dan interaksi pengguna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dokevi Shoes menggunakan berbagai strategi konten seperti foto produk, reels, storytelling pada caption, serta pemanfaatan fitur interaktif Instagram Stories untuk membangun kedekatan dengan audiens. Aktivitas digital tersebut menghasilkan engagement berupa likes, komentar, share, save, serta respons audiens melalui direct message yang turut memperkuat kehadiran merek di platform. Dari perspektif pengguna, tingkat brand awareness Dokevi Shoes berada pada kategori sedang, di mana konsumen sudah mampu mengenali visual brand (brand recognition), namun brand recall masih terbatas karena persaingan ketat di industri sepatu lokal. Konsistensi visual, frekuensi unggahan, dan gaya penyampaian pesan terbukti menjadi faktor penting yang mempengaruhi terbentuknya awareness.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang terarah melalui Instagram dapat mendukung pembentukan awareness bagi brand lokal, namun diperlukan penguatan identitas visual dan interaksi lebih intensif untuk mencapai tingkat top of mind di kalangan audiens.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Engagement, Brand Awareness, Dokevi Shoes

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Dokevi Shoes dan Tingkat Brand Awareness.*"

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini lahir dari ketertarikan penulis terhadap fenomena perkembangan media sosial, khususnya Instagram, yang saat ini menjadi sarana utama bagi brand lokal dalam membangun citra dan kesadaran merek di kalangan masyarakat digital. Melalui penelitian ini, penulis berusaha memahami bagaimana strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dokevi Shoes dapat membentuk tingkat brand awareness di mata audiens.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti bagi penulis. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, terutama bagi pihak-pihak yang tertarik mempelajari strategi komunikasi digital dan pembangunan brand awareness melalui media sosial.

Surabaya, 15 Desember 2025

Penulis

Septian Hadi Saputra

DAFTAR ISI

COVER i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
RIWAYAT HIDUP vii
SUMMARY viii
RINGKASAN ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I
PENDAHULUAN 1
1. 1. Latar Belakang Masalah 1
1. 3. Batasan Penelitian 4
1. 4. Tujuan Penelitian 5
1. 5. Manfaat Penelitian 6
a) Manfaat Teoritis 6
b) Manfaat Praktis 6
BAB II
TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1. Penelitian Terdahulu 7
2.1.1 Persamaan Penelitian Terdahulu 14
2.2. Landasan Teori 17
2.2.1 Teori Engagement 17
2.2.2 Teori Media Sosial Instagram 18
2.3. Landasan Konseptual 19

2.3.1 Awareness (Kesadaran Merek) 20
2.3.2 Media Sosial 21
2.3.3 Instagram 22
2.4. Kerangka Pemikiran 23
BAB III
METODE PENELITIAN 27
3.1. Pendekatan Penelitian 27
3.2. Jenis Penelitian 29
3.3. Subjek dan Objek Penelitian 30
3.4. Metode Pengumpulan Data 33
3.4.1 Jenis Data 33
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data 35
3.5. Teknik Analisis Data 37
3.6. Keabsahan Data 40
BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN 42
4. 1. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian 42
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian 42
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian 45
4. 2. Hasil Penelitian dan Pembahasan 48
4.2.1 Media Sosial sebagai Ruang Komunikasi Digital Dokevi Shoes 48
4. 3. Instagram sebagai Platform Utama Branding Dokevi Shoes 49
4.3.1 Pemilihan Instagram sebagai Kanal Utama 49
4.3.2 Konten Visual: Foto dan Reels sebagai Representasi Brand 51
4.3.3 Caption dan Tone of Voice sebagai Storytelling Brand 53
4. 4. Engagement sebagai Hasil Interaksi Instagram 55
4.5. Awareness sebagai Dampak dari Engagement Instagram 56
4.5.1 Brand Recognition 57
4.4.2 Brand Recall 58
4.4.3 Top of Mind 59
BAB V
PENUTUP 61
1.1 Kesimpulan 61
1.2 Rekomendasi 63

A. Saran Teoritis 63
B. Saran Praktis 64
DAFTAR PUSTAKA 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran 24
Gambar 2. Logo Dokevi Shoes 45
Gambar 3. Akun Instagram Dokevi Shoes. 46
Gambar 4. Feeds Akun Instagram Dokevi Shoes 52
Gambar 5. Reels Akun Instagram Dokevi Shoes. 53
Gambar 6. Highlight Dokevi Shoes 57
Gambar 7. Highlight Dokevi Shoes 57
Gambar 8. Highlight Dokevi Shoes 57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu. 8
Tabel 4.1 Tabel Klasifikasi Informan 44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara 72
Lampiran 2. Hasil Wawancara Informan 1 74
Lampiran 3. Hasil Wawancara Informan 2 88
Lampiran 4. Hasil Wawancara Informan 3 95
Lampiran 5. Hasil Wawancara Informan 4 100
Lampiran 6. Hasil Wawancara Informan 5 104
Lampiran 7. Hasil Wawancara Informan 6 108
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian 112