

**PERAN INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN *BRAND*  
AWARENESS (DESKRIPTIF KUALITATIF AKUN @fadiljaidi)**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :**

Aldian Pratama

2070201169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Peran Instagram Dalam Pembentukan *Brand Awareness*  
(Deskriptif Kualitatif Akun @fadiljaidi)

Diajukan Oleh : Aldian Pratama

NIM : 2070201169

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Tangerang, 20 Juni 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi



**Dr. Mirza Shahreza, M.I.K**

NIDN : 0429077605

Dosen Pembimbing



**Dian Nurvita Sari, M.I.Kom**

NIDN : 0406098904

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERAN INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* (DESKRIPTIF KUALITATIF AKUN @fadiljaidi)

Oleh : Aldian Pratama  
NIM : 2070201169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Telah diujikan pada tanggal : 23 Juni 2024

Ketua sidang (pembimbing)



**Dian Nurvita Sari, M.I.Kom**

NIDN : 0406098904

Anggota Sidang I



**Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom**

NIDN : 0403098202

Anggota Sidang II



**Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom**

NIDN : 0325028304

Mengetahui Ketua Program studi Ilmu komunikasi



**Dr. Mirza Shahreza, M.I.K**

NIDN : 042907760

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldian Pratama  
NIM : 2070201169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tempat tanggal lahir : Tangerang, 23 Juni 1998  
Alamat : Kp. Gebang, Rt 003/03 Kel. Sangiang Jaya Kec.Periuk  
Kota Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa :

A. Tugas akhir dalam bentuk Skripsi yang berjudul :

“Peran Instagram Dalam Pembentukan *Brand Awareness* (Deskriptif Kualitatif Akun @fadiljaidi)” Adalah benar disusun/dibuat oleh saya sendiri, dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/menjiplak hasil karya orang lain, dengan ini saya siap menerima pencabutan/pembatalan Gelar Akademik dan siap mengulang penyusunan Skripsi dari awal.

B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, fotokopi transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah Asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Juni 2024



Aldian Pratama

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Tetaplah belajar dan berusaha meskipun tau kamu gak pinter-pinter banget”

### **Persembahan**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah Swt
2. Kedua orang tua, Ibu Munayah dan Bapak Herliawan (Alm)
3. Diri saya sendiri yang mampu bertahan sampai dititik ini
4. Dosen pembimbing, Dian Nurvita Sari, M.I.Kom
5. Teman – teman seperjuangan di program studi ilmu komunikasi

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* rabbil 'alamin, segenap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW dengan mengucapkan Allahmma Shalli'ala Muhammad Wa'alaahi Syaidina Muhammad yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini diselesaikan guna melengkapi tugas akhir Program S1 Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang. Adapun judul skripsi ini adalah **“Peran Instagram Dalam Pembentukan Brand Awareness (Deskriptif Kualitatif Akun @fadiljaidi)”**.

Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik dengan moral maupun materil selama berlangsungnya penyusunan skripsi ini, mudah-mudahan mendapat pahala di sisi Allah SWT. Dengan segala kemurahan hati, penulis menganturkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. H. Ahmad Amarullah, S.Pd, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang
2. Dr. H. Achmad Kosasih, M.M selaku pimpinan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
3. Nurhakim, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
4. Fitria Santi, S.Ag., M. I.Kom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
5. Dr. Mirza Shahreza, M.I.K selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang

6. Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
7. Dian Nurvita sari, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi *Advertising* yang sudah berjuang bersama-sama dalam penyusunan skripsi
9. Kedua Orang Tua, Ibu Munayah dan Bpk. Herliawan (Alm)
10. Kedua sahabat, Selvi Krisdianti dan Kiki Suci Ranti yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan hingga di titik ini.
11. Jason Jolanda, S.Tr.Par selaku owner UMKM Kin's Stroopwafel beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan serta materi.
12. Teruntuk jodoh yang saat ini masih belum diketahui keberadaannya entah dibelahan bumi bagian mana dan sedang menggenggam tangan siapa. Percayalah kamu adalah salah satu alasan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat. *Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Tangerang, 20 Juni 2024

Penulis

**Aldian Pratama**

**NIM. 2070201169**

## **ABSTRAK**

Instagram berfungsi sebagai media promosi yang kuat untuk berbagai bisnis dan lembaga, memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi dengan konsumen secara efektif. Penelitian ini bertujuan mengetahui peran Instagram dalam pembentukan brand awareness pada akun Instagram @fadiljaidi. Penelitian ini menggunakan teori AISAS. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik observasi pada akun Instagram @fadiljaidi. Hasil penelitian menunjukan bahwa Peran Instagram sebagai media promosi sangatlah berdampak positif karena dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi pengguna Instagram lain menjadi sadar akan merek yang di promosikan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa dengan menggunakan Instagram dalam melakukan endorsement, akun Instagram @fadiljaidi dapat memberikan informasi mengenai promo, giveaway atau produk yang dicari dengan konten-konten yang dibuat.

**Kata kunci : Peran Instagram, *Endorsement*, *Brand Awareness***



## **ABSTRACT**

*Instagram serves as a powerful promotional medium for various and institutions, enabling them to reach a wider audience and interact with consumers effectively. This research aims to find out the role of Instagram in building brand awareness on the Instagram account @fadiljaidi. This research uses the AISAS theory. The research method is qualitative research with a descriptive approach. In this study using observation techniques on the Instagram account @fadiljaidi. The results of research indicate that the role of Instagram as a media promotion is very positive because by using Instagram as media promotion other Instagram users become aware of the brand being promoted. This research results that by using Instagram in doing endorsement, Instagram accounts @fadiljaidi can provide information about promo, giveaway or products sought with the content created.*

**Keywords : Instagram Role, Endorsement, Brand Awareness**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>12</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Fokus penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Manfaat penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Hadist atau Al-Qur'an .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Komunikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 New Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.3.3 Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4 Instagram.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.5 Influencer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.6 Computer-Mediated Communication (CMC)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.7 Teori AISAS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Deskripsi subjek/objek,tempat,dan waktu penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Teknik keabsahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Profil Fadil Jaidi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Peran Instagram @fadiljaidi dalam pembentukan <i>Brand Awareness</i> ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 KESIMPULAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 SARAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian terdahulu .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel III.1 Karakteristik Narasumber .....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data media sosial paling disukai di Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Gambar I.2 Profil Instagram @fadiljaidi ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.1 Photo Fadil Jaidi..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.2 Endorsement @fadiljaidi ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.3 Konten endorsement dengan tema “Tuyul” **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.4 Penjelasan Produk Tas dari @zakwoowstyle **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.5 Gambar IV.5 Profil instgram @fadiljaidi dan membuat link produk ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.6 Menggunakan Kode Voucher dan challenge agar mendapatkan promo ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar IV.7 Komunitas “Rahasia Pasukan Goib”. **Error! Bookmark not defined.**