

**PROSES PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* CARICA  
GEMILANG DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA  
TAHUN 2022**



**DISUSUN OLEH :**

**SALMA SAFIRA SALSABILA**

**20180530115**

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

**2023**

### HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salma Safira Salsabila  
NIM : 20180530115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Proses Produksi Konten Media Sosial Instagram Carica Gemilang dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Tahun 2022" adalah hasil karya sendiri dan sumber yang dikutip maupun dirujuk dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti plagiasi, saya bersedia untuk menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 September 2022



Salma Safira Salsabila

## HALAMAN MOTTO

*“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan.*

*Tidak ada kemudahan tanpa doa.” – Ridwan Kamil*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat dan nikmat-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga dihaturkan kepada seluruh pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi yang menjadi syarat kelulusan bagi mahasiswa jenjang pendidikan strata 1.

1. Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah pengerjaan skripsi ini telah selesai dan saya persembahkan kepada orang tua tercinta, Ayah Imam Rofiq dan Ibu Hermawati karena berkat do'a dan dukungan yang tak pernah putus saya mampu menyelesaikan salah satu tanggung jawab saya. Dan juga Alm. Ayah Slamet Riyadi yang saya rindukan. Terimakasih juga saya ucapkan kepada Mas dan Adik-Adik saya yang telah memberikan dukungan selama saya mengerjakan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada Bapak Aly Aulia, Lc., M.Hum. dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., M.A. selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar dan telaten menuntun saya dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga ilmu yang sudah diberikan oleh Bapak Aly dan Bapak Erwan dapat menjadi amalan yang terus berlanjut.
3. Terimakasih kepada dosen penguji karena telah bersedia menguji seminar proposal dan sidang pendadaran saya, terimakasih atas kritik dan saran, serta masukan yang telah membantu saya dalam menyempurnakan penelitian ini.
4. Terimakasih kepada teman-teman Madyang Niqmat yaitu Fara Afwa, Sekar Ningrum, Firdausia Tasnim, Qoyyum Fauzianin, Aulia Kholqiana, Maudy Aulia dan Shafa Tasya yang telah kebersamai saya sejak semester dua hingga skripsi ini selesai. Terimakasih atas semua kebaikan dan waktu yang diluangkan untuk

sekadar mendengarkan keluh kesahku serta masukan dan saran yang diberikan. Tanpa kalian kehidupan kuliahku mungkin tidak akan semenyenangkan ini. Terimakasih sudah berkenan berteman denganku, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.

5. Terimakasih kepada teman-teman SMA saya yaitu Hana Sofia, Amira Azizah, Fikriya Husna, Annisa Salsabila, Ayunda Amilatun, Shafira Mahfudhoh, Qonita Nur Farhana yang masih menjaga komunikasi dengan saya, memberikan support, saling mendengarkan, berbagi keluh kesah perkuliahan, dan saling menyemangati untuk lekas menyelesaikan perkuliahan masing-masing. Terimakasih sudah hadir dan tetap berada di samping saya meski jarak terbentang di antara kita, namun tali silaturahmi tetap terjalin di antara kita. Semoga kelak pertemanan ini akan sampai *Jannah*.
6. Terimakasih kepada teman-teman SMP saya yaitu Seagate, Ridho, Firman, Rana, Neni, Vera, Sono, Tari yang juga tetap kebersamai langkah saya sejak 2012 hingga masing-masing dari kita dapat menyelesaikan studi. Semoga kalian selalu dilimpahi kesehatan, kebahagiaan dan rizki yang halal oleh Allah SWT.
7. Terimakasih kepada Anzela Uyun Fithriya yang telah banyak menemani saya dari 2019 hingga selesainya skripsi ini, dan Almh. Laila Maulidatun Nisa yang membimbing dan berjuang Bersama saya di organisasi HW UMY semasa hidupnya. Kalian berdua memberikan banyak kontribusi dalam melukiskan kisah semasa kuliah saya. Salam ESTHEE!
8. Terimakasih banyak kepada pihak Carica Gemilang yang sudah berkenan dan memberikan izin untuk dijadikan narasumber dan subjek dalam penelitian skripsi ini.

9. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Kamu lebih dari sekadar apa yang kamu pikirkan. Jangan gampang menganggap dirimu tidak mampu jika belum pernah sekalipun mencoba. Kesempatan tidak datang dua kali. Lakukan semampumu, bahkan jika harus terseok-seok. Lebih baik gagal karena mencoba daripada menyesal karena tidak pernah mencobanya.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,*

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa tercurah kepada umat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Proses Produksi Konten Media Sosial *Instagram* Carica Gemilang dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Tahun 2022” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan, dan bimbingan dari segala pihak, maka penulis dengan tulus hati menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Allah SWT beserta Rasulnya, Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aly Aulia, Lc., M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan nasihat kepada penulis.
4. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan nasihat kepada penulis.
5. Dosen penguji
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan wawasan, ilmu, dan pengetahuan yang luas.
7. Kepada seluruh rekan dan mahasiswi Ilmu Komunikasi 2018 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

8. Pak Jono, Pak Muryadi, dan Mbak Siti yang telah memberikan pelayanan dan kesabaran mulai dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Pihak Carica Gemilang yang telah mengizinkan dan memberikan informasi secara lengkap kepada penulis guna melengkapi data skripsi.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menerima saran dan masukan demi kebaikan karya tulis ini. Akhir kata, penulis berharap agar karya tulis ini dapat menjadi sumber wawasan dan mafaat bagi semua.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Yogyakarta, 16 Agustus 2023



Salma Safira Salsabila



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian Teori .....	10
F. Metodologi Penelitian .....	20
1. Jenis Penelitian .....	20
2. Objek Penelitian .....	21
3. Teknik Pengumpulan Data.....	21
4. Teknik Analisis Data.....	23
5. Uji Validitas Data .....	25
G. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II .....	28
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	28
A. Sejarah Carica Gemilang.....	28
B. Profile Carica Gemilang.....	30
C. Logo Perusahaan.....	31
D. Visi dan Misi Carica Gemilang.....	31
E. Struktur Perusahaan .....	32
F. Kemasan Produk Carica Gemilang .....	32

<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
<b>A. Sajian Data .....</b>	<b>35</b>
<b>1. Tahap-Tahap Produksi Konten Carica Gemilang .....</b>	<b>35</b>
<b>2. Instagram Sebagai Media Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....</b>	<b>52</b>
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
<b>1. Tahap-Tahap Produksi Konten Carica Gemilang .....</b>	<b>55</b>
<b>2. Instagram Sebagai Media Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>66</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>66</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penggunaan sosial media .....	1
Gambar 1. 2 akun Instagram @caricagemilang .....	3
Gambar 1. 3 konten ajakan interaksi di akun Instagram @caricagemilang .....	5
Gambar 1. 4 konten potongan klip film Marvel Studios di akun Instagram @caricagemilang....	5
Gambar 1. 5 konten factory visit di akun Instagram @caricagemilang.....	6
Gambar 1. 6 konten hiburan di akun Instagram @caricagemilang.....	6
Gambar 1. 7 konten edukasi di akun Instagram @caricagemilang.....	7
Gambar 1. 8 Feeds Instagram @caricagemilang.....	9
Gambar 2. 1 Logo Carica Gemilang .....	31
Gambar 2. 2 Kemasan kardus produk Carica Gemilang isi 4 cup .....	32
Gambar 2. 3 Kemasan kardus produk Carica Gemilang isi 6 cup .....	33
Gambar 2. 4 Kemasan kardus produk Carica Gemilang isi 12 cup .....	33
Gambar 2. 5 Kemasan botol produk Carica Gemilang.....	34
Gambar 3. 1 Konten @caricagemilang yang menggunakan sound viral .....	39
Gambar 3. 2 Salah satu konten ride the wave.....	41
Gambar 3. 3 Proses editing oleh tim kreatif Carica Gemilang.....	44
Gambar 3. 4 caption dan hashtag yang digunakan oleh @caricagemilang.....	45
Gambar 3. 5 Konten yang memiliki jumlah views dan likes yang berbeda jauh, dan tidak ada komentar dari audiens.....	46
Gambar 3. 6 Insight akun Instagram @caricagemilang .....	47
Gambar 3. 7 Konten cuplikan film.....	48
Gambar 3. 8 Konten edukasi .....	49
Gambar 3. 9 Konten factory visit .....	50
Gambar 3. 10 Konten product feature.....	51
Gambar 3. 11 Konten ride the wave.....	51
Gambar 3. 12 akun Instagram @caricagemilang .....	53
Gambar 3. 13 Unggahan pertama @caricagemilang pada tahun 2019 .....	54
Gambar 3. 14 Insight profil Instagram.....	63
Gambar 3. 15 Insight unggahan feeds Instagram.....	63

## DAFTAR TABEL

<b>Table 1. 1 Data Perbandingan Carica Gemilang dan Kompetitor .....</b>	<b>4</b>
<b>Table 2. 1 Struktur Organisasi Carica Gemilang .....</b>	<b>32</b>
<b>Table 3. 1 Competitor Analysis.....</b>	<b>38</b>
<b>Table 3. 2 Perbandingan pengguna sound begitu sulit pada Tiktok vs Instagram Reels.....</b>	<b>40</b>
<b>Table 3. 3 Alat yang digunakan untuk produksi konten.....</b>	<b>43</b>