

**STRATEGI PROMOSI ZIZANA BATIK DALAM MEMBANGUN *BRAND*  
AWARENESS MELALUI INSTAGRAM PADA TAHUN 2021 – 2022**

SKRIPSI



**Disusun Oleh**

Astisa Dewanti

20180530095

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

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Astisa Dewanti

NIM : 20180530095

Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi Promosi Zizana Batik Dalam Membangun Brand Awareness

Melalui Instagram Pada Tahun 2021 -2022

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang diakses maupun dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Bila suatu saat skripsi saya terbukti plagiat atau menjiplak karya dari orang lain maka saya menerima sanksi yang diberikan.



Astisa Dewanti

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum wr.wb,

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunianya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini akan saya persembahkan kepada seluruh pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, termasuk dalam doa dan dukungan. Berkenaan dengan itu, penulis ingin mempersembahkan karya ini dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT karena dengan segala kekuasaan Nya dapat memberikan kemudahan dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya sayangi, Ayah dan Mamah. Saya ucapkan banyak terimakasih karena telah memberikan saya dukungan, materi dan kasih sayang yang tiada henti selama ini.
3. Keluarga besar saya yang telah memberikan doa dan semangat yang tiada henti selama menyelesaikan skripsi ini.
4. Mbak Andina Ika Pertiwi selaku owner Zizana Batik yang telah banyak membantu dalam melakukan penelitian skripsi saya.
5. Chatya dan Chilia selaku sahabat saya yang paling dekat yang sudah begitu banyak membantu dan memberi dukungan mental saya selama pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan saya, Kamalin, Andien, Tina, Anteng, Vivi, dan Ajeng yang telah saling mendukung, memberikan doa dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Sahabat yang saya sayangi, Dela, Dhila, dan Elvira yang tiada henti nya memberikan dukungan penuh terhadap saya.
8. Teman-teman angkatan 2018 yang sudah menjadi bagian hidup saya selama kuliah, terimakasih sudah menjadi teman-teman yang saling mendukung satu sama lain.
9. Teman sekaligus sahabat saya spesial, yang mau menemani saya selalu dari sempro sampai sekarang dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini

Dan seluruh keluarga besar dan pihak-pihak terkait yang selalu bersedia menemani dan terus mendukung saya sampai selesainya skripsi ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb,

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini berjudul STRATEGI PROMOSI ZIZANA BATIK DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2021-2022. Ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini adalah berkat dukungan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing saya, terimakasih atas segala waktu yang telah diberikan serta sabar dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku dosen penguji I seminar proposal dan pendadaran. Terimakasih atas saran dan masukan yang telah diberikan pada skripsi saya sehingga lebih baik.
6. Bapak Muhammad Muttaqien., S.I.Kom., M.Sn., selaku dosen penguji II seminar proposal dan pendadaran. Terimakasih atas saran dan masukan yang telah diberikan pada skripsi saya sehingga lebih baik.
7. Seluruh staff pengajaran dan jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam membantu kelancaran perkuliahan saya.

Tanpa bantuan pihak-pihak terkait, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Penulis berharap kritik dan masukan terhadap skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga penelitian penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 18 Oktober 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Astisa Dewanti' with a stylized flourish above the name.

Astisa Dewanti

## **MOTTO**

“Lawan rasa takutmu untuk melihat keberhasilan di depan”

“Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya (Q.S Al-Baqarah:286)”

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	14
C. TUJUAN PENELITIAN.....	14
D. MANFAAT PENELITIAN.....	15
E. KERANGKA TEORI .....	15
F. METODE PENELITIAN.....	38
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	44
A. PROFIL ZIZANA BATIK.....	44
B. PRODUK-PRODUK ZIZANA BATIK .....	46
C. LOKASI.....	47
D. LOGO ZIZANA BATIK.....	48
E. STRUKTUR ORGANISASI .....	49
F. POSTINGAN INSTAGRAM PROMOSI ZIZANA BATIK .....	49
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	52



A. SAJIAN DATA.....	52
B. ANALISIS DATA .....	70
BAB IV PENUTUP .....	96
A. KESIMPULAN	
B. SARAN	
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN.....	103

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1. Akun Instagram Toko Batik.....	8
Tabel 1. 2. Data Penjualan Zizana Batik .....	8
Tabel 3.1. ....	82
Tabel 3.2. ....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Data Media Sosial Paling Populer Di Indonesia 2020 – 2021	4
Gambar 1. 2 Akun IG @zizanabatik .....	10
Gambar 2.1 .....	46
Gambar 2.2 .....	47
Gambar 2.3 .....	47
Gambar 2.4 .....	48
Gambar 2.5 .....	49
Gambar 2.6 .....	49
Gambar 2.7 .....	51
Gambar 2.8 .....	52
Gambar 2.9 .....	52
Gambar 3.1 .....	56
Gambar 3.2 .....	60
Gambar 3.3 .....	62
Gambar 3.4 .....	64
Gambar 3.5 .....	64
Gambar 3.6 .....	66
Gambar 3.7 .....	67
Gambar 3.8 .....	67
Gambar 3.9 .....	68
Gambar 3.10 .....	69
Gambar 3.11 .....	70

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 .....	5
-----------------	---