



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN
INSTAGRAM @rajawalinusindo.id DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN MEREK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Muhammad Triuwanto

NPM. 203516516287

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2024**



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY ON
@rajawalinusindo.id INSTAGRAM ACCOUNT IN INCREASING
BRAND AWARENESS**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a degree
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

Muhammad Triuwanto

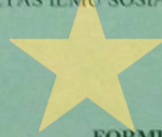
NPM. 203516516287

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



FORMULIR
PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Muhammad Triyuwanto
NPM : 203516516287
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN
INSTAGRAM @rajawalinusindo.id DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

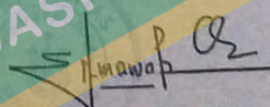
Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 5 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Dekan


Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.


Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos.,



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Triyuwanto
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516287
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @rajawalinusindo.id Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 5 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si.

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

Keterangan:

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS. halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhammad Triyuwanto
NPM : 203516516287
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 28 Februari 2024

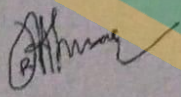
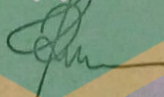
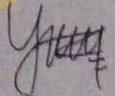
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @rajawalinusindo.id Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Marketing Communication Strategy On @rajawalinusindo.id Instagram Account In Increasing Brand Awareness

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 08-03-2024	TGL: 09-03-2024	TGL: 08-03-2024
		

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Triyuwanto

NPM : 203516516287

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
AKUN INSTAGRAM @rajawalinusindo.id DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 5 / 03 / 2024

Yang membuat pernyataan


PERAI
TEMPEL
2584X091793656

Muhammad Triyuwanto



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Muhammad Triyuwanto
No. Pokok : 203516516287
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 24 Juli 2001
Alamat Rumah : Jl. Jengki Gang Dukuh Rt.05 Rw.12 Kel. Kebon
Pala Kec. Makasar Kota Jakarta Timur
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 081807223523
Alamat Kantor : -
E-mail : Muhammad.triyuwanto@gmail.com

Jakarta, 5 Maret 2024
Alumni

Muhammad Triyuwanto

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	14
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Utama Profil Instagram PT Rajawali Nusindo.....	5
Gambar 2.3 Model Kerangka Pemikiran Penelitian.....	53
Gambar 4.1.5 Struktur Organisasi PT Rajawali Nusindo.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Catatan Lapangan (Field Notes)	92
Lampiran Transkrip Wawancara.....	93
Lampiran Dokumentasi Wawancara Dengan Informan Key.....	133
Lampiran Dokumentasi Wawancara Dengan Informan Utama.....	134
Lampiran Dokumentasi Wawancara Dengan Informan Tambahan.....	135
Lampiran Surat Keterangan Pendamping Ijazah.....	136
Lampiran Surat Penugasan Dosen Pembimbing.....	137
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	138
Lampiran Hasil Uji Turnitin Tahap 2.....	139



KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “*Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @rajawalinusindo.id Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek*”. Skripsi ini merupakan langkah penting dalam perjalanan akademik dalam menuju gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dengan jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan atau dukungan dari berbagai pihak, proses penulisan skripsi tidak akan berjalan dengan tepat waktu. Karena skripsi ini tidak akan dikerjakan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada, Dr. Anita Rosana, B.A., M.A., selaku dosen pembimbing saya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berkat keahlian dan dedikasi beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini secara maksimal. Berdasarkan hal tersebut, dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada yang penulis hormati:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional

2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
3. Djujur Luciana Radjagukguk S.Sos., M.Si., Dan Nursatyo S.Sos., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Dr. Anita Rosana, B.A., M.A., selaku Dosen Pembimbing saya, saya sangat bersyukur atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang tak terhingga dari ibu. Saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kesediaan ibu untuk menjadi pembimbing saya dalam perjalanan skripsi ini. Tanpa adanya ibu, saya merasa ragu apakah skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu. Saya juga meminta maaf kepada ibu karena saya mengalami kesulitan yang besar dalam mengikuti petunjuk yang telah ibu berikan untuk kebaikan diri saya sendiri.
5. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum.
6. Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si. sekaligus sebagai Ketua Penguji sidang skripsi saya, saya ucapkan terimakasih.
7. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus sebagai Penguji 1 sidang skripsi, saya mengucapkan terimakasih telah membimbing dan membantu selama di Universitas Nasional.

8. Terima kasih kepada seluruh dosen, staf, karyawan Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu untuk peneliti selama berkuliah di Universitas Nasional.
9. Terima kasih kepada orang tua beserta kakak saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama saya mengerjakan skripsi.
10. Terima kasih kepada seluruh pegawai divisi BoD Support (Humas) PT Rajawali Nusindo di Jakarta Selatan yang telah memberikan semangat dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Azizi Shafa Asadel member JKT 48 Generasi 7 selaku oshi saya yang menjadi penyemangat dan menaikkan suasana hati saya selama proses mengerjakan skripsi.
12. Terima kasih kepada Langgeng Arya Pramudisthira, Oman Sahroni, Fadilla Fahmi Baihaqi dan Yoga Pratama alumni Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang senantiasa memberikan dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi.
13. Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi dan Periklanan Angkatan 2020 yang sudah berteman dengan saya selama berkuliah di Universitas Nasional.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Triyuwanto

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @rajawalinusindo.id Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek

Pembimbing : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @rajawalinusindo.id dalam meningkatkan kesadaran merek. Teori Bauran Pemasaran Philip Kotler melalui 7P yaitu *product, price, promotion, place, people, process* serta *physical evidence*. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Informan dari penelitian ini berjumlah 3 orang yaitu Pegawai divisi Bod Support (Humas), Pegawai divisi BoD Support (Humas), dan Pegawai divisi BoD Support (Humas). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @rajawalinusindo.id dalam meningkatkan kesadaran merek telah dilakukan pendekatan Philip Kotler yaitu *product* berupa bagaimana strategi perbedaan produk di Instagram. *price* berupa bagaimana proses penentuan harga di Instagram. *promotion* berupa bagaimana memanfaatkan dalam promosi di Instagram. *place* berupa bagaimana strategi pemasaran di Instagram. *people* berupa bagaimana peran tim manajemen akun Instagram. *process* berupa bagaimana proses perencanaan konten di Instagram. *physical evidence* berupa bagaimana peran *physical evidence* dalam strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram. Dengan demikian kesimpulannya bahwa strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram telah sesuai dengan teori Philip Kotler.

Kata kunci:

Komunikasi Pemasaran, PT Rajawali Nusindo, Instagram @rajawalinusindo.id

ABSTRACT

Name : Muhammad Triyuwanto

Studi Program : Communication Science

Title : Marketing Communication Strategy on Instagram Account @rajawalinusindo.id in Raising Brand Awareness

Supervisor : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

The purpose of this study was to determine how the marketing communication strategy on the Instagram account @rajawalinusindo.id in increasing brand awareness. Philip Kotler's Marketing Mix Theory through 7P, namely product, price, promotion, place, people, process and physical evidence. The research method used by researchers is a qualitative method. The informants of this research amounted to 3 people, namely Bod Support (PR) division employees, BoD Support (PR) division employees, and BoD Support (PR) division employees. The results of this study indicate that the marketing communication strategy on the @rajawalinusindo.id Instagram account in increasing brand awareness has been carried out by Philip Kotler's approach, namely product in the form of how the product differentiation strategy on Instagram. price in the form of how the pricing process on Instagram. promotion in the form of how to utilize in promotions on Instagram. place in the form of how marketing strategies on Instagram. people in the form of how the role of the Instagram account management team. process in the form of how the content planning process on Instagram. physical evidence in the form of how the role of physical evidence in marketing communication strategies on Instagram accounts. Thus the conclusion is that the marketing communication strategy on the Instagram account is in accordance with Philip Kotler's theory.

Key words:

Marketing Communication, PT Rajawali Nusindo, Instagram @rajawalinusindo.id

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL	iv
HALAMAN BIODATA ALUMNI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Teori.....	19
2.2.1 Teori Bauran Pemasaran.....	19
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	20
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	27
2.2.4 Komunikasi Pemasaran.....	30
2.2.5 Instagram.....	42
2.2.6 Kesadaran Merek.....	47
2.3 Kerangka Pemikiran.....	51

2.4 Model Kerangka Pemikiran Penelitian	53
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1 Metode Penelitian.....	54
3.2 Penentuan Informan	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4 Teknik Analisis Data.....	57
3.5 Lokasi Penelitian.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.1 Sejarah PT Rajawali Nusindo	61
4.1.2 Profil PT Rajawali Nusindo	64
4.1.3 Visi dan Misi PT Rajawali Nusindo	65
4.1.4 Tata Nilai PT Rajawali Nusindo	66
4.1.5 Struktur Organisasi PT Rajawali Nusindo.....	67
4.2 Profil Informan Penelitian.....	68
4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian	69
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @rajawalinusindo Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek.....	69
4.4 Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92