

**BRAND AWARENESS DISCOVERY ENGLISH JOGJA MELALUI
KONTEN INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Akademik Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

Peminatan : *Public Relations*



NAMA : BALINA DENYZ RAMADHANI

NIM : 17.01.0067

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI – ALMAMATER
WARTAWAN SURABAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

***BRAND AWARENESS DISCOVERY ENGLISH JOGJA MELALUI
KONTEN INSTAGRAM***

Oleh

BALINA DENYZ RAMADHANI

17010067

Telah diujikan di depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal 16 Agustus 2021

Susunan Dewan Penguji Skripsi

(Dra. N. W. Ratna A., M.Si.) (Dr. Jokhanan K., S.T., M.Med.Kom.) (Dra. Puasini Aprilvantini, M. Si)

Ketua Penguji

Anggota

Anggota

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 16 Agustus 2021**

(Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom)

Kepala Program Studi

(Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.)

PJS.Ketua Stikosa-AWS



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi – Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Nama Mahasiswa : Balina Denyz Ramadhani

NIM : 17010067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul

***BRAND AWARENESS DISCOVERY ENGLISH JOGJA MELALUI
KONTEN INSTAGRAM***

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasi lapangan, buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pusaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisan refrensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya.

Jika dikemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 23 Juli 2021

Yang membuat pernyataan

(Balina Denyz Ramadhani)



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

BRAND AWARENESS DISCOVERY ENGLISH JOGJA MELALUI KONTEN INSTAGRAM

Oleh

Nama : **Balina Denyz Ramadhani**
NIM : **17.0100.67**
Peminatan : **Public Relations**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Skripsi guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Alamamater Wartawan Surabaya.

Surabaya, 23 Juli 2021

Menyetujui :

Dosen Pembimbing

Kepala Program Studi

(Dra. Puasini Aprilyantini, M. Si)

(Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom)



PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Pada Senin, 16 Agustus 2021 telah diselenggarakan sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : **Balina Denyz Ramadhani**

NIM : **17.01.0067**

Peminatan : *Public Relations*

Dengan Skripsi berjudul

**BRAND AWARENESS DISCOVERY ENGLISH JOGJA MELALUI
KONTEN INSTAGRAM**

oleh Dewan Penguji Skripsi yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
1. Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.	(Sebagai Ketua)	
2. Dr. Jokhanan K., S.T., M.Med.Kom.	(Sebagai Anggota)	
3. Dra. Puasini Aprilyantini, M. Si	(Sebagai Anggota)	

ABSTRAK

Penelitian mengenai pemanfaatan konten – konten melalui Instagram yang dilakukan oleh lembaga kursus Bahasa Inggris Discovery English Jogja, merupakan salah satu bentuk *brand awareness* yang digunakan karena kurangnya pengetahuan publik mengenai lembaga kursus tersebut, selain itu juga terdapat banyaknya pesaing yang menawarkan di bidang yang sama terlebih lagi pada pandemi saat ini menuntut setiap pengusaha memasarkannya secara kreatif melalui berbagai media. Tujuan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram adalah untuk meningkatkan *brand awareness* atau kesadaran merek Discovery English Jogja kepada publik Instagram serta untuk dapat menambah siswa yang ikut bergabung untuk kursus di lembaga tersebut. Maka dari itu, peluang untuk membuat akun Instagram sebagai *brand awareness* suatu lembaga atau perusahaan adalah hal yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah hasil dari wawancara dengan informan yaitu CEO dari Discovery English Jogja, *content marketing* Instagram, dan siswa dari Discovery English Jogja, selain itu juga melakukan observasi dari konten Instagram @discoveryenglishjogja yang merupakan objek penelitian, dan studi pustaka . Teori yang digunakan adalah teori *brand management* oleh Aaker dengan metode analisis menggunakan *brand awareness* atau kesadaran merek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dapat diketahui Discovery English Jogja melakukan pemanfaatan konten di Instagram untuk *brand awareness* dengan memilih dan menyajikan konten yaitu berupa konten Instagram mengenai pembelajaran Bahasa Inggris, memilih topik konten sesuai dengan perkembangan di media sosial, memanfaatkan berbagai fitur di Instagram, tampilan konten merupakan hal penting dan juga melakukan bekerja sama dengan pihak lain yaitu dengan *influencer* untuk mempromosikan Discovery English Jogja.

Kata kunci : Instagram, *Brand Awareness*, Discovery English Jogja
Referensi : 38 (2001 - 2021)

ABSTRACT

Research on the use of content through Instagram conducted by the Discovery English Jogja English course institution is a form of brand awareness that is used due to the lack of public knowledge about the course institution, besides that there are also many competitors who offer in the same field. The current pandemic requires every entrepreneur to market it creatively through various media. The purpose of utilizing social media, especially Instagram, is to increase brand awareness of the Discovery English Jogja brand to the Instagram public and to be able to increase students who join courses at the institution. Therefore, the opportunity to create an Instagram account as a brand awareness of an institution or company is the right thing. This study uses qualitative methods with exploratory research types and the data collection techniques used are the results of interviews with informants, namely the CEO of Discovery English Jogja, Instagram content marketing, and students from Discovery English Jogja, in addition to observing Instagram content @discoveryenglishjogja which is the object of research, and literature study. The theory used is the theory of brand management by Aaker with an analytical method using brand awareness or brand awareness. The results of this study show that it can be seen that Discovery English Jogja uses content on Instagram for brand awareness by selecting and presenting content in the form of Instagram content about learning English, choosing content topics according to developments on social media, utilizing various features on Instagram, displaying content is important and also collaborate with other parties, namely with influencers to promote Discovery English Jogja.

Keywords: Instagram, Brand Awareness, Discovery English Jogja

Reference : 38 (2001 - 2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan –Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Pemasaran Lembaga Kursus Bahasa Inggris Discovery English Jogja”. Skripsi ini menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh Peneliti dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Terselesainya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan ilmu, masukan, serta dukungan yang besar kepada saya. Maka, pada kesempatan ini saya ingin mengungkapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih saya kepada :

1. Papa Yudi Bangun Swasana, Mama Lilik Anisah selaku orang tua saya yang memberikan doa dan dukungan tiada henti setiap harinya
2. Yoan Mei Dyandari Aisyah selaku kakak saya yang jauh di Bandung tetapi tetap memberikan dukungan
3. Bu Dra. Puasini Aprilyanti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang selalu sabar mengajari dan membimbing saya dari awal hingga akhir
4. Bu Soegihartati selaku yangti saya yang mendoakan saya dan memberikan semangat kepada saya
5. Zafiera Handana selaku sahabat saya sejak SMP yang selalu memberi dukungan dari awal hingga akhir
6. Bayu Afif Rachman selaku teman dekat saya selama 5 tahun yang memberikan saran, semangat dan juga selalu menemani saya
7. Millah Baydhia, Dian Kusumadana, Rinne Indranto Partitiarti selaku sahabat SMA saya yang memberikan semangat dan dukungan kepada saya
8. Merita Dwi Nandasari selaku sahabat saya sejak SMP hingga sekarang yang memberikan saran mengenai Skripsi
9. Allan Kurnia Chandra selaku teman kuliah saya yang memberikan masukan dan bertukar pendapat mengenai Skripsi
10. Dieta Mouza yang memberi semangat saat detik – detik akhir skripsi hingga sekarang

11. Lembaga Kursus Bahasa Inggris Discovery English Jogja yang turut membantu dalam hal wawancara
12. Nadia Sudibya yang membantu mendapatkan informan atau narasumber untuk diwawancarai
13. Mas Andrew sebagai pemilik lembaga kursus Discovery English Jogja yang memberi izin untuk mewawancarai *staff* dan siswanya
14. Aldella sebagai informan dalam kegiatan wawancara di Skripsi saya
15. Valen sebagai *content marketing* Discovery English Jogja yang juga menjadi Informan saya dalam kegiatan wawancara
16. Keluarga besar Poerbadi yang selalu berusaha memberikan semangat dan menghibur di saat saya merasa kesusahan
17. Kepada diri saya sendiri yang sudah berusaha keras untuk menyelesaikan Skripsi ini, dan sudah percaya pada diri saya sendiri bahwa saya kuat dan bisa melalui semua kesulitan yang telah dilalui

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Peneliti. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 23 Juli 2021

Peneliti,

Balina Denyz Ramadhani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I - PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Akademis	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
1.5.3 Manfaat Sosial	15
BAB II – LANDASAN TEORI	16
2.1 Komunikasi.....	16
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.1 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.2 <i>Audience Awareness</i>	22
2.3 Public Relations.....	22
2.4 <i>New Media</i>	25
2.4.1 Media Sosial.....	26
2.4.2 Instagram.....	28
2.5 Discovery English Jogja.....	29

2.6 Segmentasi / Target Sasaran	30
2.7 Kerangka Teori	32
Bab III – METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian	35
3.2.1 Definisi Konseptual.....	35
3.2.2 Unit Obyektivitas	36
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.4 Metode Pengujian data.....	38
3.3 Cara Analisis Data	41
BAB IV- OBJEK PENELITIAN	41
BAB V – ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Analisis Data (<i>Research Finding</i>).....	48
5.2 Pembahasan dan Interpretasi Data	57
BAB VI - PENUTUP	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	76
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Penelitian oleh Hootsuite dan <i>We Are Social</i> Tentang Data Pengguna Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Hasil Penelitian Oleh Sensor Tower Tentang Media Sosial yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia	3
Gambar 1.3 Hasil Penelitian oleh <i>Hootsuite</i> Tentang <i>Most - used social media platforms</i> di Indonesia Tahun 2021	4
Gambar 1.4 Hasil Penelitian oleh Hootsuite <i>Top Social Media Mobile Apps, Ranked By Cumulative Time Spent</i> di Indonesia Tahun 2021	4
Gambar 1.5 Hasil Penelitian oleh Hootsuite dan <i>We Are Social</i> Tentang <i>Most - used social media platforms</i> di Indonesia Tahun 2018	6
Gambar 1.7 Hasil Penelitian oleh Hootsuite dan <i>We Are Social</i> Tentang <i>Most - used social media platforms</i> di Indonesia Tahun 2019 ...	7
Gambar 1.8 Hasil Penelitian oleh Hootsuite dan <i>We Are Social</i> Tentang <i>Most - used social media platforms</i> di Indonesia Tahun 2020 ...	7
Gambar 1.9 Evaluation Goals for Public Programs	10
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	21
Gambar 4. 1 Logo Discovery English Jogja	43
Gambar 4.2 Ruang Kelas di Discovery English Jogja	45
Gambar 4.3 Fasilitas Ruang Kelas di Discovery English Jogja	45
Gambar 4.4 Ruang Tunggu di Discovery English Jogja	46
Gambar 4.5 Lahan Parkir Discovery English Jogja	46
Gambar 4.6 Tampak Depan Discovery English Jogja	46
Gambar 5.1 Instagram Discovery English Jogja dengan nama akun <i>discoveryenglishjogja</i>	51
Gambar 5.2 Konten Instagram @<i>discoveryenglishjogja</i> Mengenai Webinar	52
Gambar 5.3 Contoh Konten Instagram @<i>discoveryenglishjogja</i> yang Mengikuti trend di Media Sosial	53

Gambar 5.4 Contoh Konten Instagram Discovery English Jogja Mengenai Pengetahuan Bahasa Inggris	54
Gambar 5.5 Konten Instagram Discovery English Jogja Mengenai Tips Belajar di Luar Negeri	54
Gambar 5.6 Konten IGTV Instagram Discovery English Jogja	55
Gambar 5.7 Konten Instagram Story Menggunakan Polling	55
Gambar 5.8 Penggunaan Hashtag di Konten Instagram Discovery English Jogja	56
Gambar 5.9 Konten Carousel Post Instagram Discovery English Jogja Bersama Influencer Dianty	57
Gambar 5.10 Konten Video Instagram Discovery English Jogja Bersama Influencer Dianty	57
Gambar 5.11 Konten Video Edukasi Instagram Discovery English Jogja yang Dikemas dengan Cara Menghibur	59
Gambar 5.12 Konten di Instagram Story @discoveryenglishjogja untuk mempersuasi pengguna	62
Gambar 5.13 Konten di Instagram Story Discovery English Jogja Mengenai Informasi Kursus	62
Gambar 5.14 Konten di Instagram Discovery English Jogja Mengenai Pembelajaran Bahasa Inggris	63
Gambar 5.15 Respon dari Audience dalam Bentuk Komentar di Kolom Comment	64
Gambar 5.16 Review dari Influencer di feeds Instagram	69
Gambar 5.17 Penataan Highlight Pada Akun @discoveryenglishjogja	71
Gambar 5.18 Penataan Konten Pada feeds Akun Instagram @discoveryenglishjogja	71
Gambar 5.19 Testimoni alumni Discovery English Jogja Mengenai Pencapaian Skor IELTS	72
Gambar 5.20 Daftar Harga Kelas Offline Discovery English Jogja	75
Gambar 5.21 Daftar Harga Kelas Online Discovery English Jogja	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	12
---	-----------

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teori	37
---------------------------------------	-----------