

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO FASHION HOUSE OF
ZAW (HOZ) MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA TAHUN 2023**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Mila Novianti Putri Adianto

20200530076

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mila Novianti Putri Adianto
Nomor Mahasiswa : 20200530076
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO FASHION HOUSE OF ZAW MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA TAHUN 2023” adalah hasil karya saya sendiri dan sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.



Yogyakarta, 9 Juli 2024

A handwritten signature in black ink is written over an official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'KEPERA' and 'TIMPEL' along with a serial number '547C-ALX259/06532'.

Mila Novianti Putri Adianto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan Karunia – Nya, penulis telah diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada semua yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi. Saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Orang tua saya Bapak Purdiyanto dan Ibu Suyatmi yang telah memberikan dukungan, semangat, serta selalu mendoakan penulis agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP, MA, Ph. D selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala waktu dan kesempatannya dalam memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dari awal hingga akhir penelitian.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan Ibu Frizki Yulianti Nurnisya S.IP, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun dalam penelitian ini.
5. Mas Danang selaku store manager House Of Zaw, Cahyani Desi Putri selaku creative dan admin Instagram House Of Zaw dan customer atau followers yang telah menjadi responden. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan data untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Widya Putri dan Ramadhan Rafi selaku kakak dan adik saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Dela Mukharomah selaku sahabat saya dari kecil sampai sekarang ini yang telah memberikan support, semangat, dan motivasi. Terima kasih sudah kebersamai hingga saat ini.
8. Teman – teman SMA saya Rika, Aya, Ade yang telah memberikan semangat, support dan untuk jalan saat penulis merasa jenuh dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Uma selaku teman KKN saya yang masih berkomunikasi sampai sekarang, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk kebersamai saat penelitian.
10. Teman – teman seperjuangan Yusvi, Mafda, Elfina, dan Novia. Terima kasih telah menjadi teman dalam masa perkuliahan dari awal hingga tahap akhir dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Serta kepada orang yang telah memberikan semangat, support apapun yang dilakukan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Fashion House Of Zaw Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Tahun 2023” Penelitian ini disusun untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam proses menyusun skripsi ini tidak berjalan lancar apabila tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak yang terlibat. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas izin dan ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP, MA, Ph.D selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis hingga sampai menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan Ibu Frizki Yulianti Nurnisya S.IP, M.Si, Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik.
5. Mas Danang, Cahyani Desi Putri dan konsumen maupun followers House Of Zaw yang telah bersedia menjadi responden untuk kelengkapan data pada skripsi ini.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan Ilmu yang berguna kepada penulis, dan seluruh staff Ilmu Komunikasi yang membantu proses administrasi dan memberikan informasi kepada penulis.

Dalam proses menyusun skripsi ini, penulis menyadari adanya kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja, Berharap skripsi ini mampu bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Juli 2024



Mila Novianti Putri Adianto

MOTTO

Proses tiap orang beda – beda, fokuslah pada diri sendiri terus berjalan ke depan dan jangan lupa sertakan Allah

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(Q.S.Al-Insyirah:5-6)

Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan

(Nadin Amizah)

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iiiv
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	xi
BAB I	xiii
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	11
2. Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram.....	15
3. Peningkatan Brand Awareness	221
F. Metode Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Objek Penelitian	26
3. Teknik Pengumpulan Data	26
4. Teknik Analisis Data	28
5. Uji Validitas Data	29
BAB II	31

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	31
A. Profil House Of Zaw	31
B. Visi dan Misi House Of Zaw	313
C. Logo	32
D. Macam Brand Lokal.....	332
E. Produk House Of Zaw.....	33
BAB III.....	37
SAJIAN DAN ANALISIS DATA	37
A. Sajian Data	37
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	37
1) Perencanaan Komunikasi Pemasaran House Of Zaw	38
2. Instagram Sebagai Media Promosi dalam meningkatkan Brand Awareness.....	44
3. Evaluasi Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	61
B. Analisis Data.....	62
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	63
1) Perencanaan Komunikasi Pemasaran House Of Zaw	64
2. Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran HOZ Dalam Meningkatkan Brand Awareness	68
3. Evaluasi Kegiatan Komunikasi Pemasaran HOZ.....	82
BAB IV	84
PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Profil Instagram HOZ.....	4
Gambar 1.2 Lokasi HOZ.....	7
Gambar 2.1 Logo HOZ.....	32
Gambar 2.2 Macam Brand Lokal yang Kolaborasi.....	32
Gambar 2.3 Catalog Produk HOZ.....	33
Gambar 3.1 Konten HOZ dengan tema yang sedang viral.....	46
Gambar 3.2 Postingan HOZ Menandai akun yang berkolaborasi.....	49
Gambar 3.3 Tampilan Bio Instagram HOZ.....	50
Gambar 3.4 Tampilan Giveaway yang dilakukan HOZ.....	52
Gambar 3.5 Tampilan Komentar Followers Melalui Feed	55
Gambar 3.6 Tampilan Workshop Strap Phone	56
Gambar 3.7 Insight Instagram HOZ.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengikut Instagram Sejenis	8
Tabel 1. 2 Tingkatan Brand Awareness	23
Tabel 3.1 Engagement rate akun HOZ pada Tahun 2023.....	57

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.2 Tingkatan Brand Awareness.....	24
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Interview guide.....	90
Transkrip Wawancara.....	9