



UNIVERSITAS NASIONAL

**UPAYA KUY MEDIA GROUP DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI *CONTENT ADVERTISING* DI
INSTAGRAM @KUYENTERTAINMENT (STUDI KASUS:
MEDIA CLASH)**

SKRIPSI

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

Aldy Surya Saputra

NPM.193516516406

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**KUY MEDIA GROUP'S EFFORTS IN BUILDING BRAND
AWARENESS THROUGH CONTENT ADVERTISING ON
INSTAGRAM @KUYENTERTAINMENT (CASE STUDY:
MEDIA CLASH)**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a bachelors degree in
communication science (S.I.Kom.)

Aldy Surya Saputra

NPM.193516516406

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aldy Surya Saputra
NPM : 193516516406
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Upaya KUY Media Group Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Content Advertising* Di Instagram @kuyentertainment (Studi Kasus: Media Clash)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 9 September 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aldy Surya Saputra

NPM : 193516516406

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : UPAYA KUY MEDIA GROUP DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI CONTENT ADVERTISING DI INSTAGRAM @KUYENTERTAINMENT (STUDI KASUS: MEDIA CLASH)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang	Nursatyo, S.Sos.M.Si.	Ttd	
Pembimbing I/Penguji I	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.	Ttd	
Pembimbing II/Penguji II	Swastiningsih, S.E., M.Si.	Ttd	

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 / 09 / 2023



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda - tangan dibawah ini:

Nama : Aldy Surya Saputra

NIM : 193516516406

Judul Skripsi : UPAYA KUY MEDIA GROUP DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI CONTENT ADVERTISING DI INSTAGRAM @KUYENTERTAINMENT (STUDI KASUS: MEDIA CLASH)

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, 12 September 2023

Yang Membuat Pernyataan



Aldy Surya Saputra



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Aldy Surya Saputra
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Upaya Kuy Media Group Dalam Membangun *Awareness* Melalui *Content Advertising* di Instagram @kuyentertainment (Studi Kasus: Media Clash)

<p>Kata Kunci</p> <p><i>Brand awareness, Content Advertising, Teori efek media massa</i></p>	<p><i>Brand Awareness</i> atau kesadaran merk merupakan konsep di mana para pelanggan dapat mengenal seberapa jauh mengenai nama, merk, dan konsep dari apa yang dipasarkan atau dijual. Konten yang disajikan dalam <i>content advertising</i> lebih bersifat informatif atau menghibur daripada sekadar iklan langsung. Dengan menyajikan konten yang bermanfaat, relevan, dan bernilai, perusahaan dapat membangun kredibilitas, kepercayaan, dan hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana upaya Kuy Media Group dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui <i>content advertising</i> di Instagram @kuyentertainment (Studi Kasus: Media Clash) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dengan memilih Kuy Media Group, sumber data yang diperoleh dari data primer dan sekunder yang relevan dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui strategi <i>content advertising</i> Kuy Media Group sukses untuk membangun dan meningkatkan <i>brand awareness</i> nya. Hal ini bisa dilihat melalui akun instagram @kuyentertainment yang memperoleh kenaikan <i>followers</i> dengan signifikan setelah event Media Clash.</p>
<p>Dosen Pembimbing</p>	<p>Swastiningsih, SE. M.Si</p>



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Aldy Surya Saputra
Study Program : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Thesis Title : Kuy Media Group's Efforts In Building Brand Awareness Through Content Advertising On Instagram @Kuyentertainment (Case Study: Media Clash)

Key Word <i>Brand awareness, Content Advertising, Theory of mass media effect</i>	<i>Brand Awareness is a concept where customers can find out how far about the name, brand, and concept of what is being marketed or sold. The content presented in content advertising is more informative or entertaining than just direct advertising. By presenting useful, relevant and valuable content, companies can build credibility, trust and better relationships with consumers. This thesis discusses how Kuy Media Group's efforts to build brand awareness through advertising content on Instagram @kuyentertainment (Case Study: Media Clash) The type of research used is descriptive qualitative research. By choosing Kuy Media Group, the data source obtained from primary and secondary data that is relevant to the problem under study. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that through a content advertising strategy, Kuy Media Group has been successful in building and increasing its brand awareness. This can be seen through the Instagram account @kuyentertainment, which gained a significant increase in followers after the Media Clash event.</i>
Advisor	Swastiningsih, SE. M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat iman dan takwa serta memberikan penulis kemudahan dalam mengerjakan proposal penelitian skripsi ini. Penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar kepada Allah SWT. Atas limpahan nikmat berupa sehat fisik maupun pikiran, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi yang berjudul “Upaya Kuy Media Group Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Content Advertising di Instagram @kuyentertainment (Studi Kasus: Media Clash)”

Penelitian proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari, proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis nantikan demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Penyelesaian penelitian skripsi ini tentu tidak lepas dari doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putra, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Bapak. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

4. Bapak. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Nasional.
5. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing proposal penelitian skripsi saya yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan waktu berharganya untuk membantu saya dalam proses pengerjaan proposal skripsi saya.
6. Segenap Dosen FISIP terutama Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak pengalaman serta ilmu pengetahuannya terhadap dunia ilmu komunikasi kepada penulis serta meluangkan waktunya untuk selalu memberikan materi yang bermanfaat selama menjalani perkuliahan di Universitas Nasional.
7. Segenap Sekretariat FISIP yang telah membantu peneliti dalam memenuhi kebutuhan pengajuan surat menyurat untuk penelitian dan kegiatan perkuliahan di Universitas Nasional.
8. Pihak perusahaan Kuy Media Group yang membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
9. Orang tua, dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Teruntuk pacar saya Bianca Putri Aurelya yang selalu setia menemani saya kemanapun selama penelitian ini dilakukan.
11. Teruntuk sahabat-sahabat saya Putri Dinda Permata Sari, Kanaya, Nuyuy, Laras, Nadia, Wina, Niken, Selvy, Rizqa, Fitri, Bule, Fiqih, Farez, Kakew,

Hery yang senantiasa telah mendukung dan membantu penulis dalam skripsi ini.

Terima kasih kepada semua, Semoga hasil penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan bisa dijadikan pembelajaran kedepannya.



Aldy Surya Saputra

Jakarta, Juli 2023

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penggunaan internet di Indonesia tahun 2022 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Piramida kesadaran merk **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Logo Kuy Media Group **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Profil Instagram @kuyentertainment **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Struktur Organisasi KUY! Media Group **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Salah satu Content Advertising yang dilakukan Kuy Media Group melalui Instagram..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 5 Insight pada Instagram yang dihasilkan setelah Media Clash... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 6 Jumlah followers Kuy Media Group sebelum Media Clash **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 7 Jumlah followers Kuy Media Group setelah Media Clash **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 8 Content Advertising yang berisikan informasi **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**Error! Bookmark not defined.**3

Tabel 3. 1 Key Informan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Key Informan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Efek Media Massa.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) ...	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Iklan Konten (Content Advertising).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Pentuan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV		Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah KUY! Media Group	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Upaya Kuy Media Group dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui Media Clash	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Teori Efek Media Massa.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Strategi yang dilakukan oleh Kuy Media Group .	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

