



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI PERIKLANAN MALL EPIWALK DALAM UPAYA
MENARIK PENGUNJUNG MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

Erdiaz Akbar Triananda

193516516591

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

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**EPIWALK MALL ADVERTISING STRATEGY IN ATTRACTING
VISITORS THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA**

SKRIPSI

Submitted as one of the conditions for obtaining a Bachelor Degree of
Communication Science (S.I.Kom)

Erdiaz Akbar Triananda

193516516591

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

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erdiaz Akbar Triananda
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516591
Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Periklanan Mall Epiwalk Dalam Upaya Menarik Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 24 Agustus 2023

Ketua Sidang : Dr. Aps Yuli Firdaus, S.I.P., M.S.i

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.S.i

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

Keterangan :

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Erdiaz Akbar Triananda
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516591
Judul Skripsi : Strategi Periklanan Mall Epiwalk Dalam Upaya Menarik Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 24 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



ST. PANOS62508228

Erdiaz Akbar Triananda



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Erdiaz Akbar Triananda
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516591
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Advertising*)
Judul Skripsi : Strategi Periklanan Mall Epiwalk Dalam Upaya Menarik Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 1 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

ABSTRAK

Nama : Erdiaz Akbar Triananda
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Periklanan Mall Epiwalk Dalam Upaya Menarik Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram

Kata Kunci	Penelitian ini mengulas penggunaan media sosial (khususnya Instagram) oleh Mall Epiwalk sebagai utama dalam periklanan untuk menarik pengunjung. Penelitian ini menganalisis strategi periklanan, faktor keberhasilan kampanye, dan dampaknya pada jumlah dan profil pengunjung. Metode kualitatif digunakan dengan mewawancarai manajemen Mall Epiwalk serta menganalisis konten visual dan teks iklan di Instagram mall. Instagram efektif meningkatkan interaksi dan kesadaran merek, dengan analitik sosial mengukur kinerja dan mengoptimasi strategi. Penggunaan media sosial Instagram konsisten meningkatkan pengunjung. Penelitian ini menekankan potensi Instagram sebagai alat periklanan efektif bagi pusat perbelanjaan, sambil menyadari perlunya strategi yang lebih komprehensif di masa depan.
Pembimbing	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si

ABSTRACT

Name : Erdiaz Akbar Triananda
Study Program : Communication Science
Judul : Epiwalk Mall Advertising Strategy in Attracting Visitors
Through Intsagram Sosial Media

Key Words	This study reviews the use of social media (especially Instagram) by Mall Epiwalk as a primary tool in advertising to attract visitors. The research analyzes advertising strategies, campaign success factors, and their impact on the quantity and profile of visitors. A qualitative method is employed through interviews with Mall Epiwalk management and analyzing visual content and ad texts on the mall's Instagram account. Instagram is effective in increasing interaction and brand awareness, with social analytics measuring performance and optimizing strategies. The consistent use of Instagram as a social media platform increases visitors. This study emphasizes Instagram's potential as an effective advertising tool for shopping centers, while acknowledging the need for more comprehensive strategies in the future.
Preceptor	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Semesta dan segala kemungkinan dan kesempatan yang telah disediakan-Nya. Dalam konstelasi-Nya yang Maha Agung dan Maha Mulialah karya kecil ini telah terlaksana. Di hadapan kemahasempurnaan-Nya saya tunduk dan memuja. Dan sebagai perpanjangan lengan-lengan agung Semesta, banyak pihak telah membantu selesainya karya kecil yakni skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, tentunya selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta do'a dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya hendak mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional dan seluruh jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, M.AP, Selaku Wakil Dekan FISIP Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si, Selaku Wakil Dekan FISIP Universitas Nasional.

5. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta.
6. Bapak Nursatyo S.sos., M.Si Selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Dr. Nurhasanah Haspiani M.Si Selaku dosen pembimbing akademik saya yang selalu membantu perkuliahan saya.
8. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si, Selaku Ketua Sidang pada Sidang Skripsi saya
9. Bapak Nursatyo S.sos., M.Si Selaku Penguji satu pada Sidang Skripsi saya
10. Ibu Dr. Dwi Kartikawati S.Sos, M.Si selaku Penguji dua pada Sidang Skripsi saya dan juga sekaligus sebagai dosen pembimbing terhebat yang telah menyediakan waktunya, tenaga, dan pikiran untuk membantu penulis dalam menyelesaikan Penulisan Skripsi Saya
11. Kedua Orang Tua tersayang penulis untuk seluruh jerih payah, do'a yang senantiasa menemani saya menyelesaikan Perkuliahan, dan saudara kandung saya adik dan kakak yang selalu membantu mendoakan penulis dalam tahap perkuliahan.
12. Diri saya sendiri, terima kasih banyak sudah berjuang sejauh ini, sekuat ini, untuk tidak pernah lelah dan jenuh berproses dalam segala hal.
13. orang tersayang, Neng Nipa yang sudah menjadi alasan saya untuk selalu yakin dan terus semangat menyelesaikan proses pengerjaan skripsi ini

14. seluruh rekan seperjuangan penulis di FISIP UNAS angkatan 2019 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Terimakasih atas pertemanan selama ini

15. Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

16. Staff Sekretariat Universitas Nasional yang telah membantu penulis dalam hal administrasi akademik penulis.

17. Key Informan dan Informan saya yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk di wawancara bersama penulis, ada bapak Ridho selaku Kepala Dept Marketing Communication selaku Key Informan, Janipa Deyoni selaku Informan 1 saya dan Informan 2 saya ada Yogi Alfaizi

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Jakarta, 24 Agustus 2023



Erdiaz Akbar Triananda

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Teori Yang di Gunakan	20
2.2.1 AISAS Theory	20
2.3 Kerangka Konsep	21
2.3.1 Pengertian Strategi	21
2.3.2 Strategi Periklanan	24
2.3.3 Iklan	31
2.3.4 Periklanan	34
2.3.5 Konsep Menarik	38
2.3.6 Konsep Pengunjung	40
2.3.7 Konsep Media Sosial	41
2.3.8 Konsep Instagram	43
2.4 Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49

3.1	Pendekatan Penelitian	49
3.2	Penentuan Informan	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	55
3.5	Teknik Keabsahan Data	58
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Profil Epicentum Walk Mall (EPIWALK MALL)	62
4.2	Profil Instagram	73
4.2.1	Profil Iklan di Instagram	75
4.3	Strategi Periklanan	86
4.3.1	Menetapkan Tujuan Objektif	87
4.3.2	Strategi Segmentasi	89
4.3.3	Strategi Posisi	90
4.3.4	Strategi Apropriasi	92
4.3.5	What to say	93
4.3.6	How to say	95
4.3.7	Where to say	98
4.4	Teori AISAS	99
4.5	Pembahasan	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		117
Lampiran I : Ketersediaan Pembimbing		119
Lampiran II		120
Lampiran III		122
Lampiran IV		154
Lampiran V		157

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Informan Kunci	53
Tabel 3.2 Informan Pendukung	54
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Loby Utama Epiwalk.....	7
Gambar 1. 2	View Oval untuk event di Epiwalk	9
Gambar 1. 3	Profil Instagram Mall	10
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4. 1	Main Lobby Epiwalk Mall	62
Gambar 4. 2	Letak Gedung Epiwalk Mall secara	63
Gambar 4. 3	Pameran Mercedess di 2018.....	67
Gambar 4. 4	Pameran Motor Scooter di 2022.....	67
Gambar 4. 5	Logo Epiwalk Mall.....	69
Gambar 4. 6	Proses Kerja Pengelola Epicentrum Walk Mall	70
Gambar 4. 7	Struktur Organisasi Pengelola Epicentrum Walk Mall	72
Gambar 4. 8	Profil IG Epiwalk Mall.....	73
Gambar 4. 9	Branded Sale pada Postan IG	76
Gambar 4. 10	Event Komunitas Olahraga pada Oval Atrium.....	77
Gambar 4. 11	Flyer Post Gala Premier Thor.....	79
Gambar 4. 12	Flyer Post Gala Premier Thor.....	80
Gambar 4.13	Postingan Endorse dari beberapa akun Instagram yang bekerja sama dengan Epiwalk.....	83