

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Clara Sari, A. (2018). *Komunikasi Dan Media Sosial*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Ding, M. Y., & Wang, W. T. (2024). Analysis of Factors Influencing We-Intention in Healthcare Applications Based on the AISAS Model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(10), 2560–2577. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2163566>
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). *NEW MEDIA DALAM MEMBANTU KINERJA HUMAS POKDARWIS*. 6(45), 69–85.
- Hanindharputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>
- Kasus, S., Instagram, K., Tok, T. I. K., & Youtube, D. A. N. (2022). *ANALISIS PERSONAL BRANDING FADIL JAIDI DI MEDIA SOSIAL Pendahuluan Coronavirus disease muncul di Indonesia pada bulan Maret tahun 2019 yang membuat pemerintah meningkatkan langkah-langkah dalam menangani pandemi global dari virus ini dengan meningkatkan k.* 6(1), 112–121.
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kurniati, N. Y. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Suatu Produk. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(5), 537–548.

- Melati, R. S., Ardianti, S. D., & Fardani, M. A. (2021). Analisis Karakter Disiplin dan Tanggung Jawab Siswa Sekolah Dasar pada Masa Pembelajaran Daring. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 3.062-3.071. <https://edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/1229>
- Moreau, E. (2018). What Is Instagram, Anyway? *Lifewire*, 1–9. [https://conference.bcoe.org/cabinet/file/df703dbd-0a56-4b5f-8909-8d850180a7dd/What\\_is\\_Instagram.pdf](https://conference.bcoe.org/cabinet/file/df703dbd-0a56-4b5f-8909-8d850180a7dd/What_is_Instagram.pdf)
- Mukarom, Z., Dakwah, J. M., Dakwah, F., Uin, K., Gunung, S., & Bandung, D. (20 C.E.). *Teori-Teori Komunikasi*. <http://md.uinsgd.ac.id>
- Nafisha Saadah, N., Budiman, A., Yusuf, I., & Studi Kewirausahaan, P. (2023). DIGITAL MARKETING USING AISAS MARKETING FUNNEL ON SEMAKIN PEKA PRODUCTS under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 1774–1778. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Pradika, D. R., Setyarahajoe, R., & Roosinda, F. W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Influencer Pada Instagram Cleo Oxygen Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 180–188. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i2.85>
- Prasanti, E., Zuhri, S., Achmad, Z. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Impelementasi Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @stripesmestore di Instagram. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3017–3022. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1997>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahyadi, I., Raissa, E. D., Adira, M. M., Tersiana, N. L., & Sativa, R. A. O. (2023). Fadil Jaidi's Personal Branding on Instagram Social Media. *Proceedings of the 3rd Borobudur International Symposium on Humanities and Social*

*Science 2021 (BIS-HSS 2021)*, 349–356. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7\\_58](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7_58)

Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 316–329.

Rini, M., & Harahab, N. (2018). Pengaruh Endorser di Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dengan Model AISAS. *ECOFIM; Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*, 06(01), 106–118.

Ruhansih, D. S. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

Sirajuddin. (2016). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Utomo, N. W. (2020). Pengaruh Promosi dan harga. *Satuan Tekad Menuju Indonesia Sehat*, 5, 285–290.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

## **LAMPIRAN**

## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldian Pratama  
Alamat : Kp.Gebang Rt.003/03  
Kel. Sangiang Jaya, Kec. Periuk – Kota Tangerang  
Email : aldiptm23@gmail.com  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Advertising*)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

**“PERAN INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* (DESKRIPTIF KUALITATIF AKUN @fadiijaidi)”**

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada surat pertanyaan publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK Dekan FISIP Nomor: 002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018 Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian surat pernyataan publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 20 Juni 2024

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



**Dian Nurvita Sari, M.L.Kom**  
NIDN : 0406098904

Yang Menyatakan,



**Aldian Pratama**  
NPM : 2070201169

## HASIL WAWANCARA

Narasumber : Ahmad Hamidi, S.E

Keterangan : Pengamat media sosial dan Bekerja pada Dinas Komunikasi dan informatika Kota Tangerang

- 1) Menurut Anda sebagai pengamat media sosial bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Membuat Perhatian (attention) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya instagram @fadiljaidi sangat berperan dalam membuat perhatian, Personal branding yang melekat pada Fadil Jaidi mulai dari karakter, perilaku, nilai sampai dengan visi di Instagram selaras dengan kehidupan didunia nyata. Personal branding yang ia miliki yaitu kesederhanaan dan kejahilannya. Hal tersebut yang membuat personal branding Fadil Jaidi menjadi otentik”.*

- 2) Menurut anda sebagai pengamat media sosial bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan menarik Minat (interest) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya instagram @fadiljaidi sangat berperan dalam meningkatkan minat pembeli terhadap produk yang di promosikan, bisa kita lihat dari postingan tersebut fadil sangat jelas mengenalkan produk tersebut kepada followersnya atau pun pengguna instagram lainnya”*

- 3) Menurut anda sebagai pengamat media sosial bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan search (pencarian) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya instagram @fadiljaidi sangat berperan untuk mengenalkan toko ataupun produknya dengan followersnya kita bisa lihat dengan diposting tsb fadijaidi menandai atau tag akun penjualan produk tsb, sehingga followers ataupun pengguna instagram lainnya dengan mudah dapat mencari atau menemukan produk yang dipromosikan olehnya”.*

- 4) Menurut anda sebagai pengamat media sosial bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Action (Tindakan) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya peranan instagram @fadiljaidi sangat penting dalam hal meningkatkan penjualan pada produk yang di promosikan bisa dilihat di postingan fadiljaidi dia memberikan kode diskon atau kode voucher yang dapat menarik followersnya akan membeli dengan harga yang lebih murah”.*

- 5) Menurut anda sebagai pengamat media sosial bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Share (Berbagi) pada gambar berikut!



Jawaban :

“Dengan membuat fans base ataupun grup yang dimana yang berbagi tentang video ataupun foto promosi instagram @fadiljaidi sehingga followers @fadiljaidi akan mengetahui promosi yang dia bagikan di intagramnya maka bisa dibilang peranan instagram @fadiljaidil sangatlah penting”.

## HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bagas Adiwi Putra

keterangan : *Followers*

Tanggal wawancara : Rabu, 26 Juni 2024

- 1) Menurut Anda sebagai *followers*, bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Membuat Perhatian (*attention*) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya sebagai followersnya sih konten yang dibuat fadil sangat menarik yaa buat saya, dia sangat totalitas sampai jadi tuyul begitu. Bener-bener bikin perhatian orang-orang yang lihat sihh”*

- 2) Menurut anda sebagai *followers* bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan menarik Minat (interest) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“menurut saya sebagai followers melihat instagram @fadiljaidi dalam menarik minat yaitu dengan cara menjelaskan produk secara detail yaa, fadil selalu menjelaskan semua produk yang ia endorse setelah membuat konten diawal. Itu bagus banget sih menurut saya, diawal dia buat konten agar menarik perhatian selanjutnya dia jelaskan produk agar lebih menarik minta pembeli”*

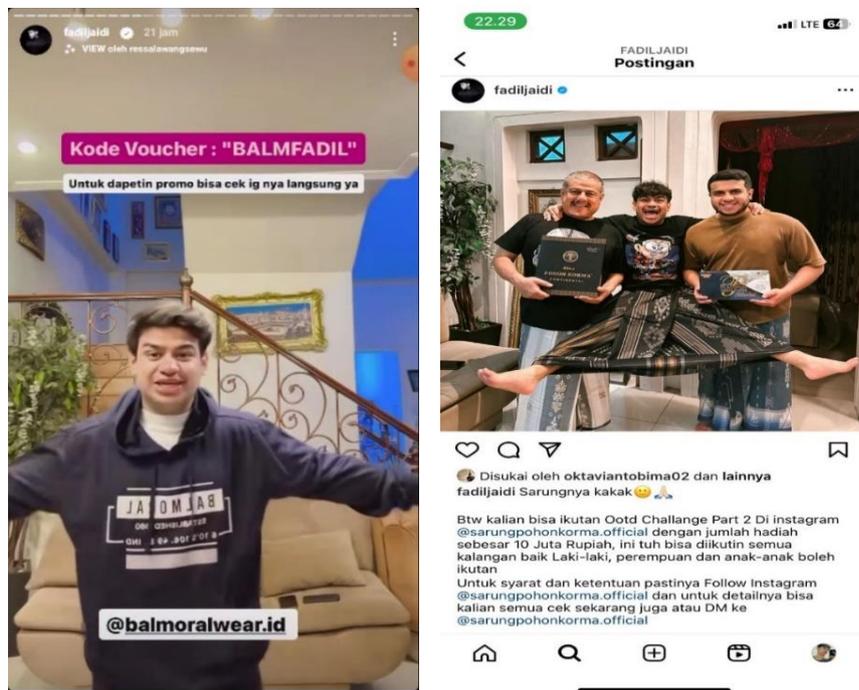
3) Menurut anda sebagai *followers* bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan search (pencarian) pada gambar berikut!



Jawaban :

“dengan banyaknya *followers* yang dimiliki Instagram @fadiljaidi sih sangat berperan banget yaa, apalagi setiap endorse-nya itu selalu mempermudah calon konsumen buat beli karena mencantumkan link produk yang di promosikan, calon konsumen atau *followers* lainnya jadi gampang banget buat nyari tau produk yang lagi di ensorse”

- 4) Menurut anda sebagai *followers* bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Action (Tindakan) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“Menurut saya bagus banget yaa, dengan cara fadil menggunakan kode voucher atau challenge seperti itu jadi memudahkan calon pembeli buat lebih tau produknya dan juga jika calon konsumen itu tertarik buat beli jadi lebih murah karena pake kode voucher”*

5) Menurut anda sebagai pengamat *followers* bagaimana peran Instagram @fadiljaidi dalam membentuk *brand awareness* dengan Share (Berbagi) pada gambar berikut!



Jawaban :

*“menurut saya sebagai followers-nya fadil yang ikut masuk kedalam komunitas tersebut jadi semakin tau produk atau brand yang dipromosikan oleh Instagram @fadiljaidi, tak hanya membahas tentang kegiatan sehari-hari fadil saja peran komunitas juga sangat berpengaruh terhadap produk yang di endorse oleh fadil”*

## DOKUMENTASI

Foto Bersama Ahmad Hamidi, S.E selaku Pengamat Media sosial yang bekerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang (Selasa,25 Juni 2024)



Foto Bersama Bagas Adiwiputra selaku Followers Instagram @fadiljaidi (Rabu, 26 Juni 2024)





**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Aldran Pratama  
NPM : 2070201169  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing : Dian Nurvita, M.I.Kom  
Judul Skripsi : Peran Instagram <sup>Dalam</sup> ~~Terdapat~~ Pembentukan Brand Awareness (Studi Kasus akun @faditjnsidi)



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	28 Jan 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- cek judul</li><li>- cek Bab I</li><li>- cek Bab II</li><li>- Perambatan untuk landasan teori tentang brand awarness</li></ul>	
2.	4 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- ACC Bab 1</li><li>- ACC bab II</li><li>- Revisi kerangka pemikiran</li></ul>	
3.	13 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Revisi kerangka pemikiran</li><li>- Diskusi Bab III</li></ul>	
4.	18 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Diskusi Bab III</li><li>- ACC objek &amp; subjek penelitian</li><li>- Diskusi Teknik analisis Data</li><li>- Revisi teknik keabsahan Data</li></ul>	
5.	25 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- ACC Bab 1</li><li>- ACC Bab 2</li><li>- ACC Bab 3</li><li>- ACC Sidang Sempro</li></ul>	

No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	4 Juni 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acc perubahan teori mengenai teori AISAS</li> <li>- Landasan teori tentang teori AISAS diperbanyak</li> <li>- Bab IV mulai penelitian untuk Pembahasan pada Bab IV setiap dimensi: teori AISAS dijelaskan secara detail dengan dibungkus pada konten &amp; postingan Instagram Fadil Jaidi</li> </ul>	
2.	16 Juni '24	Revisi kerangka pemikiran cek Bab C untuk dibahas secara mendalam	
3.	17 Juni '24	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi tentang coding pada Bab IV</li> <li>- Pembuatan sub judul untuk meyakinkan hasil penelitian dan teori AISAS</li> </ul>	
4.	19 Juni '24	cek hasil Turnitin	
5.	20 Juni '24	Acc sidang skripsi	

Tangerang, .....

Ketua Program Studi.....

Pembimbing Skripsi

(.....)

NIDN:

(.....)

NIDN:

## CURRICULUM VITAE



Nama : Aldian Pratama

Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 23 Juni 1998

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Email : [aldiptm23@gmail.com](mailto:aldiptm23@gmail.com)

No. Telp : 089636995392

Alamat : Kp. Gebang, Rt 03/03 Kel. Sangiang Jaya, Kec.  
Periuk, Kota Tangerang

Riwayat Pendidikan : SD TUNAS BANGSA (2004 - 2010)  
SMP DAAN MOGOT (2010 – 2013)  
SMK PGRI CIKUPA (2013 - 2016)

