

**AKTIVITAS BRANDING DENGAN OPTIMALISASI KONTEN PADA AKUN  
INSTAGRAM  
(STUDI KASUS UNGGAHAN KONTEN ISLAMI-EDUKATIF PADA AKUN  
INSTAGRAM @SYARIHUB.ID)**



Disusun Oleh  
Rayhani Alifah Nurul Azizah  
20180530117

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rayhani Alifah Nurul Azizah

NIM : 20180530117

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Aktivitas Branding dengan Optimalisasi Konten pada Akun Instagram (Studi Kasus Unggahan Konten Islami-Edukatif pada Akun Instagram @syarihuhub.id)”** adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis



Rayhani Alifah Nurul Azizah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan nikmat-Nya yang tak terbatas kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat penting untuk mendapatkan gelar sarjana. Tidak lupa dukungan serta masukan dari berbagai pihak sehingga peneliti mampu melalui berbagai suka duka dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua orang baik yang selalu menemani sekaligus peneliti persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang tersayang, atas seluruh nasihat, semangat dan juga doa yang terus diberikan untuk anak pertamanya tanpa henti sehingga si sulung ini dapat mengerahkan usaha terbaiknya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kedua adik terbaik sedunia, Rizky Rayhan dan Rayhan Rafif, yang sudah memberikan sedikit hiburan dan menjadikan keseharian kakak menjadi lebih ramai karena celoteh kalian yang terkadang sedikit tidak masuk akal namun berhasil membuat kakak tertawa lepas, terimakasih banyak. Semoga kalian berdua bisa terus bahagia dan selalu diberikan kelancaran untuk semua urusan kalian oleh Allah SWT.
3. Dosen-dosen hebat yang selalu membimbing peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini, Bu Muria Endah sebagai pembimbing saya yang paling sabar sekaligus berperan besar dalam mengarahkan dan memberikan solusi di setiap keresahan saya selama menyusun skripsi ini. Bu Wulan dan Pak Taufiq, dosen-dosen penguji saya yang berhasil membantu saya untuk memaksimalkan *critical thinking* yang saya miliki sehingga mampu menyelesaikan proses revisi dengan baik. Semoga semua urusan bapak dan ibu selalu diberi kemudahan dan kelancaran oleh Allah SWT.
4. Kepada Galuh Rista Putri Yuditama, bareng kamu rasanya seperti lagi baca *diary* masing-masing alias sudah tak terhitung seberapa banyak rahasia yang sudah kita

ceritakan satu sama lain. Juga terimakasih karena sudah menjadi *life-saver* ku yang *words of affirmation* nya sangat menyembuhkan aku disaat kalut. Sungguh, terimakasih banyak. Semoga kamu juga tersembuhkan dari segala hal yang mungkin belum sempat diceritakan yaa, Aamiin

5. Sahabatku di Rasan Rasan Production, ada Rakan Yuris Al-Fatah yang menjadi pembimbing keduaku sekaligus otak dari seluruh permasalahan internal grup kita ini, Annisa Rachma Fissabilla sahabatku paling cantik dan paling baik yang selalu berhasil menenangkan segala keributan yang ada di otakku dan si adek yang gasuka dipanggil adek Arriyan Firdaus, apapun yang lagi kamu hadapi sekarang ini, semoga semuanya diberi kelancaran dan kemudahan yaa.

6. Kiki Widya Sari, sahabatku paling royal dan loyal sejak jaman mataf hingga sekarang, terimakasih sudah terus menghubungi dan mencariku disaat aku mulai kehilangan arah. Adinda Putri Surya Kencana, jasamu dalam kisah asmaraku sungguh tidak akan kulupakan dan semoga kamu langgeng terus yaa sama mas pacar. Nisa Amaliza, kawan seperbimbingan, terimakasih sudah selalu bersamaku bertahan menjaga kewarasan selama menyusun pendahuluan hingga revisian.

7. Kak Sasa, Kak Alinda sebagai narasumberku yang super baik sekaligus kak Evi beserta seluruh tim SyariHub yang sudah memberikan kesempatan bergabung dalam tim sosial media @syarihub.id hingga menjadikan pengalaman ini sebagai topik penelitian dari peneliti, terimakasih banyak.

8. Seluruh dosen-dosen jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus jajaran para staff UMY atas semua kerja kerasnya selama ini. Semoga bapak ibu sekalian selalu diberikan kelancaran dalam setiap urusan dan apa yang dikerjakan menjadi keberkahan.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil alamin*

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas limpahan rahmat dan juga hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “*Aktivitas Branding dengan Optimalisasi Konten pada Akun Instagram (Studi Kasus Unggahan Konten Islami-Edukatif pada Akun Instagram @syarihub.id)*” dengan baik sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bimbingan, nasehat dan juga saran dari banyak pihak. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu menyemangati dan dengan sabar memberikan arahan kepada peneliti menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan mendoakan yang terbaik untuk peneliti.
5. Semua narasumber yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data skripsi.
6. Serta seluruh staff kampus dan juga teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah terlibat namun tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap agar kekurangan yang ada pada skripsi ini menjadi acuan untuk diperbaiki pada penelitian selanjutnya di masa depan dan kelebihan dari skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi semua yang membaca.

Yogyakarta, 12 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rayhani Alifah Nurul Azizah', written in a cursive style.

Rayhani Alifah Nurul Azizah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Pemasaran Konten ( <i>Content Marketing</i> ) dalam Kajian Komunikasi Pemasaran.....	10
2. Keterkaitan Brand Image dan Brand Communications dalam Aktivitas Branding .....	15
F. Metode Penelitian .....	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Lokasi Penelitian.....	21
3. Teknik Pengumpulan Data .....	21
4. Teknik Pengambilan Informan .....	22
5. Teknik Analisis Data.....	23
6. Triangulasi Data.....	25
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	27
A. Profil Perusahaan.....	27
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	28

1. Visi .....	28
2. Misi.....	28
C. Lokasi Perusahaan .....	28
D. Logo Perusahaan .....	29
E. Struktur Organisasi .....	30
1. Chief Executive Officer.....	30
2. Chief Marketing Officer .....	30
3. Chief Technology Officer.....	30
4. Chief Operating Officer.....	31
5. Customer Care .....	31
6. Human Resources.....	31
7. Freelancer Content .....	31
8. Social Media Marketing .....	31
9. Video Editor.....	32
F. Layanan SyariHub .....	32
G. Gambaran Umum Akun Instagram @syarihub.id .....	36
1. Profil Akun Instagram @syarihub.id .....	36
2. Postingan Akun @syarihub.id .....	36
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Sajian Data .....	39
1. Penerapan Komunikasi Pemasaran sebagai Aktivitas Branding SyariHub..	39
2. Menganalisis Situasi.....	40
3. Menciptakan Respon dan Umpan Balik dengan Content Marketing .....	43
B. Analisis Data .....	60
1. <i>Content marketing</i> pada akun Instagram @syarihub.id sudah berjalan dengan optimal.....	60
1. Penggagasan ide dan perencanaan konten.....	64
2. Penguatan Konten .....	67
3. Perbaikan Pemasaran Konten .....	67
2. Terpenuhinya brand image SyariHub sebagai “tempat belajar ngaji online yang paling direkomendasikan ” pada aktivitas Branding SyariHub .....	68
3. Aspek-aspek brand communication pada aktivitas branding SyariHub belum terpenuhi seluruhnya .....	72
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Liputan Media Online Tentang SyariHub .....	3
Gambar 1. 2	Tampilan Akun Instagram @syarihub.id .....	4
Gambar 1. 3	Konten yang diunggah oleh akun @syarihub.id .....	5
Gambar 1. 4	Model Komunikasi menurut Kotler dan Keller .....	10
Gambar 2. 1	Logo SyariHub .....	29
Gambar 2. 2	Tampilan Menu Layanan SyariHub .....	32
Gambar 2. 3	Tampilan Menu dan Tarif dari Layanan SyariHub .....	33
Gambar 2. 4	Layanan Belajar Mengaji Anak-Anak .....	34
Gambar 2. 5	Layanan Belajar Mengaji Dewasa .....	35
Gambar 2. 6	Tampilan Akun Instagram @syarihub.id .....	36
Gambar 2. 7	Postingan yang diunggah pada @syarihub.id .....	37
Gambar 2. 8	Postingan call to action yang diunggah pada @syarihub.id .....	38
Gambar 2. 9	Postingan collab bersama partner yang diunggah pada @syarihub.id .....	38
Gambar 3. 1	Konten Call to Action yang diunggah oleh akun @syarihub.id .....	47
Gambar 3. 2	Konten Call to Action yang diunggah oleh akun @syarihub.id .....	48
Gambar 3. 3	Konten Call to Action yang diunggah oleh akun @syarihub.id .....	49
Gambar 3. 4	Konten partner colabration akun @syarihub.id dan @lifeatsyarihub .....	50
Gambar 3. 5	Konten partner colabration akun @syarihub.id dan @teladan_quran .....	50
Gambar 3. 6	Konten partner colabration akun @syarihub.id dan @quranmuslimah.id .....	51
Gambar 3. 7	Konten bacaan Qur'an dan ilmu tajwid .....	53
Gambar 3. 8	Amalan sunnah dan hadist nabi .....	54
Gambar 3. 9	Serba-serbi islami .....	54
Gambar 3. 10	Respon SyariHub terhadap pertanyaan dari Audiens .....	57
Gambar 3. 11	Salah satu bentuk sharing motivation pada konten SyariHub .....	62
Gambar 3. 12	Salah satu bentuk persuasion pada konten SyariHub .....	63
Gambar 3. 13	Format Konten pada akun Instagram @syarihub.id .....	66
Gambar 3. 14	Liputan Media Online Tentang SyariHub .....	67
Gambar 3. 15	Testimoni tentang SyariHub .....	69
Gambar 3. 16	Testimoni tentang SyariHub .....	70
Gambar 3. 17	Testimoni tentang SyariHub .....	71
Gambar 3. 18	Tampilan Logo SyariHub .....	73
Gambar 3. 19	Tampilan Feed Instagram akun @syarihub.id .....	73
Gambar 3. 20	Tampilan Website Resmi SyariHub .....	74
Gambar 3. 21	Social Media Activation oleh SyariHub .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis Kompetitor .....	6
Tabel 1. 3 Tingkat Kesadaran Merek .....	19
Tabel 3. 1 Konten Komersial di SyariHub .....	46
Tabel 3. 2 Konten Non-Komersial di SyariHub .....	51
Tabel 3. 3 Tampilan Evaluasi SyariHub dengan Sistem OKR.....	58
Tabel 3. 4 Content Testing dan Riset Konten yang dilakukan SyariHub.....	65

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Struktur Organisasi SyariHub .....	30
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide .....	83
Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....	85